



REGIONE PUGLIA

DIPARTIMENTO AGRICOLTURA, SVILUPPO RURALE E AMBIENTALE

Programma Sviluppo Rurale

Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale (FEASR) 2014-2020

Misura 19.1 – Sostegno preparatorio

Art. 35 Reg. (UE) n. 1303/2013

Fondo Europeo per gli Affari Marittimi e la Pesca (FEAMP) 2014-2020

RELAZIONE SULLE ATTIVITÀ PREPARATORIE SVOLTE AI SENSI DELLA SOTTOMISURA 19.1 (Il processo partecipativo)

Aprile 2017



Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale

GRUPPO DI AZIONE LOCALE SUD-EST BARESE S.c.a r.l

Via Nino Rota, 28/A
70042 Mola di Bari (BA)
P. IVA 07001380729

Tel. +39 080 4737490
Skype: galseb2010

www.galseb.it
info@galseb.it
galseb@gigapec.it

Indice

1.	Il sostegno preparatorio	4
2.	I costi sostenuti	4
3.	La metodologia utilizzata.....	5
4.	Tavoli di lavoro e seminari informativi	8
5.	Indagine conoscitiva sui tematismi	22
5.1.	Risultati dell'indagine	24
5.2.	Motivazioni relative ai tematismi prescelti	26
5.3.	Principali idee progettuali raccolte	43
5.4.	Spunti di interesse o sfide proposte dalla popolazione	51
6.	Dirette Streaming	59
7.	Analisi SWOT.....	60
7.1.	SWOT classica.....	61
7.2.	SWOT online	67
7.3.	SWOT pesata	77
8.	Focus Group.....	82
8.1.	Focus Group Filiera “Uva da Tavola”	83
8.2.	Focus Group Filiera “Ortaggi e Cereali”	88
8.3.	Focus Group Filiera “Ciliegia”	92
8.4.	Focus Group Filiera “Olivicoltura”.....	96
8.5.	Focus Group Filiera “Agroalimentare”.....	100
8.6.	Focus Group Filiera “Turismo”	104
8.7.	Focus Group Filiera “Commercio e Artigianato”	109
8.8.	Focus Group “Amministrazioni Comunali”	113

8.9.	Focus Group “Pesca”	117
9.	Interviste dirette	120
10.	Piano di comunicazione	122
10.1.	Ufficio Stampa e gestione dei media	123
10.2.	Sito Web.....	124
10.3.	Newsletter	129
10.4.	Social Media Marketing.....	129
10.5.	Mailing List.....	131
10.6.	Materiali pubblicitari	132

1. Il sostegno preparatorio

La sottomisura 19.1 “*Sostegno preparatorio*” del PSR Puglia 2014–2020 sostiene le attività finalizzate alla preparazione ed elaborazione della Strategia di Sviluppo Locale (SSL) di tipo partecipativo, migliorando la fase di costituzione del partenariato, la progettazione della Strategia, le capacità degli attori locali e la loro messa in rete.

2. I costi sostenuti

I costi complessivi sostenuti per le attività preparatorie a valere sulla sottomisura 19.1 ammontano ad **Euro 57.031,57**.

3. La metodologia utilizzata

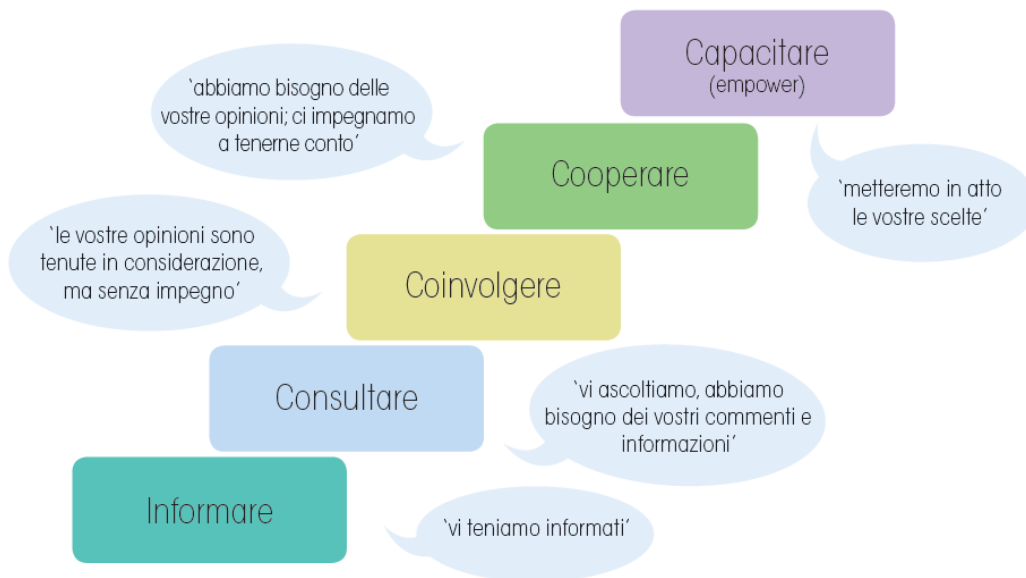
Il processo di elaborazione della strategia di sviluppo locale del GAL Sud Est Barese è stato impostato secondo le linee guida indicate dalla Commissione Europea con il documento *“Orientamenti sullo sviluppo locale di tipo partecipativo (CLLD)”* (2° versione - dicembre 2014). Con tale documento la Commissione Europea individua 8 tappe necessarie alla definizione del partenariato, dell’area di riferimento e della strategia collegata. In particolare sono 3 i passaggi fondamentali relativi all’elaborazione della strategia.

1. In primo luogo decidere ciò che si vuole cambiare ovvero definire i cambiamenti che sarebbe opportuno realizzare partendo dalle esigenze locali.
2. In secondo luogo preparare una strategia locale di cambiamento basata su coinvolgimento ed esigenze della popolazione ovvero costruire una chiara logica di intervento, analizzando i punti di forza e debolezza, opportunità e rischi che bisogna affrontare, con il pieno coinvolgimento della popolazione.
3. In terzo luogo predisporre tutti gli strumenti partecipativi atti a definire il piano di azione locale ed il suo piano finanziario ovvero quali tipi di azione possono portare al successo.

L’intero processo partecipativo del GAL, dalla sua genesi alla sua definizione finale, ha dunque seguito un approccio di natura bottom-up, puntando all’attivazione della popolazione locale quale leva strategica per la pianificazione del futuro Piano di Azione Locale. Il processo, realizzato per circa 6 mesi a partire da febbraio 2016, è stato inoltre candidato nell’Avviso Pubblico della Regione Puglia, Misura 19 - Sottomisura 19.1 *“Sostegno preparatorio del PSR Puglia 2014 -2020 – delle attività propedeutiche alla individuazione di una Strategia di Sviluppo Locale”*.

Da un punto di vista metodologico, il processo ha rafforzato il coinvolgimento degli attori locali in maniera incrementale all’avanzamento della pianificazione strategica. Il processo è dunque passato da una prima fase di natura meramente informativa e consultiva, pensata per la costruzione di un livello di coinvolgimento basilico della popolazione locale, ad una seconda fase di cooperazione e di vera e propria capacity building, ovvero per rendere il territorio reale protagonista nelle scelte strategiche.

Figura 1 - Scala di partecipazione di Sherry Arnstein (1969)



Da un punto di vista strumentale sono stati invece utilizzate una pluralità di metodologie partecipative sia in modalità live attraverso seminari informativi, swot partecipate, focus group sia in modalità online, attraverso la valorizzazione di modelli di e-participation e social media marketing. L'intero processo è stato inoltre inserito in un piano di comunicazione integrato e multicanale che ne ha accompagnato tutto il suo svolgimento.

L'obiettivo finale del processo partecipativo del GAL Sud Est Barese ha puntato dunque, da un lato all'individuazione dei tematismi unificanti ed alla definizione del piano di azione locale, dall'altro al rafforzamento della condivisione della popolazione locale con le scelte strategiche adottate dall'agenzia. La descrizione che segue offre dunque una panoramica dell'intero processo partecipativo con descrizione della scala di partecipazione, del tipo di strumento utilizzato e dei risultati ottenuti a livello qualitativo e quantitativo.

Figura 2 – Processo di elaborazione della SSL del GAL Sud Est Barese



Figura 3 – Collocazione degli Strumenti nelle varie fasi della strategia partecipativa



4. Tavoli di lavoro e seminari informativi

La prima attività realizzata dal GAL nel processo partecipativo è stata la conduzione di 4 tavoli di lavoro con stakeholder di particolare interesse (amministrazioni comunali, operatori culturali e turistici) e 6 seminari informativi con la cittadinanza locale. Tali attività sono state promosse tra febbraio e marzo 2016 in tutti comuni dell'area (Acquaviva delle Fonti, Casamassima, Conversano, Mola di Bari, Noicattaro, Rutigliano). A seguito dell'adesione di 3 nuovi Comuni nell'area GAL avvenuti tra agosto e settembre (Adelfia e Bitritto) e tra gennaio e marzo (Polignano a Mare) sono stati organizzati ulteriori seminari informativi. Nella scala di partecipazione tali seminari si collocano ad un livello molto basso in quanto la natura degli incontri è stata meramente informativa.

L'obiettivo è stato infatti quello di proporre alla popolazione locale una panoramica sulle nuove opportunità offerte dal PSR 2014 – 2020, evidenziando nuove funzionalità ed opportunità provenienti dai GAL. Temi di discussione hanno dunque riguardato i nuovi ambiti di intervento dei gruppi di azione locali, il ruolo della progettazione partecipata nella definizione della strategia, le azioni ammissibili ed il percorso individuato dal GAL per il coinvolgimento fattivo della popolazione.

Al termine di ogni tavolo e seminario si sono stati aperti spazi di discussione con il pubblico, avviata un'indagine conoscitiva preliminare per l'identificazione dei tematismi e raccolti numerosi contributi. Alla fine di questa fase sono stati coinvolti circa 414 partecipanti.

N.	Evento	Luogo	Data	Stakeholder	Partecipanti
1	Tavolo di lavoro	Mola di Bari	22/02/16	IAT e Pro Loco	16
2	Tavolo di lavoro	Mola di Bari	23/02/16	Amm. Comunali	10
3	Tavolo di lavoro	Mola di Bari	04/03/16	Operatori turistici	5
4	Tavolo di lavoro	Conversano	07/03/16	Operatori turistici	19
5	Seminario	Casamassima	08/03/16	Cittadinanza locale	54
6	Seminario	Noicattaro	09/03/16	Cittadinanza locale	27
7	Seminario	Rutigliano	11/03/16	Cittadinanza locale	43
8	Seminario	Conversano	15/03/16	Cittadinanza locale	60
9	Seminario	Mola di Bari	16/03/16	Cittadinanza locale	45
10	Seminario	Acquaviva delle Fonti	18/03/16	Cittadinanza locale	47
11	Seminario	Adelfia	30/08/16	Cittadinanza locale	35
12	Seminario	Bitritto	08/09/16	Cittadinanza locale	15
13	Seminario	Polignano a Mare	14/03/17	Cittadinanza locale	38
Totale					414

TAVOLO DI LAVORO – 1° EVENTO
22 FEBBRAIO 2016

VERBALE

L'anno **2016** il giorno **22** del mese di **febbraio** alle ore 17:00 in Mola di Bari (BA) presso la sede del GAL Sud Est Barese sono presenti i rappresentanti delle Pro Loco di Acquaviva delle Fonti, Casamassima, Conversano, Mola di Bari e Rutigliano e degli IAT di Acquaviva delle Fonti, Noicattaro e Casamassima come da foglio firme presenze allegato.

Il **Direttore Tecnico** ringrazia i presenti per la partecipazione e illustra tutte le attività che il GAL SEB ha in programma di realizzare nel processo di sviluppo locale di tipo partecipativo finalizzato alla elaborazione della strategia che verrà declinata nel Piano di Azione Locale (PAL). Il Direttore coglie altresì l'occasione per chiarire alcuni aspetti del Piano di Sviluppo Rurale (PSR) 2014-2020 e, in particolar modo, illustra le novità relative alla nuova programmazione. Con riferimento agli strumenti che verranno utilizzati nella fase di consultazione pubblica, il Direttore mostra il questionario già pubblicato da alcuni giorni nella sezione dedicata del sito istituzionale del GAL SEB, che verrà sottoposto all'attenzione della popolazione locale nei vari incontri sul territorio. Il Direttore, a tal punto, chiarisce lo scopo dell'incontro odierno ovvero chiedere la disponibilità e la collaborazione delle associazioni presenti, che già operano attivamente sul proprio territorio di riferimento, nello svolgimento delle attività di consultazione pubblica.

Preso atto della disponibilità di tutte le associazioni presenti, si illustra il calendario provvisorio degli incontri sul territorio.

Prende la parola **Domenico Ieva** (Proloco – IAT Acquaviva delle Fonti), il quale chiede chiarimenti sui tematismi individuati dal PSR 2014-2020 e sulle modalità di individuazione del tematismo che accomuni tutta l'area del GAL SEB.

Prende la parola **Francesco Villari** (Proloco Casamassima), il quale ritiene che il lavoro da svolgersi in questa fase è agevolato dal proficuo lavoro svolto e dai risultati raggiunti nella precedente programmazione, nonché dalla conoscenza/collaborazione che è venuta a crearsi tra le associazioni oggi presenti.

Interviene **Vincenzo Iovele** (IAT Noicattaro), il quale ritiene invece che, purtroppo, la relazione e i rapporti tra le associazioni/enti presenti sul territorio dei comuni del GAL SEB sono ancora limitati. Invita, pertanto, tutti i presenti ad attivarsi al fine di porre in essere una fattiva collaborazione che vada anche oltre la attività da porre in essere con e per il GAL SEB.

Interviene **Giacomo Troiani** (Proloco Rutigliano), il quale condivide l'invito rivolto dai colleghi e ritiene però necessario, a suo parere, delimitare il raggio di azione al fine di esplicitare una azione/collaborazione efficace ed efficiente.

Prende la parola il **Direttore** il quale sintetizza, chiarisce e chiede conferma della prima necessità emersa dall'incontro odierno: fare "rete", creare una sinergia e un dialogo tra le associazioni del territorio.

Chiede la parola **Domenico Ieva**, il quale ritiene opportuno precisare e chiarire gli obiettivi da raggiungere al fine di poter subito individuare le azioni da compiere. Ritiene che il coinvolgimento in questa fase di costruzione della strategia di sviluppo locale 2014-2020 sarà la base per una collaborazione più ampia. Si propone la costituzione di una rete degli IAT/Proloco dei 6 comuni del GAL SEB, da allargare a tutte le associazioni interessate del territorio. A Rutigliano già esiste una mini rete di 5 associazioni che collabora.

A questo punto, **Francesco Pasculli** (GAL SEB) interviene per porre comunque l'attenzione sull'oggetto principale della riunione e, coglie l'occasione per precisare che già da due anni il GAL SEB, con la rete turistico culturale, sta promuovendo la rete delle associazioni. Illustra nuovamente nel dettaglio gli strumenti ideati dal GAL SEB per la fase in essere relativa alla strategia di sviluppo locale partecipativa e in particolare a quella relativa alla consultazione pubblica.

Interviene **Marianna Lassandro** (Proloco Mola di Bari), la quale illustra tutte le attività svolte dalla Proloco di Mola, nonostante le contingenti difficoltà economiche, che possono essere utili alle attività da porre in essere nel futuro prossimo.

Tornando alla organizzazione degli eventi informativi sul territorio e alla individuazione delle location, la Proloco di Rutigliano propone la sala conferenze di Palazzo San Domenico. Lo IAT di Noicattaro, invece, la sala del Palazzo della Cultura. La Proloco di Casamassima propone come sede quella delle Officine UFO. Ad Acquaviva delle Fonti, come di consueto, la sala Colafemmina nel Palazzo de Mari. A Mola di Bari la sala del Castello Angioino. Infine, a Conversano si individua quale location la nuova sala conferenze inaugurata a dicembre nel Castello.

Francesco Pasculli chiede il consenso a creare, una volta definite le date dei seminari, un evento unico da pubblicizzare sui social.

Il Direttore rimarca che compito prioritario delle associazioni presenti sarà quello di pubblicizzare gli eventi e coinvolgere il territorio, anche tramite la stampa e diffusione di locandine e manifesti. Definito il calendario degli eventi sul territorio, verrà convocata una nuova riunione operativa.

Alle ore 19:00 si conclude l'incontro.



TAVOLO DI LAVORO – 2° EVENTO
23 FEBBRAIO 2016

Incontro con i rappresentanti delle pubbliche amministrazioni aderenti al GAL SEB finalizzato a illustrare gli aspetti più rilevanti del Piano di Sviluppo Rurale (PSR) 2014-2020 e, in particolar modo, le principali novità relative al nuovo periodo di programmazione.



COMITATO DI GESTIONE - 3° EVENTO
4 MARZO 2016

Comitato di gestione della Rete Turistica Culturale del Sud Est Barese presso la sede operativa del GAL SUD EST BARESE. All'ordine del giorno anche il ruolo strategico delle Reti di imprese nei possibili scenari prospettati dal PSR 2014-2020.



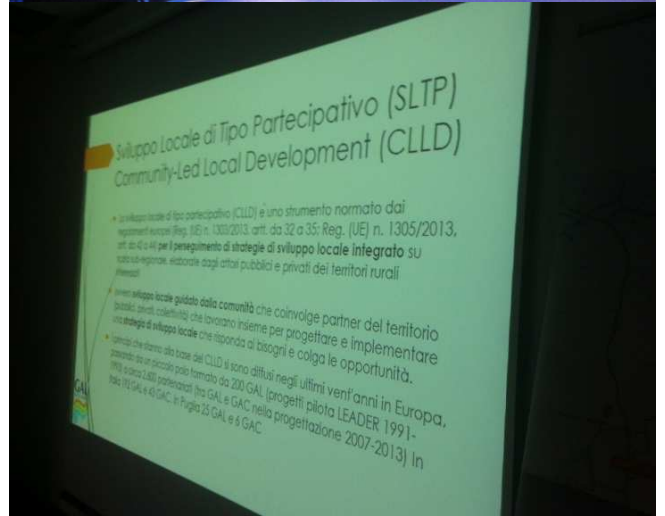
**ASSEMBLEA SOCI DELLA RETE TURISTICA “MED IN PUGLIA” – 4° EVENTO
7 MARZO 2016**

Assemblea dei soci della Rete Turistica Culturale del Sud Est Barese presso l’Hotel Corte Altavilla a Conversano. Il GAL SEB coglie l’occasione per illustrare i contenuti del PSR 2014-2020 e cogliere spunti di riflessione per la strategia da proporre nel nuovo Piano di Azione Locale.



SEMINARIO INFORMATIVO CASAMASSIMA - 5° EVENTO
8 MARZO 2016

Primo seminario informativo del GAL sulle opportunità del PSR 2014-2020 rivolto alla cittadinanza del Comune di Casamassima (c/o Laboratorio Urbano Officine UFO).



SEMINARIO INFORMATIVO CASAMASSIMA – 6° EVENTO
9 MARZO 2016

Secondo seminario informativo sulle opportunità del PSR 2014-2020 rivolto alla cittadinanza del Comune di Noicattaro (c/o Palazzo della Cultura).



SEMINARIO INFORMATIVO RUTIGLIANO – 7° EVENTO
11 MARZO 2016

Terzo seminario informativo sulle opportunità del PSR 2014-2020 rivolto alla cittadinanza del Comune di Rutigliano (c/o Sala Consiliare).



SEMINARIO INFORMATIVO CONVERSANO – 8° EVENTO
15 MARZO 2016

Quarto seminario informativo sulle opportunità del PSR 2014-2020 rivolto alla cittadinanza del Comune di Conversano (c/o Castello Aragonese).



SEMINARIO INFORMATIVO MOLA DI BARI – 9° EVENTO
16 MARZO 2016

Quinto seminario informativo sulle opportunità del PSR 2014-2020 rivolto alla cittadinanza del Comune di Mola di Bari (c/o Castello Angioino).



SEMINARIO INFORMATIVO RUTIGLIANO – 10° EVENTO
18 MARZO 2016

Sesto seminario informativo sulle opportunità del PSR 2014-2020 rivolto alla cittadinanza del Comune di Acquaviva delle Fonti.



SEMINARIO INFORMATIVO ADELFA – 11° EVENTO
30 AGOSTO 2016

Settimo seminario informativo sulle opportunità del PSR 2014-2020 rivolto alla cittadinanza del Comune di Adelfia.



SEMINARIO INFORMATIVO BITRITTO – 12° EVENTO
8 SETTEMBRE 2016

Ottavo seminario informativo sulle opportunità del PSR 2014-2020 rivolto alla cittadinanza del Comune di Bitritto.



SEMINARIO INFORMATIVO POLIGNANO A MARE – 13° EVENTO
14 MARZO 2017

Nono seminario informativo sulle opportunità del PSR 2014-2020 rivolto alla cittadinanza del Comune di Polignano a Mare.



5. Indagine conoscitiva sui tematismi

La seconda attività, avviata in contemporanea con i tavoli ed i seminari, ha riguardato il varo di un'indagine conoscitiva su tutto il territorio dell'area GAL relativamente all'individuazione dei tematismi sui quali impostare la nuova strategia di sviluppo locale. Nella scala di partecipazione questa azione si posiziona su un livello più profondo ovvero di consultazione della popolazione. L'indagine è stata condotta sia con questionari cartacei che con sondaggi online. Nell'indagine il GAL ha raccolto non solo le preferenze sui tematismi della strategia futura ma anche un'importante banca dati di motivazioni che hanno determinato tali scelte. Tale fase di consultazione è proseguita per quasi 2 mesi, rimanendo aperta fino al aprile 2016. Al termine sono stati raccolti e classificati circa 345 contributi provenienti da tutto il territorio.

Il questionario conoscitivo del GAL



IL SUD EST BARESE VERSO UNA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE PARTECIPATIVA

*Campo obbligatorio

Partecipa alla consultazione. Promuovi il cambiamento.

Nell'ambito della nuova programmazione comunitaria 2014 -2020, il GAL Sud Est Barese (SEB) ha avviato un'importante fase di consultazione pubblica, finalizzata alla preparazione ed elaborazione della Strategia di Sviluppo Locale di tipo Partecipativo (SLTP) (Reg. 1303/2013 Art. 35 punto 1).

Obiettivo è incoraggiare i membri della nostra comunità a partecipare al processo di sviluppo locale attraverso l'analisi della situazione, dei relativi fabbisogni e delle proposte migliorative.

Partendo dai risultati raggiunti nella precedente programmazione, la nuova sfida del GAL SEB è costruire una Strategia che stimoli, in modo coerente, intelligente ed innovativo, lo sviluppo locale del proprio territorio rurale e costiero.

L'intero percorso prevede l'utilizzo di diversi strumenti di informazione e consultazione e con la popolazione, il mondo istituzionale, gli stakeholder economici e le parti sociali, quali questionari online, focus group, conferenze pubbliche ed incontri diretti.



INFORMAZIONI PROPONENTE:

NOME *

COGNOME *

COMUNE DI RIFERIMENTO *

Acquaviva delle Fonti

Casamassima

Conversano

Mola di Bari

Noicattaro

Rutigliano

Altro:

CATEGORIA

Imprenditore (agricolo, manifatturiero, industriale)

Libero professionista

Operatore turistico (struttura ricettiva, ristorante, tour operator)

Artigiano, Commerciante, Servizi

Studente

Pensionato

Altro:

EMAIL *

AZIENDA, ASSOCIAZIONE, ENTE DI RIFERIMENTO *

TELEFONO



STRATEGIA DI SVILUPPO

NEL PSR 2014 -2020 LA REGIONE PUGLIA HA INDIVIDUATO I SEGUENTI TEMATISMI SU CUI IMPOSTARE LA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE. QUALI TEMATISMI RITIENI PIU' IMPORTANTI PER LO SVILUPPO DEL TUO TERRITORIO?

- 1) Sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali, manifatturieri, produzioni ittiche)
- 2) Sviluppo della filiera dell' energia rinnovabile (produzione e risparmio energia)
- 3) Turismo sostenibile
- 4) Cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)
- 5) Valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali
- 6) Valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio;
- 7) Accesso ai servizi pubblici essenziali
- 8) Inclusione sociale di specifici gruppi svantaggiati e/o marginali
- 9) Legalità e promozione sociale nelle aree ad alta esclusione sociale
- 10) Riqualificazione urbana con la creazione di servizi e spazi inclusivi per la comunità
- 11) Reti e comunità intelligenti
- 12) Diversificazione economica e sociale connessa ai mutamenti nel settore della pesca
- 13) Altro

Seleziona il 1° tematismo *

Selezione una delle opzioni presenti nel menù a tendina

Seleziona il 2° tematismo *

Selezione una delle opzioni presenti nel menù a tendina

Seleziona il 3° tematismo *

Selezione una delle opzioni presenti nel menù a tendina

Altro

In caso si selezioni "Altro", in uno dei menù a tendina, specificare un nuovo tematismo

Altro

In caso si selezioni "Altro", in uno dei menù a tendina, specificare un nuovo tematismo

INDICA LE PRINCIPALI MOTIVAZIONI PER CUI HAI SCELTO I 3 TEMATISMI



NUOVE SFIDE DELLA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE DI TIPO PARTECIPATIVO

PROPONI PROGETTI INNOVATIVI, DI PICCOLA SCALA O INTEGRATI CHE POTREBBERO ESSERE ATTUATI
è possibile inviare documenti tecnici (relazioni, elaborati ...) all'indirizzo e-mail partecipazione@galseb.it

SEGNALACI SPUNTI DI INTERESSE O SFIDE CHE POTREBBERO ESSERE AFFRONTATE NELLA STRATEGIA

(ad es. vorrei che si esaminassero le seguenti problematiche territoriali, propongo questa idea innovativa sulle tematiche, approfondiamo questo target di beneficiari ...)

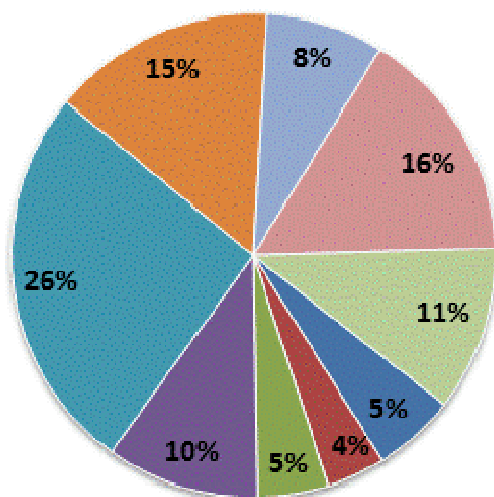
NOTE:

le seguenti proposte hanno un mero valore consultivo e conoscitivo per la progettazione della Strategia e non risulteranno prioritarie in fase di attuazione rispetto a quanto descritto nella medesima Strategia ed in conformità con quanto previsto nel PSR.

I dati personali forniti dall'utente sono tutelati dal D. Lgs. 196 del 30 giugno 2003 (Codice in materia di protezione dei dati personali) e saranno utilizzati e trattati secondo le disposizioni previste dalla normativa vigente.

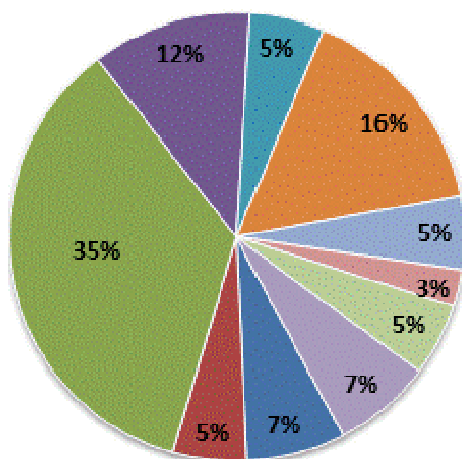
5.1. Risultati dell'indagine

Distribuzione territoriale dei partecipanti all'indagine



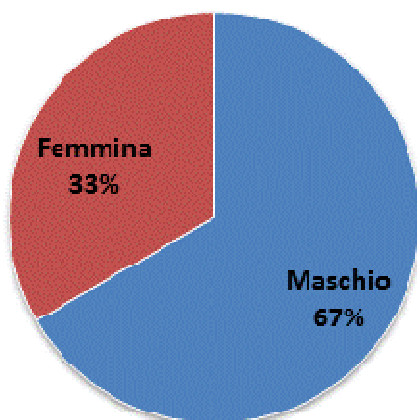
- Acquaviva delle Fonti
- Adelfia
- Bitritto
- Casamassima
- Conversano
- Mola di Bari
- Noicattaro
- Rutigliano
- Altro comune

Categoria professionale dei partecipanti



- Artigiano, Comm. servizi
- Associazioni
- Libero professionista
- Imprenditore agricolo
- Dipendente
- Operatore turistico
- Studente
- Giornalisti
- Pensionato
- Altro

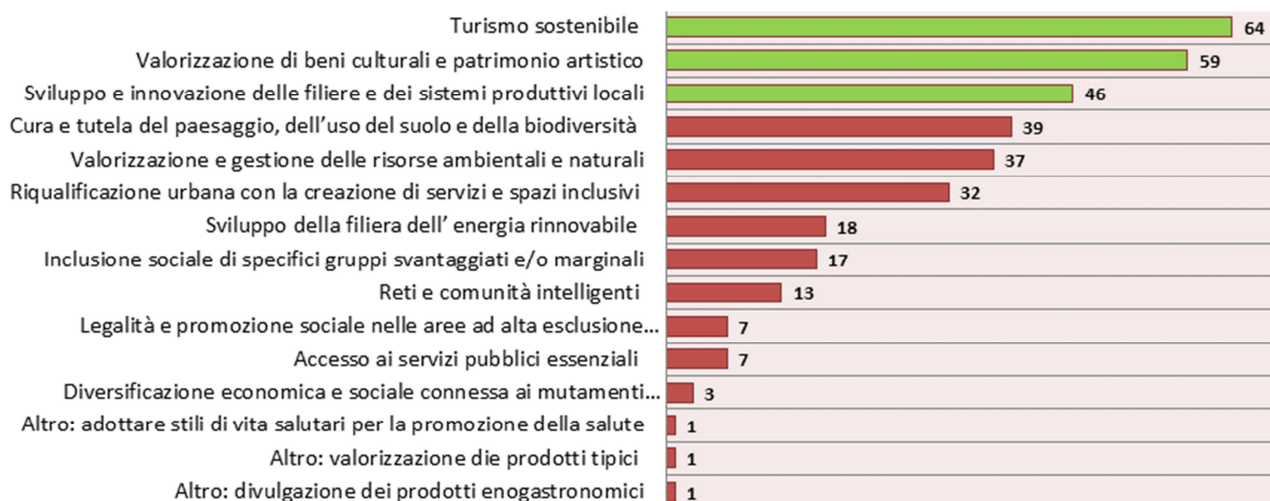
Sesso dei partecipanti



Elenco dei 12 tematismi indicati dalla Regione Puglia

- 1) Sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali
- 2) Sviluppo della filiera dell' energia rinnovabile
- 3) Turismo sostenibile
- 4) Cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità
- 5) Valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali
- 6) Valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio
- 7) Accesso ai servizi pubblici essenziali
- 8) Inclusione sociale di specifici gruppi svantaggiati e/o marginali
- 9) Legalità e promozione sociale nelle aree ad alta esclusione sociale
- 10) Riqualificazione urbana con la creazione di servizi e spazi inclusivi per la comunità
- 11) Reti e comunità intelligenti
- 12) Diversificazione economica e sociale connessa ai mutamenti nel settore della pesca

Preferenze indicate dalla popolazione dell'area GAL



5.2. Motivazioni relative ai tematismi prescelti

Al pari dei tematismi il GAL ha realizzato anche una raccolta delle motivazioni nella scelta del tematismo, di idee progettuali e spunti di interesse da tenere in considerazione per la nuova strategia coinvolgendo direttamente la cittadinanza locale. Accanto ad ogni feedback è stato associato un tematismo. La raccolta è stata condotta sia con questionari cartacei che online.

N.	Tipologia di feedback	Stakeholder	Data	Feedback
1	Preferenze su tematismi	Cittadinanza locale	03/16 – 05/16	345
2	Motivazioni su tematismi	Cittadinanza locale		62
3	Idee progettuali	Cittadinanza locale		28
4	Spunti di interesse	Cittadinanza locale		34
			Totale	469

N.	DESCRIZIONE	TEMATISMI INDICATI
1	<p>Per esperienza diretta, ritengo che il settore turistico sia oggi una soluzione possibile al fine di contrastare la disoccupazione giovanile e la crisi economica della nostra regione e nello specifico, del Comune di Mola di Bari e di tutta l'area del Sud Est Barese. Uno dei fattori critici riscontrati sul campo consiste nella difficoltà di dialogo tra i principali "attori". I Comuni, proprietari di Beni Culturali e Aree Storico - Naturalistiche di interesse, molto spesso risultano deficitari, per mancanza di coordinamento, programmazione strategica e pianificazione strutturata degli interventi in materia. Le Amministrazioni e i settori sembrano molto spesso procedere su binari paralleli e in direzioni divergenti. Le Associazioni, le Guide Turistiche Abilitate, le Agenzie di Viaggio, i Tour Operator faticano ad interloquire con questa caotica "babele". Ritengo fondamentale l'organizzazione di tavoli tematici di settore, che coinvolgano tutti i soggetti sopra citati, al fine di individuare un "soggetto gestore" in grado di trasformare i limiti in fattori critici di successo. Tra questi di primaria importanza l'apertura dei maggiori Beni e luoghi di interesse turistico, una periodica manutenzione (il Castello di Mola di Bari ancora oggi non risulta sufficientemente illuminato, sia esternamente che in diversi ambienti interni), abbattimento delle barriere architettoniche o posizionamento di totem per fruizione virtuale del bene, adeguata segnaletica (stradale, interna ed esterna al bene), comunicazione e promozione strategica dei maggiori eventi e delle peculiarità di ciascun territorio, adeguamento di siti internet istituzionali, apertura e gestione di canali social dedicati al turismo. I Comuni (nelle realtà in cui questo non avviene), dovrebbero inoltre, prevedere una voce di spesa annuale, ad hoc, da destinare ai gestori dell'ufficio I.A.T. che in molte realtà è affidato al servizio gratuito e</p>	<p>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</p> <p>3) turismo sostenibile</p> <p>5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</p>

	volontario di associazioni, in mancanza di sedi e arredi adeguati. Ritengo che l'apporto del GAL Sud Est Barese nei prossimi sei anni di Programmazione Europea 2014-2020 sia di fondamentale importanza, per la comprovata capacità nella creazione di reti e collaborazioni virtuose e per l'attività di mediazione istituzionale e comunicazione territoriale.	
2	Maggior attenzione alle risorse presenti sul territorio, in particolare legate all'ambiente e alla natura, con la riscoperta di antichi sentieri, di viandanti e pellegrini e maggior attività fisica e cammino. Un turismo legato all'attività fisica, e a prodotti a km 0 con un'attenzione al nostro paesaggio senza deturparlo. Creazione e riqualificazione di spazi inutilizzati o lasciati all'incuria in modo tale da produrre nuovi spazi utilizzabili dalla comunità in modo utile. La valorizzazione dei beni culturali presenti sul nostro territorio, di cui molti lasciati all'oblio o non fruibili o addirittura sconosciuti che possono essere riaperti e utilizzati come contenitori culturali per lasciar spazio a creatività, arte, musica.	<p><i>3) turismo sostenibile</i></p> <p><i>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i></p> <p><i>10) riqualificazione urbana con la creazione di servizi e spazi inclusivi per la comunità</i></p>
3	Necessità di migliorare o realizzare servizi nei tre temi scelti, per migliorare l'accoglienza e la vivibilità dei nostri comuni	<p><i>3) turismo sostenibile</i></p> <p><i>5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</i></p> <p><i>10) riqualificazione urbana con la creazione di servizi e spazi inclusivi per la comunità</i></p>
4	Ho indicato questi tre tematismi per le seguenti motivazioni: in relazione alla mia professione, all'interesse per il territorio, all'amore per la natura e al Desiderio/Sogno di costruire che sia, non solo per il mio Comune ma e soprattutto per quelli esterni, innovativo e soprattutto fattibile, ho pensato alla valorizzazione e centralità di questi 3 tematismi in modo particolare. Spero che possiate aiutarmi, attraverso gli strumenti che il GAL solitamente usa, ad utilizzare alcuni ettari di terreno di mia proprietà ed ad oggi ancora (per poco) abbandonati.	<p><i>8) inclusione sociale di specifici gruppi svantaggiati e/o marginali</i></p> <p><i>11) reti e comunità intelligenti</i></p> <p><i>sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</i></p>
5	Per valorizzare le bellezze del nostro territorio.	<p><i>3) turismo sostenibile</i></p> <p><i>5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</i></p> <p><i>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i></p>
6	La cura e la protezione dei beni comuni quali il patrimonio artistico, culturale, immateriale, di un territorio; la valorizzazione delle risorse naturali e della diversità, in un'ottica anche di servizi aperti implementa circuiti virtuosi di sviluppo di legami di appartenenza, di amore e solidarietà nei confronti della propria terra, di rispetto e cura oltre che di cittadinanza attiva.	<p><i>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i></p> <p><i>5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</i></p> <p><i>10) riqualificazione urbana con la</i></p>

		<i>creazione di servizi e spazi inclusivi per la comunità</i>
7	Sono tematiche che possono concorrere sinergicamente allo sviluppo di un turismo sostenibile, non fine a se stesso, ma organizzato in modo tale da produrre nuove opportunità economiche.	<i>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i> <i>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i> <i>3) turismo sostenibile</i>
8	Incentivare le attività turistiche in campo ambientale (trekking, hiking) impiegando guide esperte e formate in senso ambientale ed ecologico. Incentivare un turismo che si basi sulla sostenibilità può permettere un incremento dell'attrattività del territorio.	<i>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i> <i>3) turismo sostenibile</i> <i>5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</i>
9	Ogni settore di intervento è strettamente collegato agli altri, ovviamente sono i settori dove posso operare al meglio della mia preparazione culturale e tecnica. Indubbio la necessità di un progetto coordinato e pluri-interessi, ma soprattutto la necessità di un progetto e non di interventi a macchia di leopardo. La programmazione di sviluppo nel futuro di un'area geografica come quella del Galseb non può che avvenire concretizzano i singoli interventi in una unica operazione sinergica dove sia le amministrazioni che i stakeholder e i cittadini operano insieme.	<i>10) riqualificazione urbana con la creazione di servizi e spazi inclusivi per la comunità</i> <i>1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</i> <i>3) turismo sostenibile</i>
10	Ritengo che non si possa pensare di fare turismo senza partire innanzitutto dalla tutela e cura del paesaggio essendo quest'ultimo il primo attrattore di turismo. Tutto il resto è una conseguenza.	<i>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i> <i>5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</i> <i>1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</i>

11	<p>La nostra regione necessita di oculare azioni locali, finalizzate a scovare o potenziare specificità e punti di forza dei suoi territori. Obiettivo primario deve essere quello di attivare efficaci leve economiche, mirando alla creazione di economie sostenibili, emotivamente gratificanti per tutti i soggetti coinvolti. Le azioni locali vanno poi inserite in un sistema sinergico di cooperazioni internazionali, necessarie per acquisire più visibilità e differente slancio emozionale.</p>	<p><i>3) turismo sostenibile</i></p> <p><i>2) sviluppo della filiera dell' energia rinnovabile (produzione e risparmio energia)</i></p> <p><i>13) altro</i></p>
12	<p>Valorizzare i nostri prodotti agricoli e proporre canale di vendita innovativi, insieme alla riqualificazione di beni culturali con annessa creazione di servizi per la comunità sono a mio avviso i punti dove puntare la nostra attenzione per emergere sul mercato agricolo e fornire nuovi servizi alla comunità, insieme anche a una nuova offerta lavorativa e per accrescere il flusso turistico.</p>	<p><i>1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</i></p> <p><i>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i></p> <p><i>10) riqualificazione urbana con la creazione di servizi e spazi inclusivi per la comunità</i></p>
13	<p>Ho scelto questi tematismi poiché credo fermamente che sia il momento giusto per guardare al turismo quale opportunità concreta di sviluppo in "rete" per il futuro prossimo.</p>	<p><i>3) turismo sostenibile</i></p> <p><i>11) reti e comunità intelligenti</i></p> <p><i>13) altro</i></p>
14	<p>La cura e la tutela del paesaggio dell'uso del suolo e della biodiversità è fondamentale per porre in essere strategie efficaci e per armonizzare gli interventi e le azioni necessarie allo sviluppo nel contesto territoriale. 2)valorizzare le risorse naturali al fine di promuovere il confronto tra i portatori di interesse volto a far emergere i valori percepiti, le opportunità e le potenzialità legate alle risorse naturali. 3) turismo sostenibile, e' necessario diversificare l'offerta turistica rendendola piu' ricca di prodotti e servizi di alta qualità sostenibili dal punto di vista ambientale.</p>	<p><i>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i></p> <p><i>5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</i></p> <p><i>3) turismo sostenibile</i></p>
15	<p>il contesto sociale/economico che stiamo vivendo necessita di grandi quantità di energia per muovere informazioni e merci in ogni parte del globo, bisogna agire a 360° per anticipare e influenzare le tendenze e i bisogni degli individui, per fare ciò e necessario avere una indipendenza energetica valorizzare al meglio le nostre eccellenze e disporre di strumenti e strade digitali all'avanguardia.</p>	<p><i>1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</i></p> <p><i>2) sviluppo della filiera dell' energia rinnovabile (produzione e risparmio</i></p>

		energia) <i>11) reti e comunità intelligenti</i>
16	Curare e tutelare il paesaggio e la biodiversità significa far crescere le risorse culturali a disposizione. Se gli strumenti adottati in questi processi consentono la creazione del senso di comunità direi che l'aspetto partecipativo può diventare la fonte di energia del cambiamento.	<i>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i> <i>valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</i> <i>8) inclusione sociale di specifici gruppi svantaggiati e/o marginali</i>
17	E' necessario dare sempre più importanza alla tutela e alla valorizzazione delle risorse naturali e paesaggistiche regionali, soprattutto considerando che queste rivestono un ruolo sempre più strategico nell'ambito del turismo sostenibile. "La maggiore attenzione all'ambiente e all'eco-sostenibilità del viaggio: da questa nuova sensibilità nasce anche la valorizzazione di destinazioni turistiche non tradizionali: turismo rurale, turismo green in parchi e riserve naturali" (dal rapporto HIGHLIGHTS 2015 di Puglia Promozione). Sempre dal rapporto, si evince l'incremento dell'attenzione rivolta ai beni paesaggistici pugliesi e al prodotto turistico "Natura e turismo attivo". Al di là dell'importante dato legato ai trend, il territorio del sud est barese ha grandi potenzialità dal punto di vista del turismo sostenibile ed accessibile legato alle aree naturali e dovrebbe investire maggiormente su questi temi,	<i>5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</i> <i>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i> <i>3) turismo sostenibile</i>
18	Perché inerenti al territorio rutiglianese.	<i>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i> <i>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i> <i>10) riqualificazione urbana con la creazione di servizi e spazi inclusivi per la comunità</i>
19	Ho scelto questi tre tematismi poiché un territorio per essere turisticamente appetibile deve essere ben organizzato e vissuto dalla propria comunità (tematismo n°10), poi ritengo che il prezioso patrimonio culturale della nostra regione debba essere valorizzato e reso accessibile per il turismo non solo incoming ma anche domestico (tematismo n°6). Infine , ritengo che la fruizione dei beni e	<i>3) turismo sostenibile</i> <i>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i>

	servizi legati al turismo alla cultura e al territorio debba essere sostenibile (tematismo n°3) da più punti di vista (economico, sociale, ambientale).	<i>10) riqualificazione urbana con la creazione di servizi e spazi inclusivi per la comunità</i>
20	Attenzione alle persone e al territorio	<i>3) turismo sostenibile</i> <i>7) inclusione sociale di specifici gruppi svantaggiati e/o marginali</i> <i>2) sviluppo della filiera dell' energia rinnovabile (produzione e risparmio energia)</i>
21	Sostanzialmente perché ci occupiamo già di questo nel nostro territorio e perché riteniamo sia la chiave del successo per lo sviluppo di un territorio come quello del sud est barese.	<i>3) turismo sostenibile</i> <i>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i> <i>7) inclusione sociale di specifici gruppi svantaggiati e/o marginali</i>
22	Perché penso che tutte le altre attività (ricettive, sociali, turistiche, etc.) non possano prescindere dai "tematismi" da me indicati.	<i>5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</i> <i>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i> <i>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i>
23	La nostra vasta esperienza e conoscenza del "pianeta mare" le tematiche relative, la vocazione del territorio e le concrete opportunità in tali contesti non possono non renderle prioritarie in qualsiasi idea di progetto di ristrutturazione sociale, economico e di prospettive del nostro territorio.	<i>1) Sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</i> <i>9) diversificazione economica e</i>

		<p><i>sociale connessa ai mutamenti nel settore della pesca</i></p> <p><i>3) turismo sostenibile</i></p>
24	<p>Ho scelto il primo tema perché solo investendo nella innovazione si ha lo sviluppo delle imprese con ricadute sull'occupazione. Lo sviluppo delle imprese deve avvenire in modo sostenibile (tema 4) valorizzando il patrimonio artistico e culturale del territorio (tema 6).</p>	<p><i>1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</i></p> <p><i>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i></p> <p><i>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i></p>
25	<p>Lo sviluppo delle filiere è il punto più importante su cui lavorare. Siamo tra i maggiori produttori di agroalimentare, ma abbiamo le capacità per diventare i più grandi. Questa sfida si può solo vincere con grandi investimenti nelle energie rinnovabili al fine di ottenere filiere ecosostenibili. Bisogna guardare avanti, ma non dobbiamo dimenticare chi siamo, è quindi opportuno conservare ma soprattutto valorizzare la nostra grandissima biodiversità.</p>	<p><i>1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</i></p> <p><i>2) sviluppo della filiera dell'energia rinnovabile (produzione e risparmio energia)</i></p> <p><i>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i></p>
26	<p>Ho scelto come primo tema la "Valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali" perché una "strategia di sviluppo locale" in un territorio come quello del GAL Sud-Est Barese non possa non partire da una attenzione verso il principale bene a disposizione, ovvero la ricchezza ambientale, culturale, storica e gastronomica. Per anni le comunità locali hanno impegnato numerose risorse, economiche ed umane, cercando di valorizzare la propria realtà territoriale, scontrandosi molto spesso con una non corretta gestione da parte delle Amministrazioni locali, attente al proprio paese e non capaci di sviluppare progetti di ampio respiro. Proprio con l'estensione dell'attenzione all'intero territorio, è possibile ottimizzare le risorse impiegate nella gestione ambientale territoriale, soddisfacendo le esigenze di tutti i soggetti interessati (cittadini, operatori economici, autorità locali, turisti). Ed è qui che si legano il secondo ed il terzo tema, ovvero il "turismo sostenibile" e "reti e</p>	<p><i>5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</i></p> <p><i>3) turismo sostenibile</i></p> <p><i>11) reti e comunità intelligenti</i></p>

	comunità intelligenti”, possibili solo se il primo punto viene rispettato e messo in pratica da un intero territorio come quello del GAL Sud-Est Barese.	
27	<p>Lo sviluppo della filiera delle energie rinnovabili consente alle aziende agricole di utilizzare i prodotti della potatura e gli scarti agroalimentari per produrre energia da fonte rinnovabile . Con gli impianti di trigenerazione per la produzione di calore , freddo ed elettricità l'azienda agricola diventa energeticamente indipendente.</p> <p>La comunità intelligente si concretizza con la costruzione di una rete di interconnessione a fibra ottica ultraveloce. La mobilità sostenibile è la sfida che ci aspetta per i prossimi 5 anni . Se vogliamo cogliere questa opportunità dobbiamo dotarci di un piano infrastrutturale che incentivi la installazione di colonnine di ricarica elettrica nel territorio .</p>	<p>2) <i>sviluppo della filiera dell' energia rinnovabile (produzione e risparmio energia)</i></p> <p>11) <i>reti e comunità intelligenti</i></p> <p>13) <i>altro</i></p>
28	<p>Ho scelto queste 3 tematiche perché sono strettamente connesse tra loro, poiché attraverso reti e comunità intelligenti penso sia più semplice riuscire a valorizzare e promuovere il territorio contemporaneamente dal punto di vista culturale, artistico e ambientale.</p>	<p>6) <i>valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i></p> <p>11) <i>reti e comunità intelligenti</i></p> <p>5) <i>valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</i></p>
29	<p>La fruizione dei luoghi favorisce la riscoperta dei luoghi, favorire la conoscenza soprattutto tra i cittadini che fruiscono quotidianamente questi ignorandone peculiarità e storia, permettere quindi una cittadinanza consapevole. la riqualificazione dei luoghi è quindi fondamentale per attuare tali processi.</p>	<p>5) <i>valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</i></p> <p>6) <i>valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i></p> <p>10) <i>riqualificazione urbana con la creazione di servizi e spazi inclusivi per la comunità</i></p>
30	<p>La cura e la tutela del suolo e le sue biodiversità sono alla base della conoscenza per gli interventi indispensabili alla sua crescita. La valorizzazione del patrimonio artistico e dei beni culturali è indice di civiltà e stimolo per l'implementazione turistica ed economica, oltre che conoscenza ampliata della storia locale. Solo una rete intelligente può favorire una concreta crescita sociale</p>	<p>4) <i>cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i></p> <p>6) <i>valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i></p> <p>11) <i>reti e comunità intelligenti</i></p>

31	Ecologici, tradizioni, stili di vita	<p>3) <i>turismo sostenibile</i></p> <p>4) <i>cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i></p> <p>5) <i>valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</i></p>
32	Necessità di incrementare la qualità dei servizi offerti sul nostro territorio, dalla sostenibilità delle iniziative turistiche allo sviluppo dei localismi.	<p>1) <i>sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</i></p> <p>3) <i>turismo sostenibile</i></p> <p>10) <i>riqualificazione urbana con la creazione di servizi e spazi inclusivi per la comunità</i></p>
33	Sono un tecnico di impianti a basso impatto ambientale. Una gestione alternativa dei prodotti ma soprattutto delle materie seconde sia auspicabile. Il comparto agricolo necessita di innovazione e produzioni mirate. Magari prodotte e distribuite con un brand di appartenenza locale. Altro tema è la gestione di acqua e di energia per non parlare dell'uso di piante utili a disinquinare acque falde e terreni.	<p>1) <i>sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</i></p> <p>2) <i>sviluppo della filiera dell'energia rinnovabile (produzione e risparmio energia)</i></p> <p>3) <i>turismo sostenibile</i></p>
34	Proprietà immobili da destinare al turismo	<p>3) <i>turismo sostenibile</i></p> <p>13) <i>altro</i></p> <p>13) <i>altro</i></p>
35	A mio avviso le risorse naturali intese come fattorie cooperative possono dare il meglio poichè la terra da sempre buoni frutti	<p>4) <i>cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i></p> <p>5) <i>valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</i></p> <p>10) <i>riqualificazione urbana con la creazione di servizi e spazi inclusivi per la comunità</i></p>

36	Maggior valutazione del paesaggio e dell'ambiente conoscenza dei beni culturali ed ambientali presenti nell'area territoriale del nostro GALSEB	<p>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</p> <p>5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</p> <p>1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</p>
37	Perché sono i tematismi più socialmente sostenibili ed ambientalmente meno insostenibili. Ma soprattutto perché impegnano lavoratori in numero elevato con basso numero di ore l'anno lavorate pro-capite. distribuendo il lavoro utile e necessario e non creano occupazione.	<p>1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</p> <p>3) turismo sostenibile</p> <p>10) riqualificazione urbana con la creazione di servizi e spazi inclusivi per la comunità</p>
38	E' fondamentale che lo sviluppo turistico si basi su regole ben precise: sostenibilità, responsabilità sociale e solidarietà. La promozione del patrimonio artistico e culturale è la prima cosa da cui partire per garantire uno sviluppo turistico intelligente. E' doveroso per una società civile rendere il turismo accessibile a tutti.	<p>3) turismo sostenibile</p> <p>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</p> <p>8) inclusione sociale di specifici gruppi svantaggiati e/o marginali</p>
39	Per continuità e sviluppo dei programmi già attivati e che altrimenti non si raggiungerebbero gli obiettivi di medio lungo termine già fissati.	<p>1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</p> <p>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</p> <p>12) diversificazione economica e sociale connessa ai mutamenti nel settore della pesca</p>

40	Sviluppo del territorio in ottica agro turistica	<p>3) <i>turismo sostenibile</i></p> <p>4) <i>cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i></p> <p><i>valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i></p>
41	riqualificazione degli spazi che risultano abbandonati per riqualificarli con spazi che rendono il paese a misura di cittadino.	<p>3) <i>turismo sostenibile</i></p> <p>4) <i>cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i></p> <p>6) <i>valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i></p>
42	Per sviluppare al meglio il territorio	<p>3) <i>turismo sostenibile</i></p> <p>6) <i>valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i></p> <p>10) <i>riqualificazione urbana con la creazione di servizi e spazi inclusivi per la comunità</i></p>
43	Scoperta valorizzazione e conoscenza delle tecniche artigianali tradizionali ed artistiche. Principali destinatari di queste azioni sono i bambini e ragazzi.	<p>6) <i>valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i></p>
43	Il territorio e le risorse in esso contenute, se valorizzato e ben gestito può produrre reddito per gli abitanti del medesimo; lo sviluppo di una filiera dell'energia rinnovabile permette di tenere "pulito" il territorio e di promuovere azioni per il risparmio. L'accesso ai servizi pubblici essenziali è ancora difficoltoso per molti.	<p>5) <i>valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</i></p> <p>2) <i>sviluppo della filiera dell' energia rinnovabile (produzione e risparmio energia)</i></p> <p>7) <i>accesso ai servizi pubblici essenziali</i></p>

44	<p>Perché sono azioni di sistema propedeutiche ad altre azioni, e che contribuiscono a chiudere i cicli di altre, già messe in campo o da implementare</p>	<p><i>1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</i></p> <p><i>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i></p> <p><i>12) diversificazione economica e sociale connessa ai mutamenti nel settore della pesca</i></p>
45	<p>penso che vada proposta l'idea di comunità, della ricerca di come riappropriarsi del proprio patrimonio culturale, sia naturale che paesaggistico, materiale che immateriale, che indubbiamente potrà avvenire attraverso la conoscenza e la tutela. Diffusa questa full immersion potremmo poi trasferirla pari pari (metabolizzata) ai visitatori e alle generazioni future. Infine resta da saldare questo patrimonio di saperi indefinito ed immenso ai luoghi quotidiani di soggiorno, i nostri centri abitati scollati dal territorio e in grado solo di cementificarlo in modo irreversibile (in modo pur superficiale ma sovrapposto).</p>	<p><i>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i></p> <p><i>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i></p> <p><i>10) riqualificazione urbana con la creazione di servizi e spazi inclusivi per la comunità</i></p>
46	<p>Una crescita integrata del territorio interessato, presuppone una interazione virtuosa delle risorse disponibili, principalmente con lo sviluppo delle " Filiere", della biodiversità, dei beni culturali, dell'Associazione e dei Marchi. Di tanto il Gal deve farsi carico, specie per garantire il consumatore dell'origine dei prodotti agricoli.</p>	<p><i>1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</i></p> <p><i>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i></p> <p><i>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i></p>
47	<p>Ad oggi il territorio rutiglianese non ha potuto esprimere al meglio le</p>	<p><i>3) turismo sostenibile</i></p>

	sue potenzialità ricche di testimonianze storiche aree naturali e beni culturali che il gal sta cercando di far sviluppare	<p><i>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i></p> <p><i>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i></p>
48	Il territorio del Comune di Rutigliano è ricco di realtà turistiche poco valorizzate e quasi dimenticate: immensi patrimoni archeologici/storici e aree naturalistiche meravigliose sono poco conosciute e poco sviluppate per incrementare l'economia del nostro paese volgendola a una vocazione più turistica. Il turismo rurale ha subito un enorme incremento e Rutigliano nell'ultimo periodo ha iniziato a far germogliare qualcosa. L'auspicio è che questo germoglio, grazie alla nuova programmazione, possa essere coltivato e fatto fiorire grazie a strategie di promozione e valorizzazione mirate.	<p><i>3) turismo sostenibile</i></p> <p><i>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i></p> <p><i>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i></p>
49	Lo sviluppo e le innovazioni delle filiere per i prodotti locali da la possibilità sull'agro alimentare di ottenere degli ottimi prodotti anche bio, e di venderli a prezzi più accettabili e lo stesso dicasi sulle produzioni ittiche.	<p><i>1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</i></p> <p><i>3) turismo sostenibile</i></p> <p><i>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i></p>
50	La scelta nasce dal fatto che la valorizzazione dell'ambiente e la sua protezione che passa soprattutto attraverso il rispetto verso di esso può offrire a tutta la comunità opportunità di migliore qualità di vita e quindi assicurarsi un investimento sulla propria salute e benessere psico-fisico.	<p><i>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i></p> <p><i>5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</i></p> <p><i>10) riqualificazione urbana con la creazione di servizi e spazi inclusivi per la comunità</i></p>
51	Tutela, conservazione e valorizzazione del patrimonio ambientale, paesaggistico, archeologico del nostro territorio ai fini anche di uno sviluppo non solo culturale e sociale, ma anche economico e turistico	<p><i>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i></p>

	compatibile e rispettoso delle bellezze naturali e dei beni culturali.	<p>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</p> <p>3) turismo sostenibile</p>
52	La dieta mediterranea intesa come stile di vita riconosciuto su basi scientifiche più salutare a livello mondiale, esige una riqualificazione dell'ambiente e del rapporto con esso in senso ampio e sistemico. Il rischio di ridurlo a moda o a vettore turistico strumentale al business immediato è forte e suicida, bisogna partire con le idee chiare sui fattori che hanno determinato la positività della dieta e che possono determinarla nel contesto attuale: sostenibilità ambientale e sociale.	<p>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</p> <p>5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</p> <p>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</p>
53	Riqualificazione coltivazioni agro-ittiche del territorio. Armonizzazione flussi turistici durante l'anno e redistribuzione territoriale a seconda dei periodi stagionali/eventi culturali. Valorizzazione paesaggistica "I muretti a secco in Puglia"	<p>1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</p> <p>3) turismo sostenibile</p> <p>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</p>
54	I miei clienti sono per lo più stranieri e vanno in bici dall'aeroporto o da Bari attraversano spesso il sud est barese per recarsi in valle d'itria o alberobello, mi riportano a volte che nella nostra zona le campagne sono brutte e sporche specie nei dintorni di Bari verso Noicattaro e man mano che ci si avvicina alla valle d'itria le cose migliorano.	<p>3) turismo sostenibile</p> <p>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</p> <p>5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</p>
55	Io produttore agricolo, già nel mio piccolo cerco di difendere e divulgare ai clienti e non solo al prossimo "Bambini", che valorizzando il proprio territorio e le proprie culture, oggi in periodo	<p>1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e</p>

	<p>di crisi, è un'arma vincente e solo così si riesce a far rivalere le proprie qualità. Quindi più si riesce a fare e meglio possiamo lavolare.</p>	<p><i>manifatturieri, produzioni ittiche)</i></p> <p><i>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i></p> <p><i>5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</i></p>
56	<p>Nel nostro territorio c'è un vero e proprio potenziale che viene spesso sfruttato male o nella peggiore dei casi per niente valorizzato.</p>	<p><i>5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</i></p> <p><i>11) reti e comunità intelligenti</i></p> <p><i>accesso ai servizi pubblici essenziali</i></p>
57	<p>Reti intelligenti per approfondire il senso di comunità, per beni culturali si intendono anche quelli ambientali, interventi per una rilettura e una riconversione del paesaggio anche in termini di sostenibilità</p>	<p><i>11) reti e comunità intelligenti</i></p> <p><i>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i></p> <p><i>4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)</i></p>
58	<p>La competitività delle imprese e il rispetto dell'ambiente costituiscono punti strategici per uno sviluppo sostenibile del tessuto imprenditoriale e della comunità;</p> <p>2) Creazione e implementazione di reti commerciali del tessuto imprenditoriale locale, sia esso artigianale che agro-alimentare, al fine di ottenere un effetto moltiplicatore sulla presenza sul mercato nazionale e internazionale;</p> <p>3) La riquaificazione del territorio consente una riduzione dello spreco di suolo, acqua, aria (risorse ambientali) e il miglioramento degli standard degli stili di vita.</p>	<p><i>2) sviluppo della filiera dell' energia rinnovabile (produzione e risparmio energia)</i></p> <p><i>1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</i></p> <p><i>10) riqualificazione urbana con la creazione di servizi e spazi inclusivi per la comunità</i></p>

59	Tutela delle risorse energetiche e ambientali; Offrire ai mercati esistenti una più ampia gamma di prodotti e servizi; Ricerca di nuovi mercati.	<p>2) sviluppo della filiera dell' energia rinnovabile (produzione e risparmio energia)</p> <p>10) riqualificazione urbana con la creazione di servizi e spazi inclusivi per la comunità</p> <p>1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</p>
60	La competitività delle imprese passa attraverso la conoscenza delle proprie potenzialità, attraverso la creazione e il consolidamento delle reti, attraverso la conoscenza e l'impiego delle risorse naturali e l'ottimizzazione dei consumi.	<p>2) sviluppo della filiera dell' energia rinnovabile (produzione e risparmio energia)</p> <p>5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</p> <p>1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</p>
61	Individuazione/realizzazione di aree/strutture specifiche per le discipline sportive accessibili ai disabili, concesse in uso alle società sportive locali che svolgano un lavoro sinergico con le istituzioni e con gli uffici dei servizi sociali, della pubblica istruzione , della cultura al fine di ridurre le problematiche inerenti l'integrazione, la dispersione scolastica, il recupero dei minori a rischio, l'accessibilità dei disabili. Rete dei servizi necessari per ottimizzare gli interventi in favore dei soggetti svantaggiati.	<p>10) riqualificazione urbana con la creazione di servizi e spazi inclusivi per la comunità</p> <p>8) inclusione sociale di specifici gruppi svantaggiati e/o marginali</p> <p>7) accesso ai servizi pubblici essenziali</p>
62	La comunità di Acquaviva ritiene di avere potenzialità inespresse nel settore turistico e della valorizzazione della propria filiera agroalimentare e su questi due assi, accanto a quello dello sviluppo dell'indotto sociosanitario, legato alla presenza dell'ospedale Miulli,	<p>1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)</p>

	<p>sta cercando di concentrare i suoi sforzi</p>	<p><i>3) turismo sostenibile</i></p> <p><i>6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i></p>
--	--	--

Si precisa che 48 feedback all'individuazione dei tematismi sono pervenute senza alcun commento, idea o proposta ma solo con l'indicazione della preferenza.

5.3. Principali idee progettuali raccolte

Di seguito si presentano le idee progettuali raccolte in occasione dell'indagine conoscitiva. Al fine di identificare meglio le priorità espresse dal territorio attraverso la consultazione, si riporta di seguito, l'aggregazione delle iniziative legate agli interventi proposti nell'indagine conoscitiva del GAL.

Idee progettuali: 28

Ambito di riferimento delle idee progettuali	n.
1. <i>sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali</i>	1
2. <i>sviluppo della filiera dell' energia rinnovabile</i>	6
3. <i>turismo sostenibile</i>	8
4. <i>cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità</i>	10
5. <i>valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</i>	1
6. <i>valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</i>	3
7. <i>inclusione sociale di specifici gruppi svantaggiati e/o marginali</i>	3
8. <i>reti e comunità intelligenti</i>	1
9. <i>diversificazione economica e sociale connessa ai mutamenti nel settore della pesca</i>	1

N.	PROPOSTA PARTENARIATO SOCIO-ECONOMICO	AMBITO DI RIFERIMENTO
1	In molti Comuni del Sud Est Barese l'innovazione purtroppo coincide con la tardiva attivazione di servizi minimi per il cittadino e il turista. Ritengo di primaria importanza mettere a "sistema" e promuovere in "rete" i principali Beni Culturali dell'area del Sud Est (per beni Culturali mi rifaccio alla definizione presentata nel Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio e nel Testo Unico, "Beni Materiali e Immateriali di interesse ambientale, storico-artistico, demo etno antropologico, bibliografico ecc) attraverso la creazione di un Sito Internet dedicato, collegato ai principali Social Network e con la possibilità di collegare APP dedicate per tablet e smartphone. L'utilizzo delle tecnologie I.C.T. sono oggi di fondamentale importanza per la consultazione (il sito dovrebbe essere accessibile e tradotto nelle principali lingue UE) e per il servizio di prenotazione On-Line della visita - esperienza del visitatore. Il Castello di Mola potrebbe essere dotato (tramite emissione di un Bando di Gestione almeno quinquennale) di servizio di biglietteria e bookshop. Si dovrebbe provare ad improntare il settore turistico sul concetto "no barrier", provvedendo ad abbattere gradualmente le barriere architettoniche o predisponendo altri canali di fruizione (totem virtuali,	(6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio

	segnaletica e produzione di Guide Turistiche dell'area del Sud Est Barese per ipovedenti e non vedenti, in Braille, audio guide ecc ecc).	
2	Progetti di musica, teatro, cinema per il recupero della legalità e della promozione sociale in tutte quelle aree ad alta esclusione sociale.	(8) inclusione sociale di specifici gruppi svantaggiati e/o marginali
3	Marketing territoriale, incoming, sviluppo turismo rurale, con la realizzazione di un numero di press tour da stabilire, intercettando stampa nazionale ed estera che costantemente racconta, promuove e valorizza il territorio.	(3) turismo sostenibile
4	Progetti di cooperazione interterritoriale e transnazionale, elaborazione di politiche di cooperazione internazionale. Costituzione di reti d'impresa nel turismo e nell'agroalimentare, possibilmente con altri partner nazionali e transnazionali per la promozione di tutte le risorse culturali presenti.	(1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali
5	Vorrei che un monumento del mio paese fosse ristrutturato, è un palazzo Roberti-Alberotanza.	(6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio
6	Progetto per definire una metodologia che consenta di valutare l'apporto fornito dall'agricoltura alla tutela della biodiversità, servendosi delle farfalle come bioindicatori (attività di ricerca, divulgazione e formazione per promuovere la ottimizzazione ambientale e sociale).	(4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità
7	Progetto Asini. L'obiettivo è quello di utilizzare questi animali, per lo sfalcio naturale delle aree naturali. Il progetto potrà configurarsi come utile azione per scopi didattici e per la pulizia degli incolti.	(5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali
8	Progettazione di itinerari turistici esperienziali integrati sulle tracce del Cronicon dello storico cronista trecentesco Domenico da Gravina, che narra delle vicende accadute nei territori della Terra di Bari in occasione delle lotte di successione al trono angioino nella prima metà del XIV sec. Sarebbero itinerari da percorrere con bici, a cavallo, tappe con degustazione di prodotti tipici in masserie, aziende agricole, pernottamenti in b&b caratteristici, in dimore storiche, rievocazioni e drammatizzazione degli eventi, organizzazione di spettacoli musicali e di danza antica o anche produzione di cortometraggi storici e fiction ambientate nei territori del GAL.	(3) turismo sostenibile
9	L'uso diffuso di determinati prodotti fitosanitari nel primissimo periodo estivo è un evidente freno allo sviluppo del turismo	(4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità

	<p>rurale oltre che un ostacolo alla convivenza dell'agricoltura con il centro urbano. L'alternativa ai suddetti prodotti sarebbe la confusione sessuale. Sarebbe interessante capire se sia attuabile una strategia di confusione sessuale su larga scala a livello comunale, con la formazione di una specie di "cordone" .</p>	
10	<p>Censimento, realizzazione di un herbarium e pubblicazione di una checklist della flora di un territorio. Indagine, valorizzazione e pubblicazione dei beni immateriali etnobotanici.</p>	<p>(4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità</p>
11	<p>Modalità di valorizzazione dei beni culturali e degli eventi legati al territorio che sia innovativa e immersiva puntando al coinvolgimento diretto dei partecipanti tramite dinamiche di gioco (gamification).</p>	<p>(6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</p>
12	<p>I progetti che la nostra azienda agricola vorrebbe realizzare sono: 1) valorizzazione della gravina di monsignore con l'inserimento all'interno della stessa di asini di martina franca, che servirebbero a tener pulito il sottobosco (e non solo) ed a fungere da cavalcatura lungo un itinerario(anche per persone diversamente abili) da realizzare all'interno della gravina. Per raggiungere la gravina verrebbe utilizzato un carro (20/25 posti) trainato da stalloni Lipizzani "linea Conversano", pronto anche a trasportare "carrozze". 2) Valorizzazione del centro di cerasicultura "Bonomo",che verrebbe raggiunto con un carro trainato dai lipizzani, dove con l'ausilio di guide ad hoc, verrebbero illustrate dapprima tutte le caratteristiche delle varie Cultivar presenti per poi passare alla raccolta delle ciliege stesse. Inoltre vista la presenza di spazi adibiti a seminativo, coltiveremmo(a grano senatore cappelli) gli stessi con l'ausilio della sola trazione animale, operazioni che vorremmo fare in presenza di scolaresche e di turisti. Il filiera del grano, macinatura ed utilizzo per produrre pasta ,pane,etc. verrebbe chiusa presso la nostra masseria "Serena" in contrada Casopietro a Conversano.</p>	<p>(4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</p>
13	<p>Formazione tecnico professionale. Riqualificazione professionale. Approfondimento di temi specifici prioritari nella corretta. Implementazione delle professioni del mare. Monitoraggio del mare, delle coste e delle specie ittiche per uno sfruttamento consapevole, ecc.</p>	<p>(12) diversificazione economica e sociale connessa ai mutamenti nel settore della pesca</p>

14	Realizzazione di un impianto di compostaggio.	(2) sviluppo della filiera dell' energia rinnovabile
15	La coltivazione di ortaggi fuori suolo è il futuro!	(4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità
16	<p>Il progetto che propongo si basa sullo sviluppo di un Sistema di Gestione Ambientale, esteso a tutto il territorio e a tutte le attività comunali, nell'ottica del miglioramento continuo delle performance e dell'aumento e diffusione delle politiche e strategie di tutela e valorizzazione dell'ambiente.. Un Sistema di Gestione Ambientale che permetta di individuare, valutare e monitorare gli aspetti ambientali e di controllare con maggiore efficacia il grado di soddisfazione dei fruitori del territorio, turisti con differenti sensibilità culturali ed ambientali, ma anche cittadini che sono parte integrante del tessuto sociale ed economico che stabilmente abitano, lavorano e si organizzano in associazioni per valorizzare il territorio. La conduzione ottimale, dal punto di vista ambientale, dell'intera area può nascere solo dall'interazione tra i soggetti, interessati a rispondere positivamente ai criteri di salvaguardia ambientale, seguendo tutti un chiaro schema di sviluppo creato insieme. D'altra parte è interesse delle autorità locali assicurare a tutta l'area una crescita economica compatibile con il rispetto dell'ambiente amministrato, promuovendo lo sviluppo sostenibile di un ambito a forte vocazione turistica. Quindi il Sistema di Gestione Ambientale, che propongo ha lo scopo di prevenire e ridurre gli impatti ambientali e valorizzare il territorio grazie alla collaborazione tra istituzioni, cittadini, operatori economici e turisti. Questo è stato già realizzato in altre realtà italiane garantendo miglioramenti misurabili sia in termini di performance degli aspetti ambientali (raccolta differenziata dei rifiuti, consumi idrici ed energetici, efficienza nella depurazione delle acque) sia in termini di flussi turistici, soddisfazione degli ospiti, che benessere degli abitanti. Resto a disposizione per maggiori chiarimenti e per approfondire il progetto da me proposto.</p>	<p>(5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali</p> <p>(3) turismo sostenibile</p>
17	Progetto per l'utilizzo di biomasse rivenienti dalla potatura ,	(2)

	dagli scarti alimentari e dagli scarti caseari per la produzione di energia elettrica, calore e refrigerazione.	sviluppo della filiera dell' energia rinnovabile (produzione e risparmio energia)
18	Progetto per la connettività alla rete nazionale della banda ultraveloce in fibra ottica; Piano infrastrutturale per la installazione di 50 colonnine pubbliche di ricarica veloce di veicoli elettrici da installare in 21 paesi dell'area metropolitana di Bari.	(11) reti e comunità intelligenti
19	Costruzione di un Thermocompost per produrre acqua calda sanitaria e riscaldamento a basso impatto ambientale per un risparmio di risorse fossili e un miglioramento della produzione agro alimentare. Produzione di compost e insegnamento buone pratiche in agricoltura.	(2) sviluppo della filiera dell' energia rinnovabile (produzione e risparmio energia)
20	Progetti di fruizione alternativa, secondo la tipologia di eventi proposti da tou.play, progetti specifici per luoghi monumenti ed eventi, favorendo la partecipazione di minori ed adulti, attraverso la gamification, proposte verranno inviate all'indirizzo indicato.	(3) turismo sostenibile
17	Piano Eradicazione Paratubercolosi bovina e ovicaprina connessa molto probabilmente a morbo di croont umana, Molti caseifici richiedono la certificazione di indennità per questa malattia. Questa possibilità di finanziare questo piano potrebbe dare in prospettiva la possibilità di fornire latte sano con un alto valore economico che di darebbe ancora la possibilità alle aziende zootecniche di alimentare il mercato.	(4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversita'
18	Avete pensato a usare il Vetiver per bonificare C.da Martucci? Il vetiver è una pianta non infestante utile a questo compito. Sono in contatto con l'organismo che promuove in Italia la sua diffusione presentando i casi e metodologia già applicate.	(4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversita'
19	Aziende agricole laddove si possa coltivar, allevare con inserimenti anche di soggetti socialmente deboli e reinserimenti ex detenuti	(8) inclusione sociale di specifici gruppi svantaggiati e/o marginali

20	Ripristinare la rotazione mediante apposita filiera che organizzi in modo sistematico e sistemico la pratica valorizzando opportunamente le colture usate, commercializzandole o trasformandole.	(4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversita'
21	Sviluppare un percorso cavalcabile all'interno della lama per promuovere il turismo ippico.	(3) turismo sostenibile
22	Ho presentato 2 idee per il progetto v.i.a. che potrebbero essere appropriate anche qui: 1) utilizzazione posidonia spiaggiata per lettieri di bovini, con chiusura di ciclo in compostiera aziendale per uso aziendale; 2) promuovere pratica diffusa della rotazione, creando filiere dedicate di specie utili a fine erboristico, zootecnico, energetico e di ricerca.	(4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversita'
23	Il Centro di Valorizzazione della Cerasicoltura di Conversano, una risorsa per il territorio del Gal, può svolgere il compito del trasferimento delle innovazioni di processo e di prodotto, specie per le scelte varietali, affinché siano concretamente applicate dagli imprenditori agricoli; nel contempo tutela e conservazione della biodiversità di tutti i fruttiferi.	(4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversita'
24	Il turismo è importantissimo per il nostro territorio, va curata molto l'accoglienza non solo da parte degli operatori turistici, degli addetti ai lavori e da chi entra in contatto con gli ospiti. Provato dal vero, visto che come giudice di tuffi delle grandi altezze - Cliff diving - mi sono inventato i campionati del	(3) turismo sostenibile

	<p>mondo di tuffi dal 1992 a Polignano a Mare da quell'anno è esplosa la voglia di vivere la città per molti sconosciuta. Dal 2008 con l'arrivo della Red Bull a livello mondiale in continuo aumento le persone. Nell'anno 2015 le presenze erano di quasi 60.000 persone.</p>	
25	<p>Governance integrata dei bisogni in adolescenza. resilienza di comunità'. a) flusso di gestione dei processi integrati tra ospedale, territorio, scuola e altri contesti dello sport e del tempo libero. b) continuità fra investimenti sui fattori di protezione, rischio e presa in carico assistenziale. c) modello di governance di comunità' secondo il setting based approach.</p>	<p>(8)</p> <p>inclusione sociale di specifici gruppi svantaggiati e/o marginali</p>
26	<p>Recupero di un importante bene archeologico, la Muraglia di Azetium sita in contrada Castiello, scongiurarne il rischio di distruzione e scempio (rischio incipiente) con un progetto che preveda la realizzazione di un tratturo (in parte esistente) che corra parallelo alla Muraglia - all'interno e all'esterno- e che la renda fruibile a cittadini e turisti. Percorso inserito in itinerari turistici e adeguatamente pubblicizzato e indicato a livello stradale. Contrada Castiello è già inserita nel percorso "Natural Mete" del Gal Sud-Est barese.</p>	<p>(3)</p> <p>turismo sostenibile</p>
27	<p>Valorizzazione maschere apotropaiche presenti nel territorio di Adelfia in ottica turistica.</p> <p>Valorizzazione della dualità Canneto / Montrone nella città di Adelfia.</p>	<p>(3)</p> <p>turismo sostenibile</p>

28	<p>Percorsi religiosi culturali di rete</p> <p>Valorizzazione del patrimonio storico – religioso – culturale da mettere in rete per ricostruire le origini delle popolazioni locali, delle tradizioni e delle tipicità del nostro territorio.</p> <p>Recupero della conoscenza delle tipicità e caratteristiche paesaggistiche ambientali che collegano i comuni del GAL</p>	<p>(3)</p> <p>turismo sostenibile</p> <p>(6)</p> <p>valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio;</p>

5.4. Spunti di interesse o sfide proposte dalla popolazione

Nella medesima indagine sono stati raccolti anche potenziali spunti di interesse o sfide da tener presente nella nuova strategia. Di seguito il risultato raccolto in occasione della indagine.

Spunti di interesse o sfide proposte: 34

N.	DESCRIZIONE SFIDA E SPUNTI DI INTERESSE PERVENUTI	TEMA DELLA SFIDA
1	<p>Realizzazione di Tavoli tematici sui seguenti argomenti:</p> <p>1) Turismo lento e sostenibile (il 2016 è l'anno dei Cammini) puntando a riscoprire, valorizzare e restituire alla pubblica fruizione delle principali Vie Sacre, antichi Tratturi e percorsi che storicamente hanno interessato la nostra Regione; 2) Valorizzazione e promozione del patrimonio enogastronomico locale attraverso le nuove tecnologie I.C.T; 3) Pianificazione strategica della promozione turistica dell'area del Sud Est Barese; 4) Servizi aggiuntivi per il visitatore (puntare ad una maggiore segmentazione del turista, rendendo unica la propria esperienza). Programmare servizi stabili Forma Alla, For Kids e Forma Pets;</p>	<p>(3) turismo sostenibile</p>
2	<p>Inizierei dalla formazione sulla nuova programmazione 2014-2020.</p>	<p>(1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali</p>
3	<p>Approfondiamo target soggetti svantaggiati che potrebbero beneficiare di progetti legati all'agricoltura sociale, alla valorizzazione dei vecchi mestieri artigiani, con la creazione di scuole dei mestieri.</p>	<p>(1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali</p>
	<p>Sviluppiamo il tema della cooperazione e delle reti d'impresa unica strada possibile per dialogare con i mercati che contano.</p>	<p>(1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali</p>
4	<p>Possibilità di inserimento della città di Monopoli nel GAL. Utilizzare dei beni culturali lasciati all'oblio e renderli fruibili attraverso una gestione integrata (Comune,</p>	<p>(6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio;</p>

	<p>associazioni ad esempio) e dove poter organizzare mostre di artisti locali, su tematiche locali e di sensibilizzazione (come il problema dei rifiuti che "il mare ci restituisce sulle nostre spiagge") oppure con dei corsi e attività laboratoriali per minori che hanno abbandonato le scuole, o bambini (attività legate al territorio). Per quanto riguarda il settore pesca, utilizzare i nostri pescatori per raccontare la storia, le tradizioni, la vita in mare, le varie specie, e organizzare cooking show con le famiglie dei pescatori. Creare un museo del mare che veda un insieme di tradizione orale, scritta, oggetti del nostro territorio e legati al mare. Un modo di conservare il nostro patrimonio.</p>	<p>(12) diversificazione economica e sociale connessa ai mutamenti nel settore della pesca</p>
5	<p>Vorrei che ristrutturassero il palazzo Roberti-Alberotanza, è un palazzo signorile del 1700-1800.</p>	<p>(6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio;</p>
6	<p>inviti alla scoperta attiva e esplorativa della storia, della geografia, del patrimonio immateriale, della propria terra rivolti a alunni e studenti.</p>	<p>(6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio;</p>
7	<p>Programmazione e sviluppo di un turismo sostenibile, non casuale, ma basato sulla valorizzazione e utilizzo delle principali risorse locali più apprezzate nel mondo: patrimonio architettonico-culturale-paesaggistico, unitamente alle tradizioni gastronomiche altrettanto apprezzate nel mondo, al fine di organizzare itinerari culturali-gastronomici a tema, che raggruppino in un tema diversi eventi e luoghi, anche stagionali, da vendere sotto forma di pacchetti turistici all inclusive.</p>	<p>(3) turismo sostenibile</p>
8	<p>La Valorizzazione degli aspetti naturalistici e delle dimore e masserie storiche. Percorsi innovativi ed emozionanti.</p>	<p>(6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio</p>
9	<p>I turisti visitano i luoghi (centri storici, musei, chiese, cattedrali e castelli) principalmente nella fascia oraria 10,00</p>	<p>(3) turismo sostenibile</p>

	- 18,00. Nella maggior parte dei nostri centri storici tra le h 13,00 e le h 17,30 i negozi, le chiese ed i monasteri sono chiusi. I turisti lamentano continuamente questo disservizio.	
10	Vorrei si approfondissero le esigenze delle piccole aziende agricole che costituiscono la reale ossatura economica del comune di Rutigliano ,Noicattaro e Conversano , in modo da coinvolgerle e accompagnarle nello sviluppo(attualmente molti progetti sono visti con diffidenza e sentiti estranei oltre a creare confusione). Ad esempio vi segnalo l'interesse di molti imprenditori agricoli verso le strategie di sviluppo adottate nelle altre aree europee nelle quali si produce uva da tavola.	(1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)
11	Incontri pubblici di presentazione e raccolta dati.	n.d.
12	La strategia potrebbe puntare ad una promozione turistica dal basso che preveda il coinvolgimento della comunità o di fasce della popolazione svantaggiate (anziani, minori con difficoltà) in un'ottica di innovazione sociale.	(3) turismo sostenibile
13	la sfida sarebbe quella di dimostrare fattivamente che, anche al sud, quando si vuole, si possono realizzare dei progetti di eccellenza, dove i giovani mettono a nudo tutta la loro inventiva,capacità organizzativa ed attaccamento alla propria terra oltre alle grandi competenze.	(13) altro
14	ripopolamento del mare, difesa della fauna, difesa del mare da agenti inquinanti, nuove professioni del mare ecc.	(5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali (12) diversificazione economica e sociale connessa ai mutamenti nel settore della pesca
15	Valorizzazione del patrimonio archeologico.	(6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al

		territorio;
16	<p>La mobilità sostenibile è la sfida più urgente . " Se non costruiamo i binari non possiamo sperare che passi il treno". Esiste un progetto europeo chiamato "corridoio elettrico " ove viene inserito , di volta in volta che si installa una colonnina di ricarica , il sito in una mappa interattiva .</p> <p>Riuscire a dotare il nostro territorio di una rete infrastrutturale smart di ricarica significa interconnettere il nostro territorio alla rete europea delle smart city. Noi abbiamo presentato la settimana scorsa al comune di Mola di Bari e a quello di Bari un piano infrastrutturale che collega 21 paesi della provincia di Bari.</p>	<p>(11)</p> <p>reti e comunità intelligenti</p>
17	<p>Riscaldare in maniera eco compatibile e senza usare combustibili fossili. Abbassare i costi di produzione agricola. Fare efficienza energetica diffusa.</p>	<p>(2)</p> <p>sviluppo della filiera dell' energia rinnovabile (produzione e risparmio energia)</p>
18	<p>Presentare i luoghi della cultura rinnovando l'approccio come già fatto per i luoghi quali castello normanno svevo Bari, cimitero monumentale di Bari ha permesso una fruizione partecipata di luoghi ignorati non per il loro valore ma per un vizio culturale degli abitanti di questi luoghi. è questa la sfida, rinnovare il linguaggio di noi operatori.</p>	<p>(6)</p> <p>valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio;</p>
19	<p>Se il comparto agricolo volesse ottenere un risparmio energetico per il proprio comparto e produrre una forma naturale di acqua calda sanitaria e riscaldamento proporrei un impianto di pacciamatura e compost per impianto a pavimento con costi risibili.</p>	<p>(2)</p> <p>sviluppo della filiera dell' energia rinnovabile (produzione e risparmio energia)</p>
20	<p>Le azioni locali dovrebbero puntare non tanto alla creazione di nuova occupazione quanto alla redistribuzione del lavoro utile e necessario. Sa un lato supportando i soggetti economico-produttivo a valorizzare i vantaggi (anche solo meramente in termini di produttività) del lavoro part time e dall'altro supportando i lavoratori a tempo pieno a passare al lavoro part time (sperimentandone i vantaggi, accedendo ai diritti normativi, scoprendo il gusto di godersi il proprio</p>	<p>n.d.</p>

	tempo liberato, riscoprendo soluzioni di vita meno dipendenti dal reddito, ecc...)	
21	La scarsa illuminazione dei monumenti e il loro degrado	(6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio
23	Internazionalizzazione, specie con est. filiera corta e filiera lunga sono 2 facce stessa medaglia diverse ma con lo stesso valore. Strategia integrata di entrambe. Integrare PSR con strategia regione adriatica. Promuovere e valorizzare dieta mediterranea come stile di vita e prevenzione malattie	(1) sviluppo e innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali (agro-alimentari, artigianali e manifatturieri, produzioni ittiche)
24	Avere la possibilità di ristrutturare il palazzo alberotanza ubicato a Mola di Bari	(6) valorizzazione di beni culturali e patrimonio artistico legato al territorio
25	- le lame sono state la "cerniera" motivazionale del GAL SEB e i finanziamenti attuali consentono di poter attivare le azioni di risanamento/valorizzazione auspicate. un tavolo tematico specifico è auspicabile. - l'innalzamento dei mari e il loro riscaldamento sono problemi minacciosi che non possono essere sottovalutati e sottostimati, la verifica della sostenibilità delle proposte alla luce di queste 2 minacce e la resilienza ad esse è necessaria.	(5) valorizzazione e gestione delle risorse ambientali e naturali
26	Curare molto il paesaggio, l'uso del suolo che può rendere la biodiversità vegetale che animale	(4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)
27	Sarebbe utile affrontare tematiche relative a titolo del progetto, tenendo conto dell'incidenza che errati stili di vita hanno sul proprio stato di salute e dei costi in termini di	(13)

<p>benessere socio-economico del territorio. Uno dei fenomeni in aumento a partire dai primi anni di vita è il sovrappeso e l'obesità. Nelle persone obese si notano i seguenti fenomeni: carenza di sonno, carenza di autostima, basse abilità sociali, comportamento alimentare deviante, perdita di controllo. La depressione è collegata all'obesità nelle giovani adolescenti (14-19 anni), risulta in aumento la % di depressione nelle persone con sindrome metabolica e alto livello di cortisolo nelle urine. Nei più giovani, soprattutto nelle ragazze adolescenti, si nota un collegamento fra Indice di Massa Corporea, massa grassa (rapportata alla massa magra) e depressione. Negli studi condotti si è notato che quanto più giovani erano le ragazze in cui si manifestava lo stato depressivo, tanto maggiore era il livello di massa grassa nel tempo. Per esempio le bambine che hanno subito stress da abuso sessuale, che rappresenta il trauma più severo e complicato che si possa subire, hanno nella maggior parte dei casi un alto Indice di massa Corporea. (Pervanidou et al 2013). In sintesi i bambini in sovrappeso o obesi presentano:</p> <ul style="list-style-type: none"> • un maggior livello di ansia e depressione. Può trattarsi di ansia di stato (in un certo momento) o ansia di stato caratteristico (costante); • un maggior livello di internalizzazione dei problemi. <p>Quelli che internalizzano hanno un livello notturno di ormone dello stress (cortisolo) più alto. Non è ancora stato studiato il livello di cortisolo in chi esternalizza i problemi (aggressività). Tutti questi bambini non presentano diagnosi per problemi di salute, hanno solo dei sintomi. Quindi non basta fare una valutazione nutrizionale e sul livello di attività fisica, ma è necessario aggiungere la valutazione dell'assetto comportamentale ed emozionale del bambino, cioè la sua reazione in caso di sollecitazione allo stress e ansia. Si tratta di ampliare la visione degli stili di vita. Oltre ai fattori intesi classicamente da tutti i programmi di Educazione alla Salute, che fanno riferimento alle abitudini alimentari, al consumo di tabacco, alcol e altre sostanze inebrianti, alla pratica di attività fisica, recenti studi hanno inserito tra gli stili di vita anche la percezione psicologica e sociale del proprio vivere.</p>	<p>altro</p>
--	--------------

28	Aumento malattie non trasmissibili (cardiovascolari, diabete, tumori) e cibo nella culla della dieta mediterranea: analisi dei fattori culturali e ambientali modificabili.	(13) altro
29	Promuovere itinerari turistici, per target diversi, che facilitino la conoscenza dei luoghi delle culture e della storia che hanno prodotto la Dieta Mediterranea.	(13) altro
30	Valorizzare quello che si è fatto, si sta facendo e si farà in vista della expo Biennale Dieta Mediterranea 2016, proiettata a divenire stabile e internazionale.	(13) altro
31	Sfruttamento del riccio di mare a causa della crescente richiesta del mercato europeo e mondiale. Studio dei nuovi fenomeni migratori del nostro territorio.	(12) diversificazione economica e sociale connessa ai mutamenti nel settore della pesca
32	Giornate di "pulizia del territorio" ad opera degli operatori degli attori aderenti al GAL SEB. Modalità da discutere assieme, ma potrebbe essere da stimolo e tra noi e per gli altri a capire cosa si intende per cura del territorio.	(4) cura e tutela del paesaggio, dell'uso del suolo e della biodiversità (animale e vegetale)
31	Io proporrei di continuare ad aiutare i piccoli produttori, nel mio caso di fare qualcosa in più nel mio settore "Vitivinicoltore, dalla Terra alla Vendita Diretta di Vino".	n.d.
32	Io propongo il progetto in breve su da me descritto, in quanto a mio parere renderemmo più sicuro e tecnologico il percorso di conoscenza dei nostro territori.	n.d.
33	Rionalità dei territori (valorizzazione)	n.d.
34	Elementi di divisione dei territori che identificano i	n.d.

	quartieri, i rioni o le frazioni (ad es. Alvei, cinte, tratturi)	
--	--	--

6. Dirette Streaming

La terza azione, volta a rafforzare la e-partecipation della cittadinanza alla strategia, sono state le dirette streaming di marzo e aprile. Le dirette sono state utilizzate sia in occasione dei seminari informativi e delle SWOT sia come momenti di approfondimento per il territorio. In questo caso è stata realizzata una striscia informativa di 4 dirette streaming sui settori socio economici dell'area. Al fine di offrire un contributo alla discussione sono stati ospitati imprenditori, rappresentanti di reti di imprese, organizzazioni professionali e del partenariato economico e sociale. Le dirette hanno totalizzato 779 visualizzazioni.

N.	Diretta streaming	Stakeholder	Data	Visualizzazioni
1	Diretta del seminario informativo	Cittadinanza	18/03/2016	126
2	Le SWOT online: strumento di e-partecipation	Cittadinanza	22/04/2016	95
3	Il GAL SEB presenta le SWOT online	Cittadinanza	26/04/2016	94
4	Puntata su settore "Turismo e Cultura"	Cittadinanza	27/04/2016	124
5	Puntata su settore "Agricoltura e Ambiente"	Cittadinanza	28/04/2016	150
6	Puntata su settore "Commercio e Artigianato"	Cittadinanza	29/04/2016	110
7	Puntata su settore "Pesca ed Acquacoltura"	Cittadinanza	02/05/2016	80
Totale				779

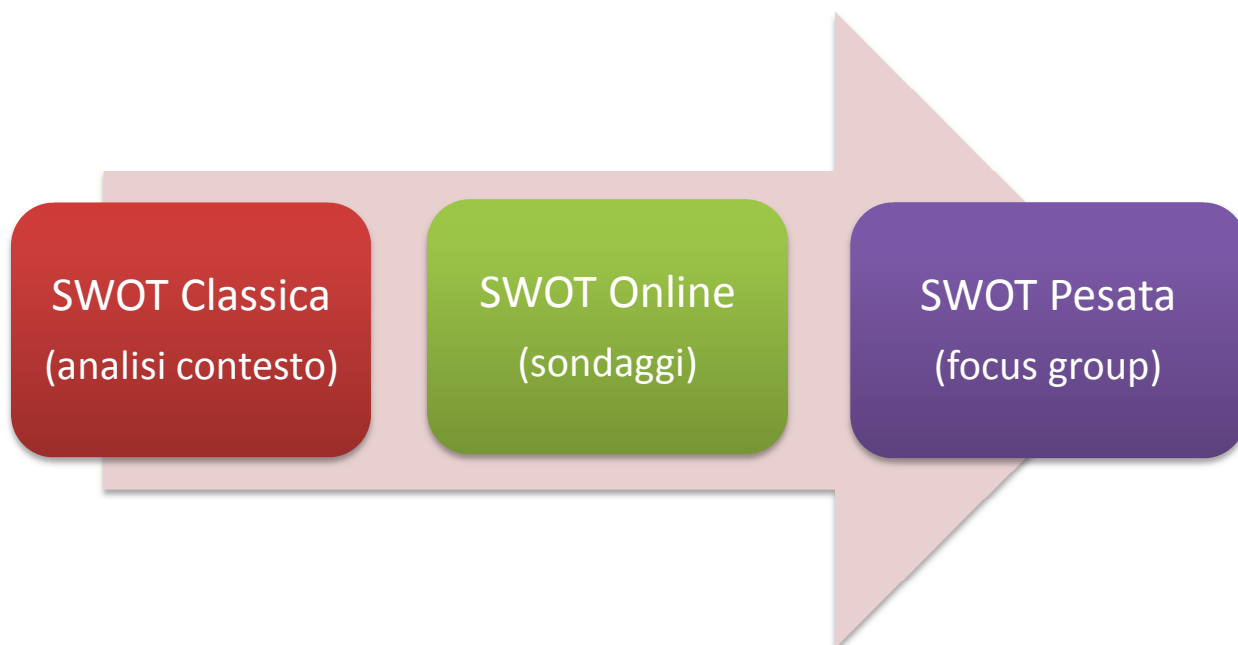


Prima puntata del GAL su "Turismo e Cultura"

7. Analisi SWOT

L'analisi SWOT è uno strumento di pianificazione strategica che permette di razionalizzare l'analisi di contesto, individuando i punti di forza, di debolezza, di opportunità e di minacce prioritari. Al fine di determinare una strategia di sviluppo locale coerente con gli elementi di contesto dell'area GAL si è dunque proceduto con la realizzazione di 4 analisi SWOT.

Le SWOT sono state realizzate nelle seguenti aree socio economiche: "Agricoltura e Ambiente", "Pesca ed Acquacoltura", "Turismo e Cultura", "Artigianato, Commercio e Servizi". Tale attività si colloca, nel processo partecipativo di costruzione della strategia del GAL, ad un livello cooperativo e più decisionale. Da un punto di vista metodologico le SWOT sono il risultato di un costante processo di affinamento condotto dapprima dallo staff del GAL in base ai risultati dell'analisi di contesto e successivamente dalla popolazione locale con strumenti di e-participation e da stakeholder con focus group dedicati.



7.1. SWOT classica

In una prima fase sono state realizzate 4 SWOT classiche, attraverso l'individuazione di 10/15 punti d'interesse per quadrante (punti di forza, punti di debolezza, opportunità e minacce). Tali punti sono stati il risultato della lettura e dell'analisi di contesto (si veda ALLEGATO – ANALISI DI CONTESTO) e sono stati realizzati dal GAL in modalità desk. Di seguito presentiamo i risultati emersi in questa prima fase di sviluppo della SWOT.

AGRICOLTURA E AMBIENTE	
Punti di forza	Punti di debolezza
<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacità del settore primario di offrire occupazione (primo settore nell'area GAL). 2. Presenza di aree di specializzazione agricola. 3. Elevata incidenza di superficie agricola irrigata. 4. Presenza di prodotti agro-alimentari tipici e di qualità. 5. Propensione all'esportazione di prodotti agricoli e agro-alimentari. 6. Presenza di aziende con superficie biologica e/o allevamenti certificati biologici. 7. Presenza di prodotti tipici in cui è stato avviato un processo di valorizzazione. 8. Presenza di aziende con coltivazioni DOP e/o IGP. 9. Consolidamento dei percorsi di miglioramento qualitativo dei prodotti, anche attraverso la valorizzazione del legame tra prodotto e territorio. 10. Crescente protagonismo dell'imprenditoria agricola giovanile. 11. Presenza di ambiti ed elementi del paesaggio rurale e costiero di valore ambientale, culturale e di interesse storico. 12. Ripresa della crescita dell'andamento medio della SAU 13. Aumento del numero di operatori coinvolti in attività di diversificazione (agriturismo, masseria didattica, etc.). 14. Presenza di una filiera agroindustriale sul territorio. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Distribuzione dell'occupazione disomogenea tra i territori dell'area. 2. Tendenza all'invecchiamento da parte dei conduttori d'azienda. 3. Riduzione del numero di aziende agricole 4. Ridotte dimensioni, in termini di superficie, delle aziende agricole. 5. Aumento del differenziale reddituale tra agricoltura e altri settori produttivi. 6. Caratteristiche strutturali delle imprese agricole (dimensioni, senilizzazione etc.) che non favoriscono l'introduzione delle innovazioni in azienda. 7. Scarsa propensione alla cooperazione e all'associazionismo, anche in funzione dello sviluppo dell'innovazione. 8. Bassa capacità di elaborazione e trasformazione dei prodotti di origine agricola. 9. Scarso sviluppo di nuove forme di coordinamento (vendita diretta) in grado di garantire margini più elevati per gli agricoltori 10. Modesta propensione alla creazione di reti tra soggetti e istituzioni. 11. Modesta propensione alla creazione di impresa. 12. Impatto paesaggistico ed ambientale di alcune coltivazioni intensive. 13. Distribuzione di aziende coinvolte in processi di diversificazione non equilibrata a livello territoriale. 14. Scarsa presenza di aziende con impianti di produzione di energia rinnovabile.
Opportunità	Minacce
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento domanda nazionale e internazionale di prodotti agro-alimentari di qualità. 2. Crescente apertura a Paesi terzi dei sistemi DOP-IGP comunitari in grado di aumentarne la relativa visibilità su mercati in crescita. 3. Crescente attenzione da parte dei consumatori e decisori pubblici agli aspetti connessi alla sicurezza alimentare, sostenibilità e qualità dei 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nuova e crescente competitività dei mercati globali. 2. Crescente potere contrattuale da parte della GdO e dell'industria di trasformazione (che non garantisce un adeguato valore aggiunto alle produzioni agro-alimentari, in particolar modo, di qualità). 3. Aumento dei rischi produttivi e di mercato. 4. Aumento del rischio di frodi e contraffazioni per i prodotti agro-alimentari di qualità.

<p>prodotti agro-alimentari.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Nuove politiche regionali in materia di turismo, diversificazione e agricoltura sociale. 5. Incremento della conoscenza di strumenti innovativi per la commercializzazione. 6. Crescente attenzione alla valorizzazione del patrimonio rurale anche a fini turistici e didattici. 7. Maggiore propensione dei mercati a remunerare i prodotti di qualità. 8. Nuovi mercati emergenti e flussi turistici con elevata capacità di spesa. 9. Crescente domanda di turismo sostenibile in aree rurali e costiere e verso le produzioni tipiche locali. 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Difficoltà di accesso al credito. 6. Rischi legati ai mutamenti climatici. 7. Diffusione di orientamenti produttivi specializzati ed espansione urbanistica (causa di semplificazione degli agro-ecosistemi e perdita di paesaggio tradizionale). 8. Semplificazione paesaggistica e perdita di un'identità rurale
---	--

ARTIGIANATO, COMMERCIO E SERVIZI	
Punti di forza	Punti di debolezza
<ol style="list-style-type: none"> 1. Radicato tessuto di PMI in ambito commerciale (triangolo Comuni di Casamassima, Conversano, Noicattaro). 2. Graduale aumento dell'incidenza dell'occupazione nel settore terziario (extra-commerciale). 3. Presenza di rilevanti poli della GdO. 4. Presenza di una adeguata rete di relazioni di sub-fornitura. 5. Crescente propensione ai rapporti "business to business". 6. Radicata identità artigianale tipica e di qualità (lavorazione della ceramica e della terracotta). 7. Presenza di strumenti (<i>product corner</i>, centri IAT e presidi culturali) attraverso i quali valorizzare le produzioni artigianali e commerciali di qualità. 8. Presenza di spazi pubblici, laboratori urbani e aree di pregio potenzialmente convertibili in botteghe artigianali e/o di piccolo commercio. 9. Presenza di un ricco patrimonio di competenze (professionali, scientifiche e tecniche). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diffuso sotto-dimensionamento delle imprese. 2. Bassa propensione degli imprenditori ad avviare processi di innovazione di prodotto e/o processo. 3. Scarsa propensione a investimenti in ricerca e sviluppo e mancanza di solide infrastrutture di ricerca. 4. Modesta propensione alla creazione d'impresa ed alla cooperazione tra gli imprenditori. 5. Orientamento prevalente verso il mercato locale e scarsa propensione alla competitività. 6. Scarso ricambio generazionale nelle attività artigianali. 7. Presenza di imprese tendenzialmente sotto-capitalizzate e largamente dipendenti dal credito bancario. 8. Reti di vendita e di relazioni con i consumatori finali poco sviluppate. 9. Assenza di un marchio territoriale collettivo o di un <i>brand</i> legato al tema dell'artigianato artistico tipico.
Opportunità	Minacce
<ol style="list-style-type: none"> 1. Proiezioni previsionali favorevoli per quanto concerne le prospettive dell'export. 2. Tendenza dei mercati a remunerare i prodotti tipici e di qualità. 3. Interesse da parte della popolazione urbana nei confronti di contesti rurali di piccole dimensioni 4. Crescenti sinergie con settori turistici e offerte turistiche di natura esperenziale (esempio, botteghe o forni). 5. Attenzione da parte dei decisori pubblici a processi di valorizzazione e salvaguardia di realtà imprenditoriali artigianali di antica tradizione. 6. Incentivi pubblici destinati a progetti di cooperazione, promozione e commercializzazione in ambito di reti di artigianato artistico e piccolo commercio. 7. Incremento delle fiere di settore dedicate alla valorizzazione di prodotti tipici e di qualità, sia sul mercato B2B che B2C. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persistenza degli effetti recessivi della crisi economica. 2. Nuova e crescente competitività dei mercati globali. 3. Inasprimento delle barriere al libero scambio di merci e prodotti. 4. Ulteriore restringimento nell'accesso al credito a seguito del rafforzamento patrimoniale delle banche. 5. Processi di delocalizzazione delle imprese verso aree meno vincolate logisticamente e a maggiore dotazione di servizi. 6. Perdita di posizioni competitive determinate dal <i>digital divide</i>. 7. Perdita del patrimonio di conoscenze legato alle attività artigianali a seguito di abbandono da parte delle nuove generazioni.

TURISMO E CULTURA	
Punti di forza	Punti di debolezza
<ol style="list-style-type: none"> 1. Crescita arrivi e presenze turistiche nell'area GAL negli ultimi 7 anni. 2. Incremento della presenza di strutture ricettive extralberghiere, in particolare bed & breakfast ed agriturismi. 3. Aumento posti letto nelle strutture extra alberghiere. 4. Buona dotazione nell'area di servizi di filiera turistica (ristorazione, attività ricreative, agenzie di viaggio, intrattenimento). 5. Litoranea con oltre 16 chilometri di costa. 6. Esistenza di 1 porto turistico con quasi 150 posti barca e 2 lidi balneari lungo l'asse costiero. 7. Buona presenza di ricettività rurale, agriturismi, masserie didattiche e case campagna. 8. Presenza di un terzo settore attivo e dedito alla promozione turistico e culturale del territorio. 9. Presenza di IAT ed uffici di informazione ed accoglienza turistica già in coordinamento con PugliaPromozione. 10. Presenza di un patrimonio materiale (castelli, musei, centri storici) ed immateriale (sagre, feste, eventi) ad alto potenziale turistico. 11. Presenza di un attrattore territoriale ad alto valore turistico (Brand Polignano a Mare). 12. Collegamenti rapidi verso capoluogo di regione 13. Ricco e variegato patrimonio naturalistico sia a livello rurale che marino. 14. Presenza di reti turistiche e culturali di imprese dell'area sud est barese pienamente operativa. 15. Carta dei Servizi Turistici di Qualità del GAL con requisiti di miglioramento dell'offerta turistica. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bassa destagionalizzazione della domanda turistica (elevata concentrazione dei flussi turistici in alta stagione). 2. Domanda turistica non omogenea in tutta l'area GAL ma concentrata prevalentemente nei comuni di Noicattaro e Conversano. 3. Tasso di internazionalizzazione dell'area sotto la media metropolitana e regionale. 4. Inadeguata offerta di servizi turistici, culturali, ricreativi, di intrattenimento, di manutenzione ambientale, per la fruizione di aree naturali. 5. Quota di mercato turistico dell'area GAL ancora molto bassa rispetto al totale regionale. 6. Bassa consapevolezza tra gli operatori e le amministrazioni locali di un'identità turistica comune nell'area GAL, riconducibile al territorio di Bari e la Costa definito da Puglia Promozione. 7. Squilibri eccessivi nella distribuzione dell'offerta turistica di strutture ricettive e posti letto tra i vari comuni dell'area. 8. Presenza di molte strutture ricettive extra alberghiere (bed&breakfast), inaugurate negli ultimi anni e con poca esperienza sul mercato. 9. Bassa attenzione degli operatori turistici alla qualità dei servizi e dei prodotti offerti al turista. 10. Frammentazione e bassa organizzazione di offerte di turismo esperienziali (ad es. raccolta delle ciliegie, cicloturismo, escursionismo, attività in masseria, pesca turismo). 11. Assenza percorsi dedicati alla cultura urbana e rurale. 12. Scarsa interconnessione di itinerari cicloturistici ed escursionistici con attrattori ad alto potenziale turistico. 13. Difficoltà di accesso a luoghi di cultura, poli museali e castelli da parte dei turisti. 14. Elevata eterogeneità di strumenti di info mobilità per i turisti italiani e stranieri (cartellonistica, materiali).
Opportunità	Minacce
<ol style="list-style-type: none"> 1. Presenza di un brand Puglia di crescente riconoscibilità. 2. Piano Strategico Regionale sul Turismo da integrare con le strategie dell'area. 3. Forte potenzialità di mercati esteri come Germania, Svizzera ed Inghilterra. 4. Ripresa della crescita del tasso d'internazionalizzazione nell'area GAL in chiave destagionalizzante. 5. Ricadute positive derivanti dall'aeroporto 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sovrapposizione dalle strategie turistiche pianificate nell'area GAL da livelli di governo differenti (Puglia Promozione, Comuni, GAL, GAC, SAC). 2. Rischio derivante dalla moltiplicazione di forme di turismo familiare e poco professionalizzato. 3. Scarsa identità turistica dell'area GAL troppo legata all'offerta balneare. 4. Scarsa attitudine alla formazione ed all'accoglienza turistica da parte degli operatori.

<p>internazionale di Bari con 44 destinazioni, di cui 27 straniere.</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Ricadute derivanti da un Terminal Crociere internazionale nella città di Bari con 560 mila turisti. 7. Esistenza di un potenziale storico-culturale e marittimo da valorizzare in chiave turistica. 8. Continuo recupero dell'identità religiosa e delle tradizioni culturali attraverso eventi, sagre e riti. 9. Presenza di esperienze di reti o forme di cooperazione turistiche di successo avviate sul territorio. 10. Presenza di un GAL con esperienza nella facilitazione, nel contatto b2b tra operatori turistici del territorio. 11. Crescita di interesse verso forme di fruizione turistica esperienziale che coinvolge laboratori artigianali, imprese agroalimentari e di servizi. 12. Presenza nelle vicinanze di comuni dall'elevato appeal turistico (effetto traino per l'area GAL). 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Presenza di discariche e di aree degradate lungo percorsi turistici. 6. Investimenti in strumenti informativi e di info mobilità non coordinati. 7. Difficoltà nelle interconnessioni di mobilità tra comuni. 8. Moltiplicazione di reti, forme di cooperativismo o associazionismo con scarsa capacità di creare ritorni efficaci sul territorio. 9. Presenza di territori confinanti dotati di maggior interesse e richiamo turistico rispetto all'area GAL. 10. Dispersione degli strumenti di conoscenza turistica già attivati sul territorio.
--	---

PESCA E ACQUACOLTURA	
Punti di forza	Punti di debolezza
<ol style="list-style-type: none"> 1. Presenza di una delle marinerie più rappresentative a livello regionale. 2. Presenza di un porto peschereccio. 3. Presenza di un mercato ittico di interesse metropolitano. 4. Capacità del settore di offrire occupazione sia diretta che indiretta. 5. Forte presenza di strutture produttive associative. 6. Presenza di ambiti ed elementi del paesaggio costiero di valore ambientale, culturale e interesse storico. 7. Polivalenza dei sistemi di pesca praticati e conseguentemente grande varietà e qualità di specie ittiche catturate. 8. Qualità delle produzioni 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento del differenziale reddituale tra il settore della pesca e altri settori produttivi. 2. Caratteristiche delle imprese di pesca che non favoriscono l'avvio di processi di innovazione e nuove forme di commercializzazione (vendita diretta) in grado di garantire margini più elevati. 3. Livelli di istruzione e formazione professionale non adeguati per far fronte alle complesse dinamiche del mercato. 4. Livelli inadeguati di infrastrutture a servizio degli imprenditori ittici. 5. Riduzione del numero di catture. 6. Eccessiva burocratizzazione del settore (procedure, adempimenti, aggiornamento norme) 7. Riduzione della potenza media dei motori nella marineria di Mola di Bari. 8. Basso ricambio generazionale. 9. Elevati costi intermedi (gasolio). 10. Scarsa propensione alla diversificazione a causa delle dimensioni ridotte delle imbarcazioni.
Opportunità	Minacce
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento della domanda nazionale e internazionale di prodotti ittici di qualità. 2. Crescente attenzione da parte dei consumatori e decisori pubblici agli aspetti connessi alla sicurezza alimentare, sostenibilità e qualità dei prodotti agro-alimentari. 3. Nuove politiche regionali in materia di turismo e diversificazione (pescaturismo, ittiturismo, fattorie del mare). 4. Crescente attenzione alla valorizzazione del patrimonio costiero a fini turistici oltreché didattici. 5. Maggiore propensione dei mercati a remunerare i prodotti di qualità 6. Nuovi mercati emergenti e flussi turistici con elevata capacità di spesa. 7. Crescente domanda di forme di turismo sostenibile nelle aree costiere e verso le produzioni tipiche locali. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento del diportismo (pesca "amatoriale") 2. Nuova e crescente competitività dei mercati globali. 3. Crescente potere contrattuale da parte della GdO e dell'industria di trasformazione (che non garantisce un adeguato valore aggiunto alle produzioni agro-alimentari, in particolar modo, di qualità). 4. Difficoltà di accesso al credito. 5. Rischi legati ai mutamenti climatici. 6. Rischi legati all'eccessivo sfruttamento degli stock ittici. 7. Basso ricambio generazionale

7.2. SWOT online

In una seconda fase sono stati predisposti 4 sondaggi online attraverso cui la popolazione locale ha potuto selezionare gli elementi più interessanti delle SWOT classiche. Ogni partecipante ha potuto indicare quattro preferenze per quadrante. In questo modo si è realizzata una scala di interesse delle SWOT per ogni settore di riferimento.

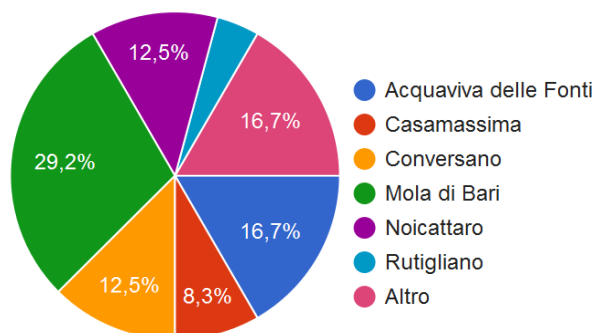
Elenco delle pubblicazioni delle SWOT online

N.	Sondaggi online	Stakeholder	Partecipanti
1	Agricoltura e Ambiente	Cittadinanza	25
2	Pesca ed Acquacoltura	Cittadinanza	18
3	Artigianato, Commercio e Servizi	Cittadinanza	20
4	Turismo e Cultura	Cittadinanza	46
Totale			109

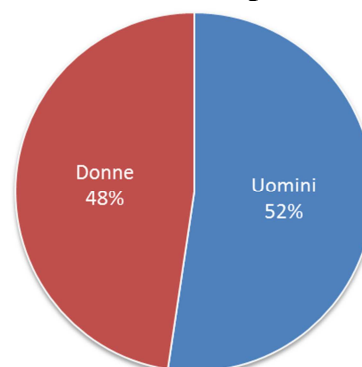
SWOT Agricoltura e Ambiente

Totale contributi raccolti: 25 partecipanti

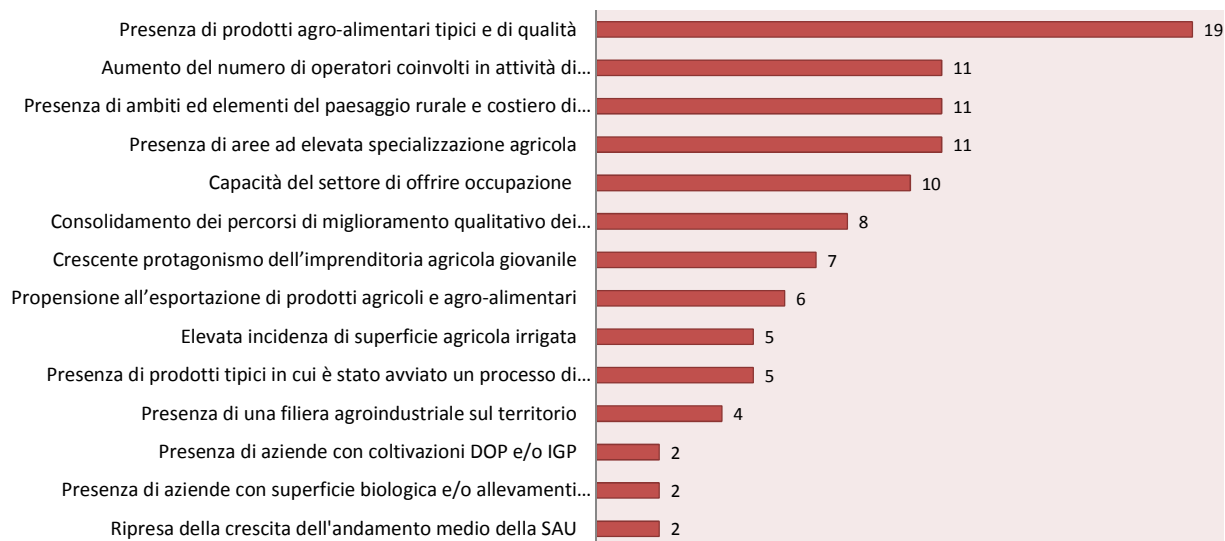
Comune di Riferimento



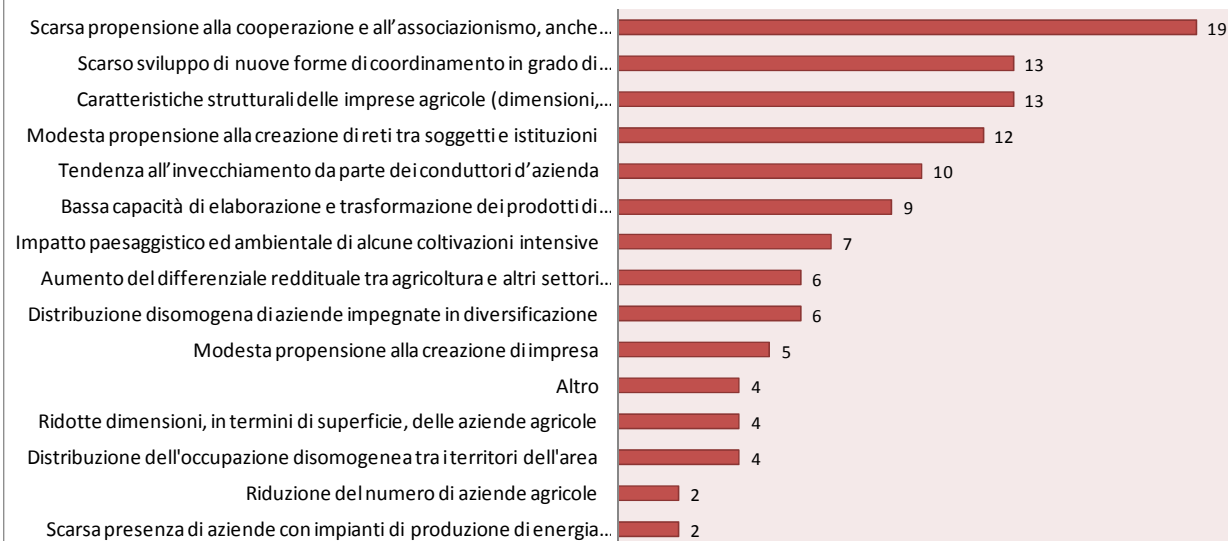
Sesso Partecipanti



Punti di Forza



Punti di Debolezza



Opportunità



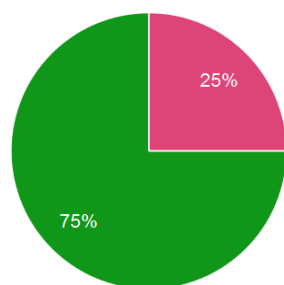
Minacce



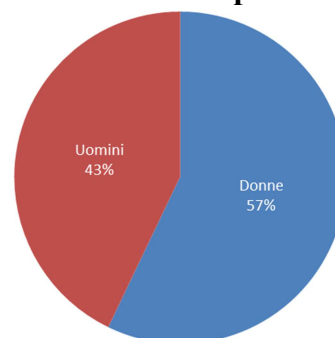
Pesca ed Acquacoltura

Totale delle risposte: 18 partecipanti

Comune di Riferimento



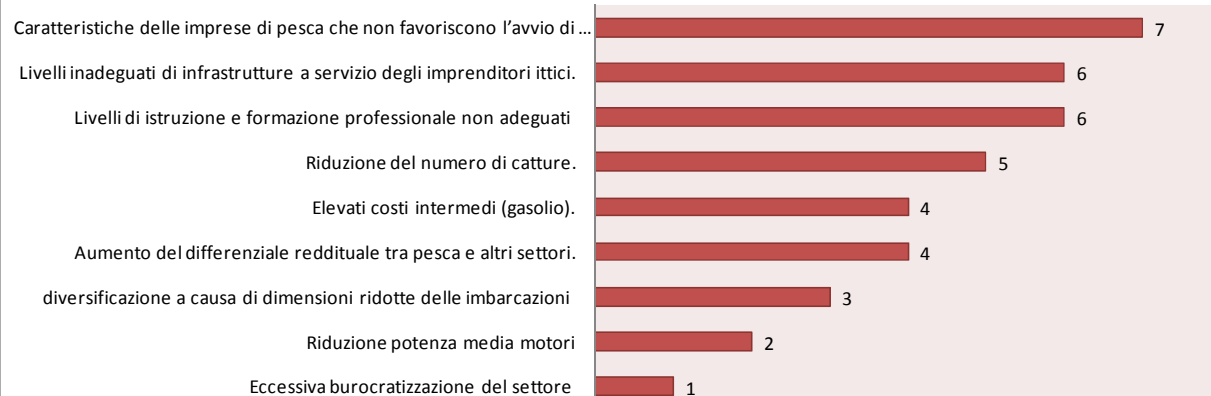
Sesso Partecipanti



Punti di forza



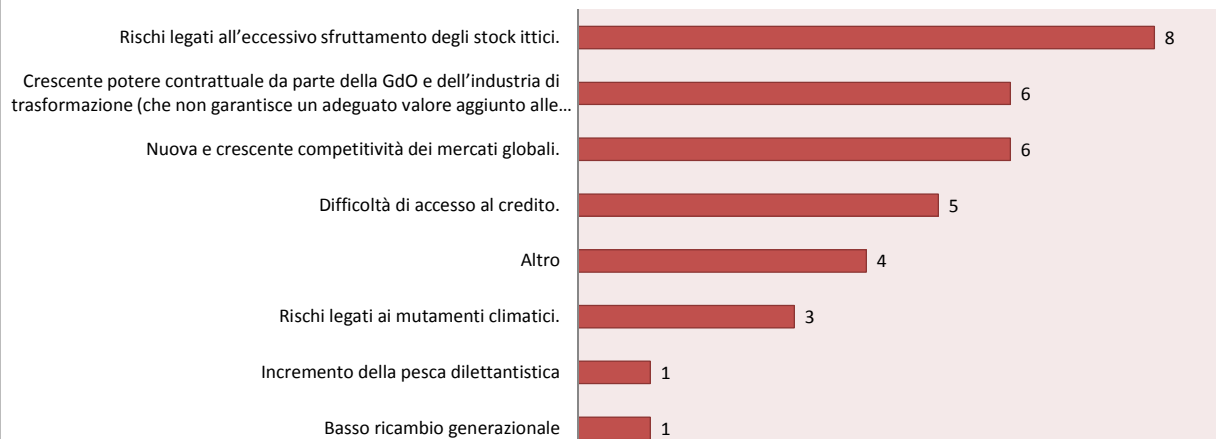
Punti di debolezza



Opportunità



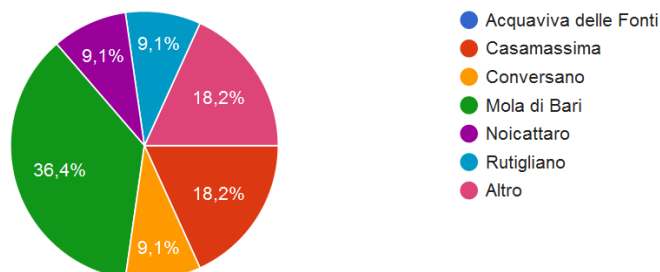
Minacce



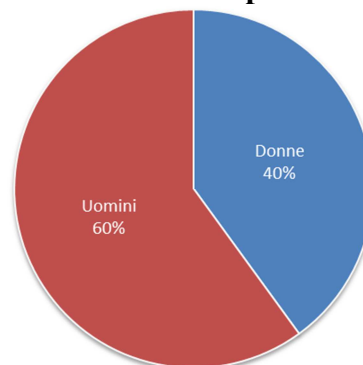
Artigianato, Commercio, Servizi

Totale delle risposte: 20 partecipanti

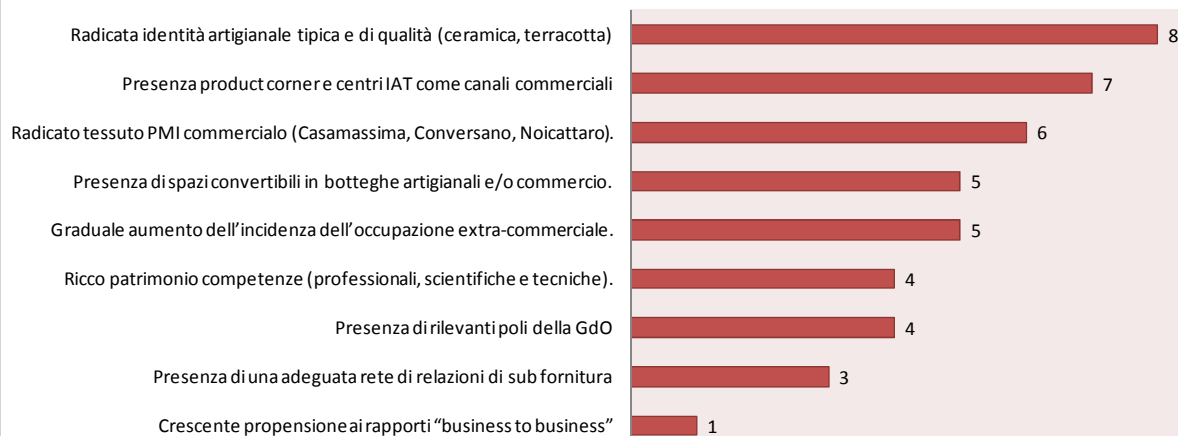
Comune di Riferimento



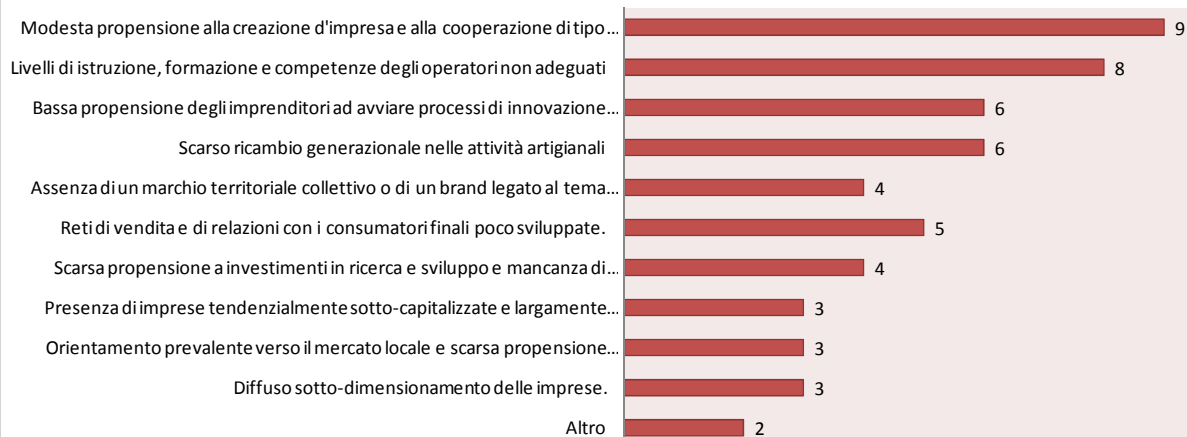
Sesso Partecipanti



Punti di forza



Punti di debolezza



Opportunità



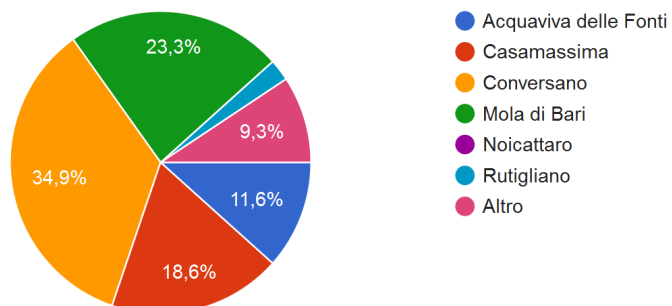
Minacce



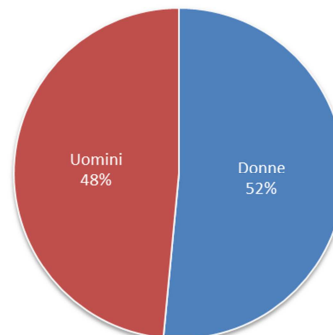
Turismo e Cultura

Totale risposte raccolte: 46 partecipanti

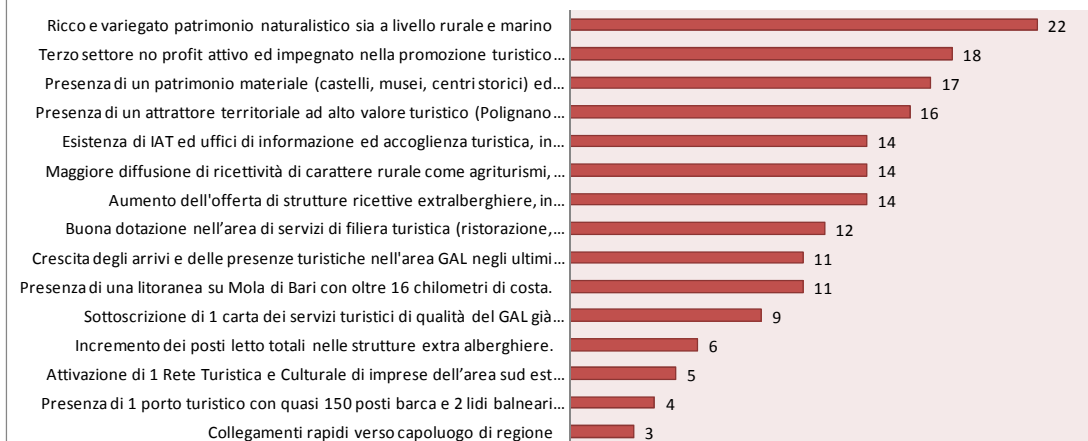
Comune di Riferimento



Sesso Partecipanti



Punti di forza



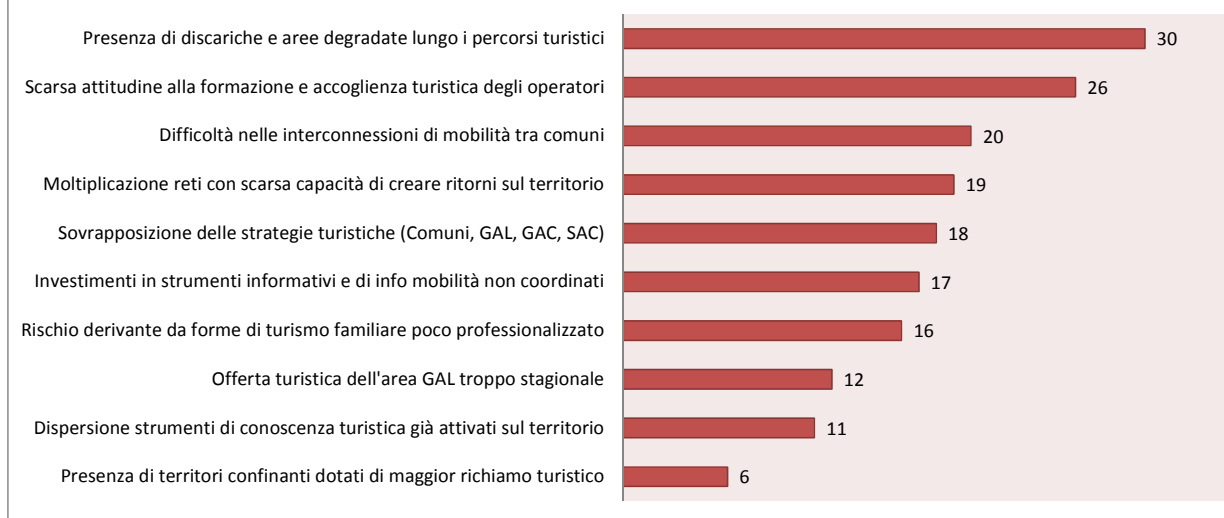
Punti di debolezza



Opportunità



Minacce



7.3. SWOT pesata

La terza fase ha riguardato infine la gerarchizzazione dei punti definiti con i sondaggi online e l'attribuzione di un valore di importanza. Per realizzare tale fase è stato organizzato 1 focus group specifico, aperto a 10 stakeholder del territorio e selezionati in base alla conoscenza dei settori oggetto di studio (imprenditori e rappresentanti di organizzazioni professionali). I partecipanti al focus group sono stati invitati ad attribuire un valore compreso da 1 a 4 in modo tale da valutarne il peso effettivo all'interno del quadrante di riferimento. Al termine di questa analisi sono state elaborate le 4 analisi SWOT con una scala gerarchica d'impatto tra i punti di forza, debolezza, opportunità e minacce. Di seguito si presentano i risultati finali di questo lavoro.

1. Agricoltura e Ambiente			
Punti di forza	Peso	Punti di debolezza	Peso
1F1. Presenza di prodotti agro-alimentari tipici e di qualità.	☒☒☒☒	1D1. Scarsa propensione alla cooperazione e all'associazionismo, anche in funzione dello sviluppo dell'innovazione.	☒☒☒☒
1F2. Aumento del numero di operatori coinvolti in attività di diversificazione (agriturismo, masseria didattica, etc.).	☒☒☒	1D2. Scarso sviluppo di nuove forme di coordinamento (vendita diretta) in grado di garantire margini più elevati per gli agricoltori.	☒☒
1F3. Presenza di ambiti ed elementi del paesaggio rurale e costiero di valore ambientale, culturale e storico.	☒	1D3. Modesta propensione alla creazione di reti tra soggetti e istituzioni.	☒☒☒
1F4. Presenza di aree di specializzazione agricola.	☒☒	1D4. Caratteristiche strutturali delle imprese agricole (dimensioni, senilizzazione etc.) che non favoriscono l'introduzione delle innovazioni in azienda.	☒
Opportunità	Peso	Minacce	Peso
1O1. Crescente attenzione alla valorizzazione del patrimonio rurale anche a fini turistici e didattici.	☒☒☒☒	1M1. Aumento del rischio di frodi e contraffazioni per i prodotti agro-alimentari di qualità.	☒☒
1O2. Nuove politiche regionali in materia di turismo rurale, diversificazione e agricoltura sociale.	☒☒☒	1M2. Crescente potere contrattuale da parte della GdO e dell'industria di trasformazione (che non garantisce un adeguato valore aggiunto alle produzioni agro-alimentari, in particolar modo, di qualità).	☒☒☒☒
1O3. Aumento della domanda nazionale e internazionale di prodotti agro-alimentari di qualità.	☒☒	1M3. Difficoltà di accesso al credito.	☒☒☒
1O4. Maggiore propensione dei mercati a remunerare i prodotti di qualità.	☒	1M4. Diffusione di orientamenti produttivi specializzati ed espansione urbanistica (causa di semplificazione degli agro-ecosistemi e perdita di paesaggio tradizionale).	☒

2. Artigianato, Commercio e Servizi			
Punti di forza	Peso	Punti di debolezza	Peso
2F1. Radicata identità artigianale tipica e di qualità (lavorazione della carta pesta e della terracotta).	☒☒☒☒	2D1. Modesta propensione alla creazione d'impresa ed alla cooperazione tra gli imprenditori.	☒☒☒☒
2F2. Presenza di strumenti (product corner, centri IAT e presidi culturali) attraverso i quali valorizzare le produzioni artigianali e commerciali di qualità.	☒☒☒	2D2. Scarso ricambio generazionale nelle attività artigianali.	☒☒
2F3. Radicato tessuto di PMI in ambito commerciale (Comuni di Casamassima, Conversano, Noicattaro).	☒☒	2D3. Bassa propensione degli imprenditori ad avviare processi di innovazione di prodotto e/o processo.	☒☒☒
2F4. Presenza di spazi pubblici, laboratori urbani e aree di pregio potenzialmente convertibili in botteghe artigianali e/o di piccolo commercio.	☒	2D4. Livelli di istruzione, formazione e competenze degli operatori non adeguati.	☒
Opportunità	Peso	Minacce	Peso
2O1. Tendenza dei mercati a remunerare i prodotti tipici e di qualità.	☒☒☒	2M1. Perdita del patrimonio di conoscenze legato alle attività artigianali a seguito di abbandono da parte delle nuove generazioni.	☒☒☒☒
2O2. Incentivi pubblici destinati a progetti di cooperazione, promozione e commercializzazione in ambito di reti di artigianato artistico e piccolo commercio.	☒☒	2M2. Persistenza degli effetti recessivi della crisi economica.	☒☒
2O3. Crescenti sinergie con settori turistici e offerte turistiche di natura esperienziale (es. botteghe o forni)	☒☒☒☒	2M3. Perdita di posizioni competitive determinate dal digital divide.	☒
2O4. Attenzione da parte dei decisori pubblici a processi di valorizzazione e salvaguardia di realtà imprenditoriali artigianali di antica tradizione.	☒	2M4. Processi di delocalizzazione delle imprese verso aree meno vincolate logisticamente e a maggiore dotazione di servizi.	☒☒☒

3. Turismo e Cultura			
Punti di forza	Peso	Punti di debolezza	Peso
3F1. Ricco e variegato patrimonio naturalistico sia a livello rurale che marino.	☒☒☒☒	3D1. Frammentazione e bassa organizzazione di offerte di turismo esperienziale (ad es. raccolta ciliegie, cicloturismo, escursionismo, masseria, pesca turismo).	☒☒
3F2. Terzo settore no profit attivo ed impegnato nella promozione turistico e culturale del territorio.	☒	3D2. Inadeguata offerta di servizi turistici, culturali, ricreativi, di intrattenimento, di manutenzione ambientale, per la fruizione di aree naturali.	☒☒☒
3F3. Presenza di un patrimonio materiale (castelli, musei, centri storici) ed immateriale (sagre, feste, eventi) ad alto potenziale turistico.	☒☒☒	3D3. Scarsa cultura dell'accoglienza e dell'ospitalità degli operatori turistici.	☒☒☒☒
3F4. Presenza di un attrattore territoriale ad alto valore turistico (Brand Polignano a Mare).	☒☒	3D4. Scarsa interconnessione di itinerari cicloturistici ed escursionistici con attrattori ad alto potenziale turistico.	☒
Opportunità	Peso	Minacce	Peso
3O1. Presenza di un brand Puglia di crescente riconoscibilità nazionale e straniero.	☒	3M1. Presenza di discariche e aree degradate lungo i percorsi turistici.	☒☒
3O2. Crescita di interesse verso forme di fruizione turistica esperienziale che coinvolge laboratori artigianali, imprese agroalimentari e di servizi.	☒☒☒☒	3M2. Scarsa attitudine all'ospitalità e accoglienza turistica degli operatori.	☒☒☒☒
3O3. Vicinanza all'aeroporto internazionale di Bari con 44 destinazioni, di cui 27 straniere.	☒☒	3M3. Difficoltà nelle interconnessioni di mobilità tra comuni.	☒☒☒
3O4. Esistenza di un potenziale storico-culturale e marittimo da valorizzare in chiave turistica.	☒☒☒	3M4. Moltiplicazione reti con scarsa capacità di creare ritorni sul territorio.	☒

4. Pesca ed Acquacoltura			
Punti di forza	Peso	Punti di debolezza	Peso
4F1. Qualità delle produzioni.	☒☒☒☒	4D1. Caratteristiche delle imprese di pesca che non favoriscono l'avvio di processi di innovazione e nuove forme di commercializzazione (vendita diretta) in grado di garantire margini più elevati.	☒☒☒☒
4F2. Polivalenza dei sistemi di pesca praticati e conseguentemente grande varietà e qualità di specie ittiche catturate.	☒☒☒	4D2. Livelli inadeguati di infrastrutture a servizio degli imprenditori ittici.	☒☒
4F3. Presenza di un mercato ittico di interesse metropolitano.	☒☒	4D3. Livelli di istruzione e formazione professionale degli operatori non adeguati per far fronte alle complesse dinamiche del mercato.	☒☒☒
4F4. Presenza di ambiti ed elementi del paesaggio costiero di valore ambientale, culturale e interesse storico.	☒	4D4. Basso ricambio generazionale.	☒
Opportunità	Peso	Minacce	Peso
4O1. Crescente domanda di forme di turismo sostenibile nelle aree costiere e verso le produzioni tipiche locali.	☒	4M1. Rischi legati all'eccessivo sfruttamento degli stock ittici.	☒☒
4O2. Crescente attenzione da parte dei consumatori e decisori pubblici agli aspetti connessi alla sicurezza alimentare, sostenibilità e qualità dei prodotti ittici.	☒☒☒☒	4M2. Crescente potere contrattuale da parte della GdO e dell'industria di trasformazione (che non garantisce un adeguato valore aggiunto alle produzioni ittiche, in particolar modo, di qualità).	☒☒☒☒
4O3. Aumento della domanda nazionale e internazionale di prodotti della pesca di qualità.	☒☒☒	4M3. Nuova e crescente competitività dei mercati globali.	☒☒☒
4O4. Crescente attenzione alla valorizzazione del patrimonio costiero a fini turistici oltreché didattici.	☒☒	4M4. Difficoltà di accesso al credito.	☒

8. Focus Group

La quinta azione del processo partecipativo è stato un ciclo di 10 focus group, promossi nel mese di giugno e luglio 2016. Obiettivo dei focus group è stata la raccolta e la sistematizzazione dei principali fabbisogni degli operatori locali rispetto ai settori di indagine. I focus group sono stati composti da massimo 12 partecipanti ciascuno, preventivamente segmentati in base ad interessi, categorie rappresentate e valore aggiunto portato nella discussione. Per ampliare la partecipazione ai focus group il GAL ha previsto di mantenere posti aperti alla partecipazione anche del resto della popolazione locale. Di seguito si elencano i fabbisogni raccolti.

N.	Focus Group	Luogo	Data	Stakeholder	Partecipanti
1	Uva da Tavola	Rutigliano	16/06/16	Produttori agricoli, OP	12
2	Ortaggi e Cereali	Acquaviva	20/06/16	Produttori, Consorzi	8
3	Ciliegie	Conversano	21/06/16	Produttori agricoli,	6
4	Olivicoltura	Mola di Bari	22/06/16	Produttori agricoli	7
5	Agroalimentare	Noicattaro	23/06/16	Trasformatori, Commer.	10
6	Turismo	Mola di Bari	01/07/16	Op. turistici, Associazioni	12
7	Commercio e artigianato	Casamassima	05/07/16	Commercianti, artigiani	10
8	Amm. Comunali	Mola di Bari	11/07/16	Amministratori pubblici	10
9	Pesca	Mola di Bari	15/07/16	Operatori della pesca	9
<i>Totale</i>					<i>84</i>

8.1. Focus Group Filiera “Uva da Tavola”

1° FOCUS GROUP: FILIERA UVA DA TAVOLA Sala Convegni della Biblioteca Comunale di Rutigliano 16 giugno 2016 ore 18:00		
Autore	Contributo/Stimolo	Parole chiave/ TAG
Imprenditore agricolo	<p>Prende la parola Giovanni Scianatico, <i>dell'impresa agricola Lama San Giorgio</i>, il quale spiega che la sua azienda ha avviato da anni un processo di diversificazione dal turismo all'agricoltura. Oggi ha costruito con l'agriturismo un'azienda multifunzionale senza tuttavia far perdere un'identità agricola. Negli anni ha continuato ad investire sull'uva da tavola. Spiega che più di dieci anni fa gli è stato suggerito di diversificare su nuove varietà di uva da tavola, in particolare andare su quella senza semi. Chi non ha diversificato quel tipo di processo oggi purtroppo si trova molto indietro. Oggi le filiere sono nate quasi spontaneamente ma abbiamo già perso il treno della sperimentazione. Oggi siamo dipendenti da paesi esteri che ci vendono queste royalties. Queste filiere sono molto frammentate, abbiamo una filiera con pochi ettari medi impiantati. La misura minima aziendale è uno svantaggio, per cui anche mettere insieme una massa critica più forte è fondamentale. Per cui la prima questione è migliorare le forme di aggregazione degli imprenditori.</p>	IDENTITA' DIVERSIFICAZIONE AGGREGAZIONE
Istituzione comunale	<p>Prende la parola Giuseppe Valenzano, <i>Assessore del Comune di Rutigliano</i>, che evidenzia come oltre alla scarsa propensione culturale verso il mondo agricolo delle nuove generazioni ed all'incapacità di aggregazione abbiamo tanti problemi, uno su tutti l'accesso al credito. A livello di progetti immateriali si fa l'esempio dello sportello agricolo attivato dal Comune di Rutigliano per fornire informazioni alle imprese. Lo sportello agricolo serve per far conoscere agli imprenditori acronomi e concetti complicati come <i>PAC, PSR, PSL</i>. Inoltre tra le misure più legate all'immaterialità abbiamo l'esigenza di far conoscere le</p>	INFORMAZIONE FORMAZIONE PROMOZIONE

	<p>normative. Per cui quello che chiediamo è una maggiore formazione, informazione sull'offerta di servizi accessibili alle imprese. Sulla questione culturale, aggiunge, dobbiamo lavorare sulle nostre radici, sulle nostre varietà, sulla nostra identità. Non possiamo mettere in competizione le nostre piccole dimensioni con aziende di grandi dimensioni come in Australia. Valorizziamo il nostro valore agricolo.</p>	
Associazione	<p>Prosegue il dibattito Peppino Sorino, <i>Presidente Associazione Culturale Archeoclub</i>, il quale spiega come da tempo la sua associazione, si occupi di promozione del territorio e porta l'esempio dell'azienda di Scianatico, localizzata in lama san giorgio, che insiste su diverse tipologie vegetali molto pregiate. Per questo bisogna valorizzare al meglio il territorio nella sua molteplicità.</p>	<p>VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO</p>
Imprenditore agricolo	<p>Interviene Gianvito Dell'Edera, <i>giovane imprenditore agricolo di uva da tavola</i>, il quale spiega come da alcuni anni la sua azienda abbia convertito circa il 50 % della produzione in varietà senza semi. Dell'Edera vede l'esigenza di migliorare la conoscenza delle imprese sulle varie di uve sotto royalty. Specifica l'esigenza di disporre come imprenditore agricolo di studi di settore sull'uva da tavola che purtroppo oggi, nonostante i vari istituti di ricerca e scientifici presenti sul territorio, non ci sono. Ogni impresa avrebbe bisogno di più dati per costruire un modello di business capace di essere sul mercato. Poi porta l'esempio del Vinalty, dove ha avuto modo di parlare con diverse OP. Noi abbiamo piccole dimensioni, per questo dobbiamo valorizzare il nostro territorio. C'è da rafforzare dunque tutto quello che ruota attorno all'impresa agricola.</p>	<p>INFORMAZIONE CONOSCENZA DEL SETTORE FILIERA</p>
Imprenditore agricolo	<p>Prende la parola Giacomo Suglia, <i>Presidente di APEO</i> il quale fa presente come il prezzo sul mercato lo faccia la domanda e l'offerta. L'uva da tavola è uno dei 3 prodotti italiani agroalimentari, al pari di mele e pere, capace di creare un vero valore aggiunto all'agricoltura. Abbiamo un indotto che dura 365 giorni l'anno, dalla produzione al confezionamento ci sono centinaia di migliaia di lavoratori. Abbiamo necessità di valorizzare e far conoscere il lavoro. Poi precisa che in Puglia chi fa impresa agricola non è uno</p>	<p>VALORIZZAZIONE FILIERA INFORMAZIONI EDUCAZIONE NELLE SCUOLE</p>

	<p>sfruttatore, oggi stanno diminuendo gli occupati, le aree agricole e coltivate. Noi abbiamo un dovere morale di creare migliore qualità e nuove prospettive. Perché c'è l'abbandono? Non è solo una questione di reddito. Se un'istituzione o un giornale vuole trovare lo scoop per denigrare il mondo agricolo con scandali mediatici facciamo del male al settore. Il GAL deve essere d'esempio a livello italiano per far capire l'onestà e il ruolo culturale dell'impresa agricola. Bisogna coinvolgere le imprese e le scuole per educare ad un'identità agricola. Che cosa significa fare impresa? Il valore del mondo agricolo alle nuove generazioni dalle scuole e far fare la pratica agli studenti.</p>	
Privato	<p>Interviene Franco Lozupone, che specifica come lui si sia occupato da tempo di promuovere il territorio. Oggi dobbiamo costruire un legame diretto tra il prodotto ed il territorio. Un prodotto a marchio da sicurezza e fiducia al consumatore ed è quello che deve fare un marchio di qualità. Per questo quello che chiederai al GAL è di puntare su una maggiore pubblicità. Il GAL potrebbe dedicare alcune azioni per la promozione dell'uva da tavola. Una campagna sull'uva da tavola.</p>	<p>LEGAME TRA PRODOTTO E TERRITORIO</p> <p>MARKETING E PROMOZIONE</p>
Imprenditore agricolo	<p>Carlo Amodio, imprenditore agricolo e consigliere del CDA, parla dei problemi della burocrazia sui controlli. Sul secondo tema, ovvero sulla nostra identità agricola, noi dobbiamo rivalutare la cultura contadina. Noi dobbiamo fare un'operazione culturale a livello di sistema paese.</p>	<p>IDENTITA' AGRICOLA</p>
Presidente GAL	<p>Interviene Pasquale Redavid, la Puglia sta vivendo un periodo molto florido da un punto di vista turistico. L'idea sarebbe di collegare il territorio pugliese all'uva da tavola. Oggi non c'è un collegamento diretto tra uva da tavola e turista. La promozione va sviluppata. A chi spetta di promuovere l'uva prodotta in Puglia? Non ai produttori. Bisogna creare un marchio che lega l'uva da tavola alla nostra produzione. In questo modo non promuoviamo solo</p>	<p>PROMOZIONE DI PRODOTTO</p>

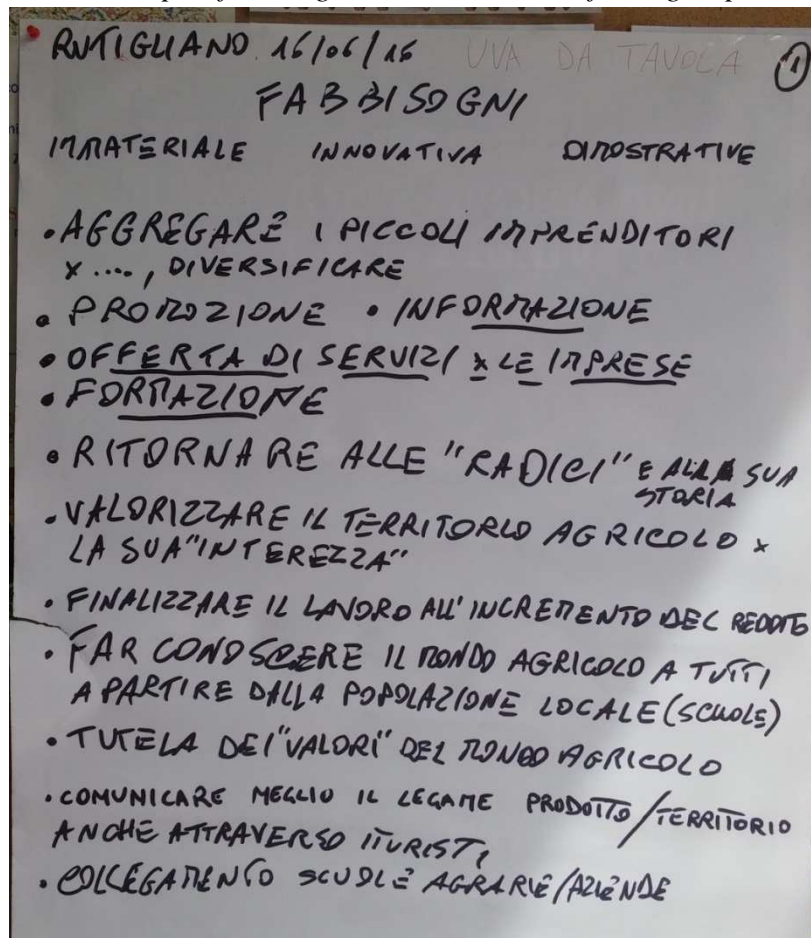
	l'identità agricola ma anche il territorio.	
Imprenditore agricolo	Prende la parola Scianatico dicendo che le filiere di uva da tavola e di uva da vino hanno una serie di pro e contro, dunque anche sul vino ci sono delle criticità. Oggi il tema è che tipo di agricoltura vogliamo? Ho spiegato alla Barbanente e Magistà che se eliminassimo i teloni, potremmo anche migliorare il paesaggio ma distruggeremmo il valore della nostra produzione. Di converso avremmo una caduta degli occupati del settore.	VALORIZZAZIONE DELLA FILIERA
Imprenditore agricolo	Interviene Antonio Vergatti , <i>imprenditore agricolo</i> , il quale ribadisce il ruolo della scuola e la distanza tra nuove e vecchie generazioni. Si domanda perché la Regione Puglia non finanzia delle borse di studio per il piccolo produttore che accoglie gli agronomi delle scuole appena diplomati. Potrebbe essere un ottimo scambio di conoscenze che aiuterebbe i piccoli imprenditori ad imparare a fare anche un quaderno di campagna. Inoltre un altro elemento è la mancanza di forme di apprendistato per i ragazzi che entrano in campagna a differenza di altri settori.	INFORMAZIONE LEGAME CON MONDO SCOLASTICO

Alcune fotografie del focus group di Rutigliano del 16 giugno





Principali fabbisogni emersi durante il focus group



8.2. Focus Group Filiera “Ortaggi e Cereali”

2° FOCUS GROUP: FILIERA ORTAGGI E CEREALI Ufficio Tecnico del Comune di Acquaviva delle Fonti 20 giugno 2016 ore 18:00		
Autore	Contributo/Stimolo	Parole chiave/ TAG
Privato	<p>Prende la parola Arcangelo Bruno, presidente del Consorzio Qualità Tipica della Cipolla Rossa il quale evidenzia l'importanza di disporre informazioni aggiornate e complessive sul territorio. In particolare Bruno propone uno studio aggiornato con una mappatura complessiva delle colture presenti e potenzialmente sviluppabili. Il progetto potrebbe essere finalizzato non solo ad una raccolta di dati (come una sorta di osservatorio) ma anche all'analisi dell'offerta economica, in maniera tale da suggerire agli agricoltori le colture più redditizie. Lo studio potrebbe essere dedicato ad un progetto specifico come la creazione di una DOP, IGP o altra certificazione dedicata alla cipolla rossa. Un progetto, aggiunge Bruno, che si dovrebbe legare con il territorio non solo da un punto di vista agroalimentare ma anche geografico. Quello che oggi manca è un'identità specifica del prodotto, la DECO avviata dal comune è solo un primo passo.</p>	<p>MAPPATURA DELLA FILIERA</p> <p>IDENTITA' DEL TERRITORIO</p>
Istituzione comunale	<p>Segue la discussione Luca Dinapoli, Vicesindaco di Acquaviva delle Fonti, il quale evidenzia diverse tematiche legate alla difficoltà di fare rete. L'obiettivo del GAL dovrebbe essere incentrato nel favorire l'aggregazione dei produttori che oggi, a causa della parcellizzazione e della frammentazione non riescono a creare una massa tale da essere competitivi sul mercato. La creazione di una rete di produttori potrebbe essere sostenuta sia a livello orizzontale che verticale. Inoltre sarebbe molto importante educare la cittadinanza offrendo nuove opportunità per la conoscenza e le relazioni tra il prodotto, il produttore ed il consumatore. Molte delle nostre produzioni di qualità meritano infatti</p>	<p>AGGREGAZIONE DEI PRODUTTORI</p>

	non solo di essere commercializzate ma di essere parte di un'identità locale apprezzata e motivo di identità.	
Imprenditore agricolo	Interviene Francesco Lionetti , imprenditore agricolo, il quale pone l'attenzione del tavolo sul problema della commercializzazione del prodotto orticolo, soprattutto con riferimento ai mercati esteri. Inoltre, aggiunge, sarebbe molto utile avere dal GAL un tutoraggio nello sviluppo di azioni che migliorino la stessa commercializzazione ed il rapporto con la clientela.	COMMERCIALIZZAZIONE
Imprenditore agricolo	Prosegue Giovanni Frizzale , imprenditore agricolo, il quale ribadisce l'importanza di una conoscenza analitica del territorio e del prodotto e suggerisce la possibilità di intervenire anche sul miglioramento della commercializzazione dei prodotti orticoli, soprattutto per quanto riguarda produzioni di nicchia e con scarsa leva di mercato.	INFORMAZIONE
Imprenditore agricolo	Prende la parola Vito Montenegro , imprenditore agricolo, che evidenzia come una delle azioni che il GAL potrebbe sostenere è in relazione ad attività sperimentali nel campo della trasformazione del prodotto per la filiera corta.	SPERIMENTAZIONE E TRASFORMAZIONE
Privato e componente CDA GAL	Prosegue Francesco Saturno , componente del CDA del GAL, il quale ritorna sul concetto di marketing sul prodotto e sull'idea di poter verificare quante porzioni di territorio sono oggi abbandonate, incolte e potrebbero essere dedicate alle nuove specializzazioni colturali in ambito orticolo.	MARKETING PRODOTTO
Imprenditore agricolo	Interviene nel dibattito Angelo Santoro , imprenditore agricolo, il quale specifica la sua approvazione nello sviluppo di marchio di prodotto che però vada oltre le attività di promozione delle produzioni. Specifica che si dovrebbe sviluppare una filiera corta più consapevole, sulla falsariga dei mercati dei contadini presenti in altre realtà	FILIERA CORTA FORMAZIONE QUALITA' DEI PRODOTTI

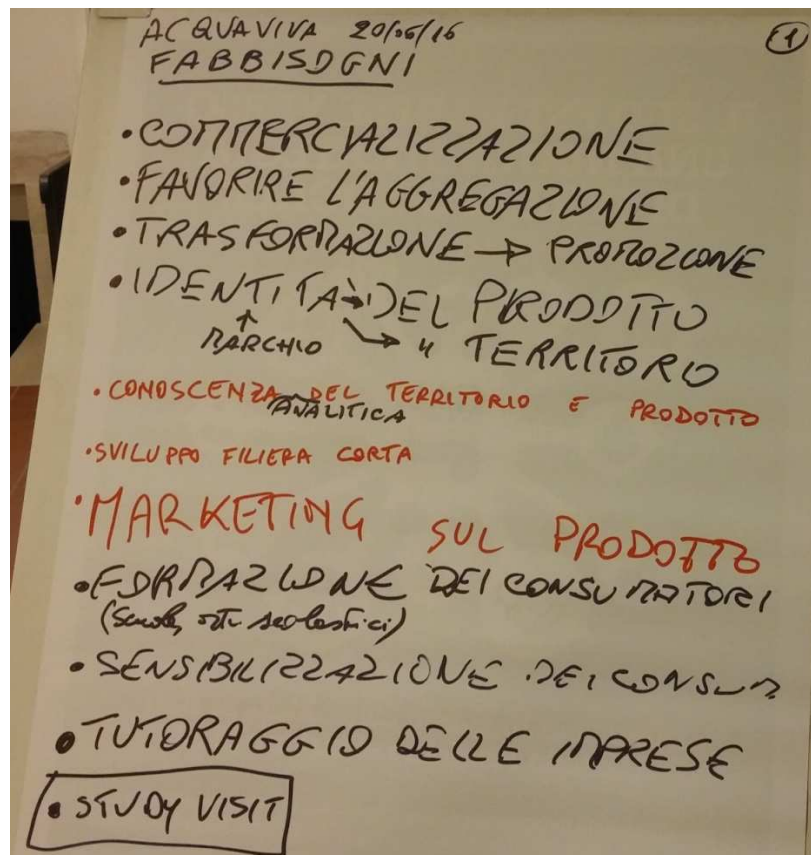
	geografiche dove vi è un contatto diretto tra produttori e consumatori. Inoltre il GAL si dovrebbe impegnare nella formazione dei produttori e nell'adozione di un disciplinare sul prodotto che evidenzia gli elementi e le tecniche colturali più salutari e sostenibili. Altro capitolo molto importante è quello dedicato alla formazione dei consumatori (scuole, orti scolastici).	
Imprenditore agricolo	Prosegue Piero Racano il quale suggerisce come la sensibilizzazione non si deve fermare solo alle nuove generazioni, come quella del mondo scolastico ma deve essere ancora più ampia e rivolgersi ai consumatori. Cita l'esperienza delle study visit del GAL che è stata molto formativa. Bisogna costruire un filo diretto tra l'agricoltura, le produzioni, la dieta mediterranea e la formazione della popolazione.	FORMAZIONE NUOVE GENERAZIONI

Alcune fotografie del focus group di Acquaviva delle Fonti del 20 giugno 2016





Principali fabbisogni emersi durante il focus group



8.3. Focus Group Filiera “Ciliegia”

3° FOCUS GROUP: FILIERA CILIEGIE Ufficio Tecnico del Comune di Acquaviva delle Fonti 21 giugno 2016 ore 18:00		
Autore	Contributo/Stimolo	Parole chiave/ TAG
Imprenditore agricolo	<p>Prende la parola Vito Damiani, il quale evidenzia l’esigenza di dover promuovere una strategia di aggregazione tra produttori di ciliegie. Il GAL dovrebbe essere molto attento al tema delle reti, cercando di far capire agli stessi produttori l’importanza dello stare insieme. Con riferimento alla filiera abbiamo l’esigenza di lavorare sul prodotto fresco tuttavia non sono d’accordo sulla trasformazione di questo prodotto. Le ciliegie in realtà sono poche per il consumo fresco. Non dobbiamo commettere l’errore di ricoprire le nostre coltivazioni di teloni come oggi succede a Rutigliano per l’uva da tavola ma dobbiamo proteggere in ogni caso i terreni dalle condizioni meteorologiche o dobbiamo trovare dei sistemi riducano i rischi di questi ciliegi, magari con qualche innovazione da introdurre nelle cultivar. Non sono d’accordo sulla trasformazione. Un altro tema è quello relativo alla filiera corta ha senso per un concetto di nicchia, lavorando sul bio. Dare un’informazione tecnica sulla diversificazione colturale e far capire cosa sta accadendo sulle varietà.</p>	AGGREGAZIONE FILIERA CORTA SU FILIERA BIO INFORMAZIONE
Privato	<p>Prosegue Nicola Sisto, agronomo, il quale punta molto l’attenzione all’integrazione tra agricoltura e territorio. Oggi, afferma Sisto, dobbiamo portare avanti un ragionamento complessivo sul concetto di patrimonio rurale. In questo senso dobbiamo puntare a valorizzare molti dei beni del patrimonio rurale, oggi in stato di degrado, per migliorare il paesaggio agro. Con riferimento alla filiera delle ciliegie evidenzia come la filiera corta, ovvero portare il consumatore in azienda, vada contro il concetto di aggregazione. Diverso è tuttavia il concetto di filiera</p>	INTEGRAZIONE AGRICOLTURA

	corta legata al mondo del biologico.	
Associazione	Interviene Antonella Contento , rappresentante di un'associazione culturale, la quale ribadisce come sia importante far conoscere alla popolazione ed al mondo della scuola le differenze tra le varietà colturali presenti sul territorio non solo nella città di Conversano ma in tutta l'area del GAL.	INFORMAZIONE
Privato e componente CDA GAL	Prende parola Emanuele Pignatelli , del Consiglio di Amministrazione del GAL. Noi dobbiamo pensare di fare attività didattiche molto complesse della semplice visita in campo della scuola. Dovremmo spingere per organizzare attività che partano dalla potatura alla raccolta, per poi proseguire anche nella trasformazione del prodotto. Il progetto di valorizzazione e sensibilizzazione dovrebbe avere un indirizzo ben preciso. Con riferimento invece alla filiera, conclude Pignatelli, se iniziamo a parlare di filiera corta, aggregazione, OP possiamo creare un asse davvero importante.	SENSIBILIZZAZIONE INFORMAZIONE
Imprenditore agricolo	Interviene Stefano Savino , imprenditore agricolo, il quale ribadisce l'esigenza di aggregare ed evidenzia come sia ormai maturo in tutto il Sud Est Barese iniziare a parlare di una OP. Prosegue dicendo che lavorerebbe sull'allungamento della filiera in particolare verso la trasformazione del prodotto rovinato. A suo dire oggi non è pensabile lavorare solo sul prodotto fresco ma è indispensabile pensare anche al recupero dello scarto. Con riferimento alla filiera corta la filiera della ciliegia si sposa bene solo se è un prodotto di nicchia, solo se pensiamo alle produzioni biologiche. Se parliamo di grandi produzioni come sono oggi presenti a Conversano la filiera corta non ha proprio ragion d'essere. Un ultimo tema di discussione è quello legato al commercio online ed alla possibilità del GAL di sostenere progetti che aiutino l'imprenditore a vendere online.	AGGREGAZIONE FILIERA CORTA COMMERCIALIZZAZIONE

Alcune fotografie del focus group di Conversano del 21 giugno 2016



Principali fabbisogni emersi durante il focus group

- ② CONVERSANO 21/06/2016
- FABBISOGNI
- NECESSITA' DI AGGREGAZIONE DELLE IMPRESE
 - TRASFORMAZIONE DEL PRODOTTO E/O DEL SOTTOPRODOTTO
 - VALORIZZAZIONE TERRITORIO RURALE
 - FORMAZIONE
 - INFORMAZIONE (SCUOLE/FAMIGLIE) TURISTI
 - " RIVOLTA A IMPRENDITORI AGRICOLI (INFORM. TECNICA)
 - VALORIZZAZIONE BINOCCIO TURISTO/AGRICOLTURA

8.4. Focus Group Filiera “Olivicoltura”

4° FOCUS GROUP: FILIERA OLIVICOLTURA GAL Sud Est Barese Mola di Bari 22 giugno 2016 ore 18:00		
Autore	Contributo/Stimolo	Parole chiave/ TAG
Imprenditore Agricolo	<p>Prende la parola Maria Franca Perniola, imprenditrice agricola, la quale illustra la sua esperienza di imprenditrice olivicola e cerealicola, con alcune produzioni in ambito biologico e di grani antichi. Fa un breve salto indietro rispetto al focus group organizzato dal GAL sui cereali, suggerendo al GAL di dotare il territorio di strumenti per migliorare la selezione del grano. Per quanto riguarda la filiera dell’olivicoltura invece la Perniola specifica che, occupandosi di olio biologico, ha un elevato costo per fare sostenere le certificazioni in HACCP. Nel nostro GAL le imprese agricole sono piccole, per cui non avrebbe molto senso per la singola azienda acquistare un macchinario del genere. Un secondo tema è relativo alla promozione e valorizzazione del prodotto sui mercati italiani e stranieri. Bisognerebbe promuovere l’aggregazione per favorire una più efficace commercializzazione.</p>	<p>SPERIMENTAZIONI</p> <p>PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE</p>
Imprenditore Agricolo	<p>Interviene Francesco Verga, imprenditore agricolo, perito agrario con produzioni legate ad agrumi, cereali, olive da mensa e da olio. Verga sottolinea come oggi bisogna aumentare le competenze formative delle imprese, l’uso dei prodotti fitosanitari, dei diserbanti e spiegare ai produttori agricoli le tecniche di gestione del suolo e di tutela dell’ambiente. Abbiamo bisogno di costruire un’agricoltura che guardi nel lungo termine. Per questo il GAL dovrebbe puntare alla formazione ed informazione con le imprese. Un secondo tema di discussione è legato alla filiera corta, che oggi è uno strumento necessario per avvicinare il consumatore al produttore. Oggi abbiamo necessità di aumentare il valore aggiunto del prodotto olivicolo per migliorare il reddito delle imprese.</p>	<p>FORMAZIONE</p> <p>INFORMAZIONE</p> <p>FILIERA CORTA</p>

Uditore	Si presente Carlo Colaprico , della Tendercoop, il quale precisa che è presente in qualità di semplice uditore.	
Imprenditore Agricolo	Parla Felicia Tanzi , imprenditrice agricola la quale presenta al gruppo il suo lavoro di costruzione stiamo di una rete sulla dieta mediterranea, l'olio di oliva è il principe della dieta mediterranea. Oggi il nostro territorio ha bisogno di tanta formazione ed informazione. Il GAL dovrebbe promuovere una formazione su più livelli, dal semplice culture agri civico alle attività più tecnico e professionali. Il GAL deve creare una cultura formativa in ambito di agricoltura. Pensiamo all'accademia del mare, ci vorrebbero esperienze di questo tenore. Un bisogno che oggi avverte il territorio è realizzare una fotografia aggiornata, reale e puntuale sullo stato dell'arte del settore olivicolo. Le imprese devono capire il trend economico atteso per i prossimi 10 anni, bisogna immaginare quali cultivar creeranno più reddito nei prossimi anni e dove bisognerebbe investire.	FORMAZIONE CONOSCENZA DELLA FILIERA
Imprenditore Agricolo	Entra nel dibattito Laura Dell'Erba , imprenditrice agricola, la quale racconta il suo progetto di recupero costante delle erbe officinali, medicinali, spontanee in tutto il territorio. Anche lei condivide il concetto di formazione, soprattutto per quanto riguarda le nuove generazioni. E' molto attenta alle attività sviluppate dal GAL SEB e vorrebbe far emergere il ruolo dell'olio di oliva all'interno della dieta mediterranea.	FORMAZIONE DIETA MEDITERRANEA
Imprenditore Agricolo	Conclude la discussione Chiara Tanzi , imprenditrice agricola, la quale evidenzia come a Mola è presente una cultivar DOP sull'olio di oliva ma non si può valorizzarlo al meglio a causa delle distanze troppo elevate richieste tra un albero e l'altro.	VALORIZZAZIONE

Alcune fotografie del focus group di Mola di Bari del 22 giugno 2016



Principali fabbisogni emersi durante il focus group

- MOLA DI BARI 22/06/2016
- AGGREGAZIONE DI IMPRESE FINALIZZATA ALLA PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE DEL PRODOTTO E PER L'ACQUISTO DI ATTREZZATURE COMUNI
 - VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI
 - ELEVARE LE COMPETENZE DEGLI IMPRENDITORI AGRICOLI
 - PROMOZIONE FILIERA CORTA
 - FORMAZIONE - INFORMAZIONE
 - RECUPERO DI ERBE SPONTANEE
 - CONOSCENZA DEL PESO DELL'OLIVICOLTURA NEL TERRITORIO

8.5. Focus Group Filiera “Agroalimentare”

5° FOCUS GROUP: FILIERA AGROALIMENTARE Sede dello IAT Noicattaro 23 giugno 2016 ore 18:00		
Autore	Contributo/Stimolo	Parole chiave/ TAG
Imprenditore agroalimentare	Prende la parola Eustachio Sapone , <i>imprenditore agroalimentare</i> , il quale suggerisce di lavorare sul rafforzamento di un marchio territoriale che possa raccontare al meglio i prodotti tipici e legare il territorio ad alcune tipicità dell’agroalimentare. Una delle criticità del territorio, soprattutto per quanto riguarda i piccoli produttori, è l’assenza di luoghi dove conferire e trasformare le produzioni agricole in prodotti ad alto valore aggiunto. Potrebbe essere interessante creare dei laboratori per la trasformazione multi prodotto a servizio del territorio. Inoltre evidenzia l’utilità, al pari di altre realtà territoriali, della creazione di cataloghi di promozione del prodotto.	MARCHIO TERRITORIALE AGGREGAZIONE TRASFORMAZIONE
Imprenditore agroalimentare	Interviene Nicola Alfonso , <i>ristoratore</i> , il quale porta l’esperienza di Acquaviva delle Fonti dove i produttori della cipolla rossa hanno creato un consorzio per creare un laboratorio di conferimento nel quale si provvede alla trasformazione. Oggi, prosegue, abbiamo bisogno di replicare questa esperienza, per esempio seguendo le modalità con cui i produttori del pomodoro di Fiaschetto di Torre Guaceto stanno seguendo con un unico conferimento da più produttori.	TRASFORMAZIONE
Imprenditore agroalimentare	Continua il dibattito Francesco Villari , <i>imprenditore agricolo e produttore caseario</i> , il quale condivide l’approccio proposto dagli interventi precedenti. Inoltre evidenzia come tutto il lavoro avviato nella precedente programmazione con il GAL ed i tour operator e le agenzie viaggi andrebbe rafforzato anche per promuovere i prodotti agroalimentare in chiave turistica.	PROMOZIONE DEL PRODOTTO AGROALIMENTARE
Privato	Parla Valentina Ardito , <i>agronoma</i> , la quale racconta come in Puglia ci sia già da diversi anni un marchio, Prodotti di Puglia, le cui finalità sono quelle di identificare il prodotto agricolo,	PROMOZIONE

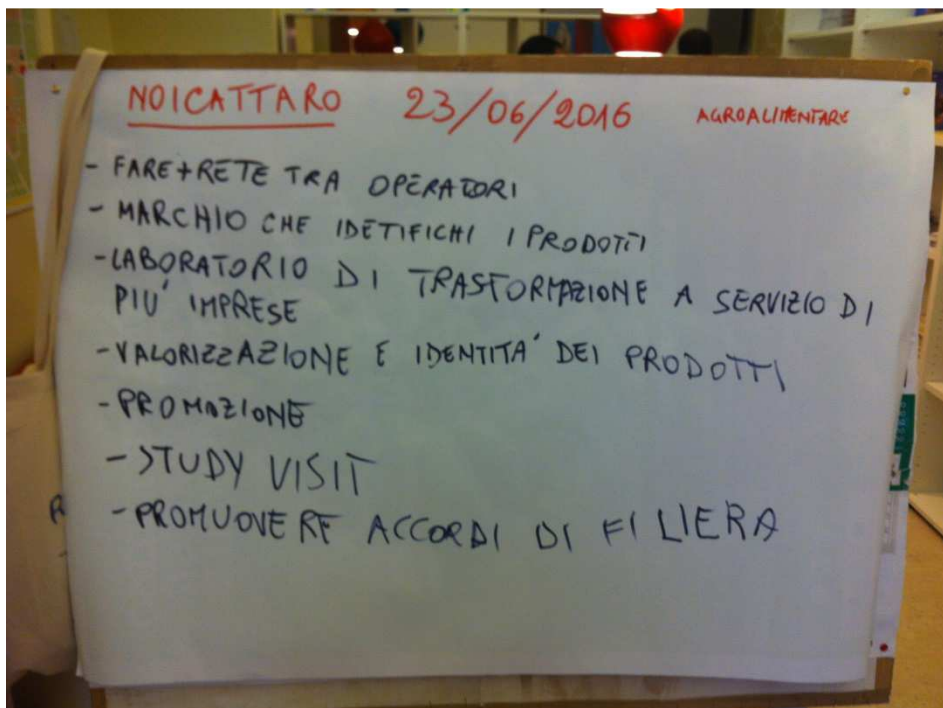
	tuttavia non ha un grande appeal. Dovremmo lavorare più sulla promozione, e dunque lavorare su una maggiore identificazione del prodotto.	
Presidente IAT	Interviene Enzo Iovele , <i>presidente dello IAT Noicattaro</i> , il quale pone la questione della rilevanza di fare rete e creare connessioni con i vari soggetti istituzionali. Da questo punto di vista il GAL ci deve aiutare a fare rete. Il nostro problema è provare a fare rete per crescere. Un esempio molto interessante, da replicare nel futuro, è quello di favorire i collegamenti ed il confronto tra operatori economici per esempio attraverso le study visit.	AGGREGAZIONE STUDY VISIT
Privato	Anche Vito Detoma , <i>libero professionista e membro dello IAT Noicattaro</i> , ribadisce come sia oggi molto importante fare rete e promuovere a 360° il territorio.	FARE RETE
Imprenditore cicloturistico	Conclude il giro di tavolo Adriano Lapedota , <i>imprenditore cicloturistico e ideatore di una start up su agroalimentare</i> . Introduce il ragionamento spiegando un suo progetto in ambito di commercio online, dove si potrà realizzare un gruppo di acquisto online. Io penso che investire su un territorio senza accompagnarlo ad una vera e propria politica di eccellenza come per esempio la direzione del biologico renderebbe più facile le vendite, i fatturati, l'innovazione. Parlare solo di territori, aggiunge, penso sia riduttivo. Un altro tema in ambito di valorizzazione e promozione potrebbe essere quello di organizzare delle fiere e degli eventi in piazze del nord Italia. Ad esempio si potrebbe immaginare di realizzare un circuito di isole dell'artigianato, dell'agroalimentare, dell'agricoltura di qualità che possa girare l'Italia.	COMMERCIO ONLINE QUALITA' PRODUZIONI VALORIZZAZIONE E PROMOZIONE

Alcune fotografie del focus group di Noicattaro del 24 giugno 2016





Principali fabbisogni emersi durante il focus group



8.6. Focus Group Filiera “Turismo”

6° FOCUS GROUP: FILIERA TURISMO Masseria Serra dell’Isola Mola di Bari 01 luglio 2016 ore 18:00		
Autore	Contributo/Stimolo	Parole chiave/ TAG
Privato	Prende parola Antonio Pastore , <i>architetto e libero professionista</i> , il quale parte da una considerazione, che il GAL deve mettere in rete tutte le realtà già esistenti, deve facilitare il lavoro insieme, in particolare tutti quei soggetti che possono contribuire allo sviluppo turistico della nostra AREA. In secondo luogo ci vorrebbe un’azione divulgativa, informativa e pubblicitaria. Il GAL dovrebbe lavorare per incentivare il turismo di prossimità che ha un potenziale inespresso. Se facessimo questo porteremmo già una massa turistica nella nostra area. Inoltre si dovrebbe rafforzare la comunicazione ed entrare nel desiderio per informare il cittadino e magari nelle scuole.	AGGREGAZIONE PUBBLICITÀ TURISMO DI PROSSIMITÀ
Impresa agrituristica	Interviene Pier Vito Lestingi , <i>Casina dei Preti</i> , il quale specifica che si dovrebbe trovare qualcosa di innovativo pur rimanendo nelle tradizioni. La via francigena è un percorso storico culturale che partendo il nord della Francia arriva fino al sud est barese. Ci sono documentazioni ufficiali che certificano la presenza di questi cammini, andiamo per questo a valutare in maniera giusta ciò che sono i valori storici, religiosi e tradizionali. Questo discorso andrebbe sviluppato sia in chiave turistica che storico culturale.	TRADIZIONI CAMMINI STORICO CULTURALI
Privato	Parla Mauro Guaricci , il quale condivide la riflessioni di Antonio sul potenziale turistico locale locale. Bisogna fare in modo che il territorio e le offerte turistiche vadano a potenziarsi in rete. L’altro elemento imprescindibile è relativo alla qualità offerta, nel senso che tali attività per essere realmente fruttuose devono essere qualitative. Per questo è importante formazione, soprattutto come rendere questa filiera molto più sostenibile. Propongo un modello di turismo esperienziale come masserie didattiche, agriturismi, attività nei campi. La study visit, già	QUALITÀ’ OFFERTA FORMAZIONE STUDY VISIT

	realizzata dal GAL nella vecchia programmazione può essere molto efficace.	
Presidente IAT	Interviene Giacomo Troiani , della <i>Pro Loco di Rutigliano</i> , il quale condivide il discorso di una maggiore formazione degli operatori locali ma suggerisce di dedicare tempo anche alla formazione dei bambini soprattutto per far conoscere le vecchie tradizioni storiche e culturali. E' importante educare i bambini alla massima attenzione del territorio. Grazie al SAC abbiamo inoltre realizzato dei laboratori, dove piccoli gruppi di turisti sono riusciti a vivere esperienze sensoriali dirette. E' importante inoltre creare una piccola rete operativa. In ultimo dobbiamo lavorare tutti insieme con il GAL affinché si eviti il più possibile l'accavallamento di orari e date tra eventi tra vari comuni. Dobbiamo costruire una programmazione tra i vari comuni e i vari territori in maniera tale da potenziare le attrazioni turistiche. Un'altra idea che si potrebbe realizzare è un sistema di audio guide per migliorare la conoscenza del territorio.	FORMAZIONE EDUCAZIONE PROGRAMMAZIONE CULTURALE
Impresa turistica	Parla Angelo Piccici , <i>tour operator</i> , il quale evidenzia come uno dei maggior problemi sia come arrivano i turisti da noi. I costi sono molto elevati ed inoltre bisogna migliorare l'informazione per i collegamenti tra i paesi. Il problema principale è far raggiungere l'area del GAL SEB dai turisti con collegamenti diretti.	TRASPORTI E COLLEGAMENTI
Privato	Interviene Austacio Busto , oggi è necessario conoscere il nostro territorio in modo approfondito. Abbiamo avviato uno studio sul Comune di Acquaviva delle Fonti da un punto di vista storico e culturale. Tutto questo lavoro confluirà in un GIS con tutte le informazioni multimediali di rapida accessibilità. Questo può avere una doppia valenza, sia in chiave turistica per mettere in rete i luoghi, sia in chiave di conoscenza per le amministrazioni comunali. Questo modello lo vorremmo proporre al GAL. E' uno strumento interrogabile, dunque molto facile da utilizzare. L'obiettivo oggi rimane quello di aumentare la consapevolezza del territorio.	MULTIMEDIALITÀ
Impresa	Prende parola Giovanni Scianatico , <i>imprenditore agriturismo</i> , il quale sottolinea come il tema dei collegamenti turistici sia un	MAPPATURA

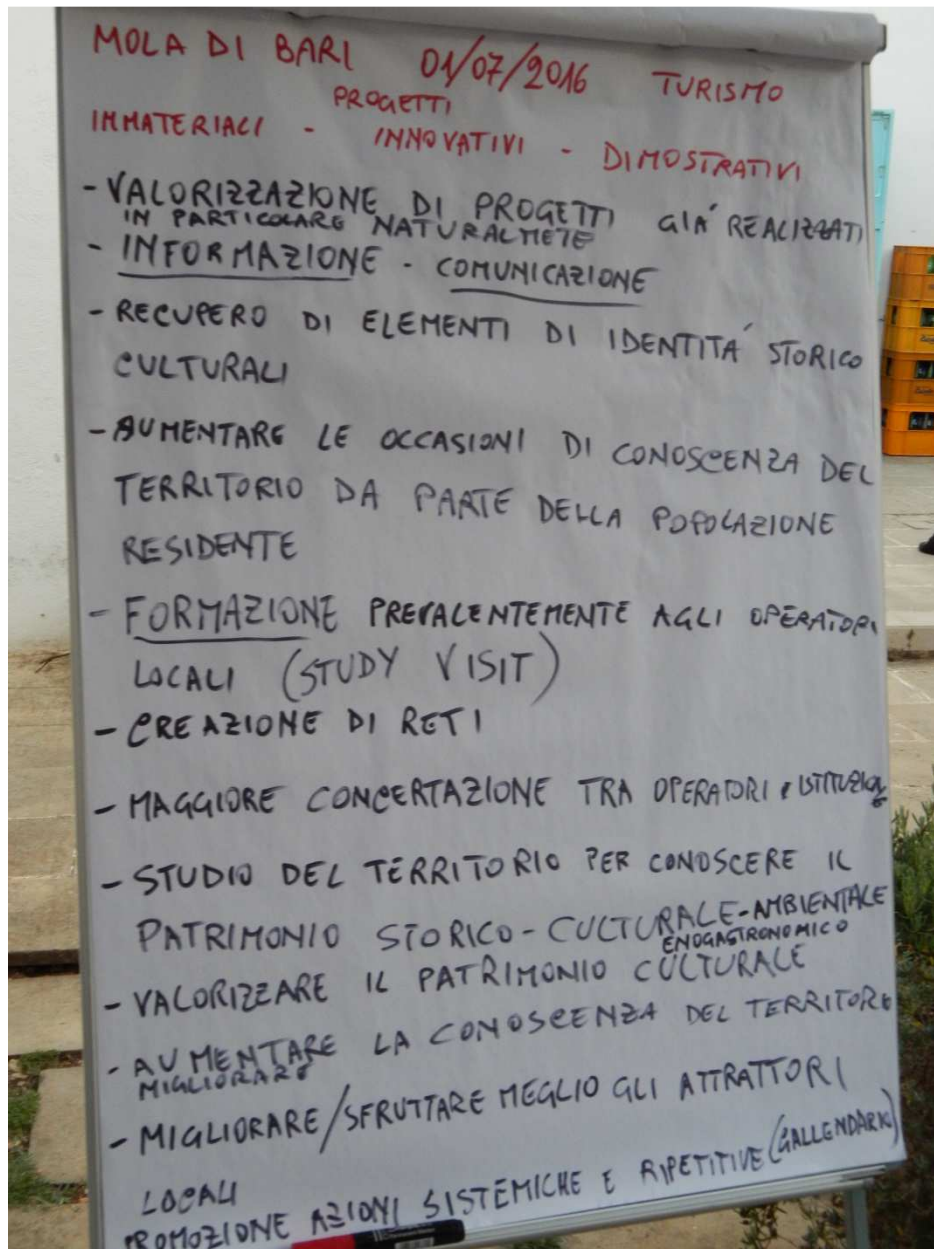
agrituristica	<p>problema di accoglienza turistica a livello regionale che solo la Regione Puglia potrebbe affrontare. C'è inoltre un problema evidente di cartellonistica e mappatura del territorio. Dobbiamo lavorare con gli attrattori turistici altamente specializzati come per esempio la rete di feste religiose e laiche. Dobbiamo proseguire sulla strada della valorizzazione delle eccellenze pugliesi, potenziando gli attrattori e promuovendo gli eventi.</p>	EVENTI
Associazione	<p>Chiude il tavolo Alessio Vovlas, dell'associazione <i>Polyxena</i>, il quale ribadisce come sia importante nella progettazione degli itinerari turistici dare maggior spazio anche alla multi sensorialità non solo a livello enogastronomico ma anche sulla percezione. Un'idea potrebbe essere quella di creare delle azioni che siano sistematiche e ripetute in tutta l'area del GAL. Le strutture ricettive dovrebbero avere queste informazioni anche per valorizzare un concetto di turismo verde diffuso. Altro tema importante è la formazione ed il trasferimento di conoscenze per guide turistiche ambientali, la quale potrebbe essere allargata. La rete di itinerari turistici oggi esiste, <i>Natural-mete</i> esiste, potenziamo le attività.</p>	<p>MULTI SENSORIALITÀ</p> <p>TURISMO VERDE</p> <p>ATTIVITÀ TURISTICHE</p>

Alcune fotografie del focus group di Mola di Bari del 01 luglio 2016





Principali fabbisogni emersi durante il focus group



8.7. Focus Group Filiera “Commercio e Artigianato”

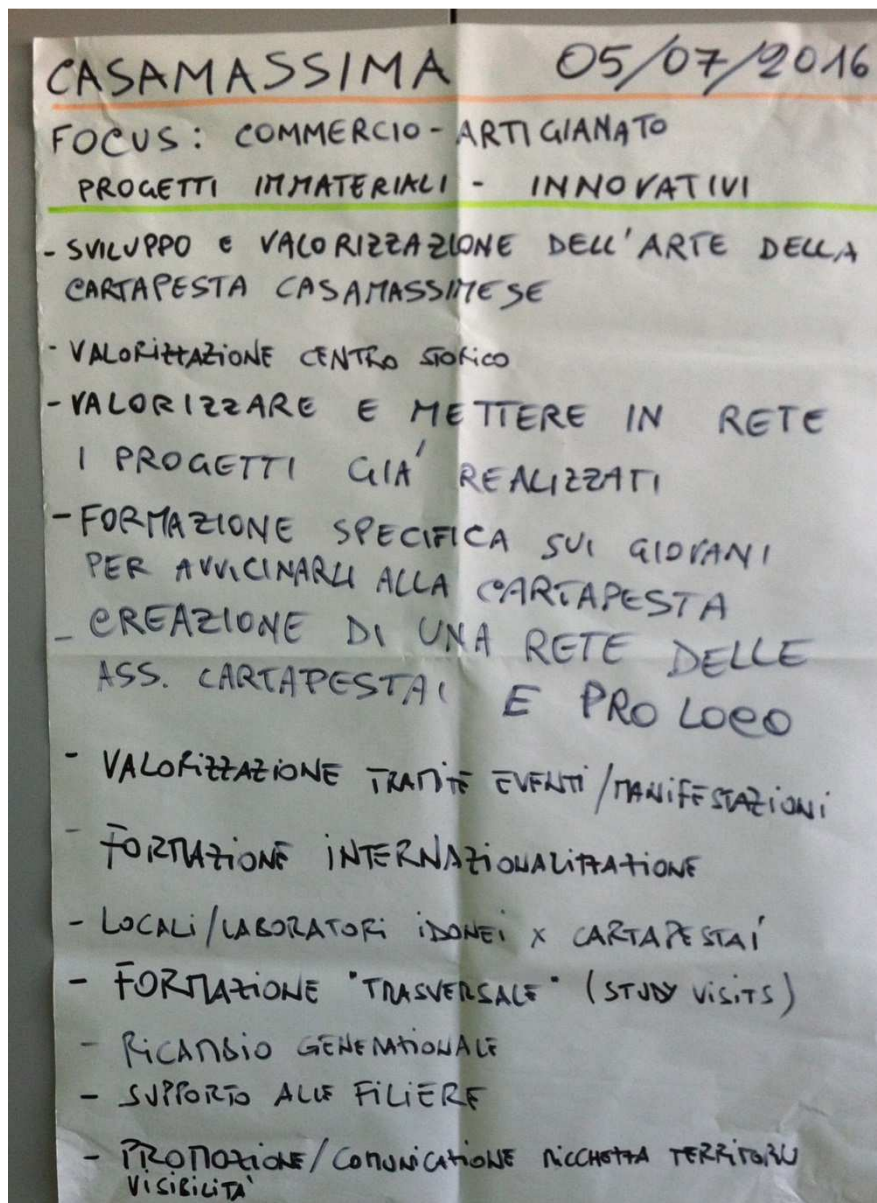
7° FOCUS GROUP: FILIERA COMMERCIO E ARTIGIANATO Sala Consiliare Comune di Casamassima 05 luglio 2016 ore 18:00		
Autore	Contributo/Stimolo	Parole chiave/ TAG
Associazione	<p>Aprire il tavolo Gianni De Tommaso, <i>Pro Loco e IAT Casamassima</i>, il quale punta l'attenzione sulla valorizzazione delle attività commerciali, artigianali nel centro storico (c.d. Paese azzurro) attraverso interventi di didattica, di informazione. Evidenzia l'importanza di valorizzare e mettere in rete i progetti realizzati.</p>	<p>SVILUPPO E VALORIZZAZIONE DELL'ARTE DELLA CARTAPESTA</p> <p>CENTRO STORICO</p>
Associazione	<p>Interviene Lorenzo Longhi, <i>Presidente Associazione Bottega della Cartapesta</i>, che evidenzia la necessità di promuovere corsi formazione e di perfezionamento dei giovani nella nobile arte della lavorazione della cartapesta (in particolare con il coinvolgimento delle scuole). Altro elemento importante è la messa in rete delle tre associazioni della cartapesta di Casamassima con la Pro Loco. Inoltre molto importante è anche la realizzazione di locali visibili dove raccogliere i giovani per mostrare l'arte della cartapesta.</p>	<p>VALORIZZARE E METTERE IN RETE I PROGETTI GIÀ REALIZZATI</p> <p>CREAZIONE DI UNA RETE DELLE ASSO. CARTAPESTAI E PRO LOCO</p>
Organizzazione di categoria	<p>Prende parola Marco Vacchiano, <i>Confesercenti Casamassima</i>, il quale espone le problematiche che limitano oggi la costituzione di una rete e le continue diaatribe tra le varie associazioni territoriali. Il fabbisogno principale è oggi dunque la messa in rete degli operatori (associazioni e proloco) in modo collaborativo e costruttivo.</p>	<p>FORMAZIONE SPECIFICA SUI GIOVANI PER AVVICINARLI ALLA CRESCITA</p>
Organizzazione di categoria	<p>Parla Ernesto Ippolito, <i>della Federterziario</i>. Oggi abbiamo la necessità di individuare e creare eventi non legati solo alla pentolaccia ma che portino turisti e visitatori nel territorio tutto l'anno. Inoltre i corsi di</p>	<p>FORMAZIONE E INTERNAZIONALIZZAZIONE</p>

	formazione devono riguardare l'internazionalizzazione del commercio.	
Associazione	Interviene Raffaele Magnifico , <i>dell'Associazione Cartapestai Casamassimesi</i> . Obiettivo è valorizzare la cartapesta. il problema è la mancanza di un laboratorio adeguato/idoneo dove lavorare la cartapesta in sicurezza, dove organizzare anche corsi nei locali. Anche un locale unico dove raccogliere tutti i cartapestai.	LOCALI E LABORATORI IDENEI AGLI ARTIGIANI
Istituzione comunale	Parla Rocco Bagalà , <i>Assessore del Comune di Casamassima</i> , il quale chiede se sarà possibile ottenere finanziamenti per l'organizzazione di eventi innovativi che vedano coinvolti in rete tutti gli operatori.	AGGREGAZIONE E RETE
Organizzazione di categoria	Segue Umberto Castellano , <i>della Confartigianato</i> , il quale dice che l'obiettivo del GAL deve essere creare un valore che resti sul territorio. Formazione agli imprenditori in maniera trasversale: gli artigiani e i commercianti del territorio devono imparare a fare gli "imprenditori". Pertanto i viaggi studio sono una ottima proposta. È necessario altresì trasmettere ai giovani la stessa passione dei padri (ricambio generazionale). Strutturare interventi fissi di collegamento tra scuole e lavoro, riguardante tutti i settori del commercio (compreso l'agroalimentare e tutti i settori dell'artigianato). Integrare i diversi incentivi regionali per sviluppare il turismo in Casamassima. Supporto alle filiere.	STUDY VISIT RICAMBIO GENERAZIONALE SUPPORTO ALLE FILIERE
Privato	Parla Michele Cervellera , <i>optometrista</i> . Sul territorio manca comunicazione, è necessario informare la popolazione locale che sul territorio possono essere soddisfatti tutti i bisogni dal piccolo commercio. Formazione della promozione imprenditoriale e comunicazione all'esterno. Visibilità commerciale territoriale.	PROMOZIONE E COMUNICAZIONE

Alcune fotografie del focus group di Casamassima del 05 luglio 2016



Principali fabbisogni emersi durante il focus group



8.8. Focus Group “Amministrazioni Comunali”

8° FOCUS GROUP: AMMINISTRAZIONI COMUNALI Sede Lega Navale Italiana 11 luglio 2016 ore 18:00		
Autore	Contributo/Stimolo	Parole chiave/ TAG
Assessore di Casamassima	<p>Aprè la discussione l'Assessore del Comune di Casamassima, Rocco Bagalà, il quale parte da una considerazione relativa al valore del packaging nel prodotto. Questo aspetto ha un ruolo fondamentale in quanto oggi le nostre produzioni vengono vendute non solo per la qualità ma anche per tutto il lavoro di brand identity. Siamo nell'epoca del brand, per cui dobbiamo essere bravi a comunicare in modo efficace in nostri prodotti. Dobbiamo incentivare gli investimenti sulle DECO (Denominazione Comunale) per stimolare piani di marketing adeguati.</p>	<p>PACKAGING</p> <p>DECO</p> <p>MARKETING</p>
Sindaco di Acquaviva delle Fonti	<p>Interviene il <i>Sindaco di Acquaviva delle Fonti</i> Davide Carlucci, il quale condividendo l'intervento di Bagalà, suggerisce di coinvolgere le istituzioni scolastiche su questo tema. Un altro tema molto importante è relativo al raccordo tra mare - terra. Nel turismo per esempio è importante facilitare i flussi turistici tra l'entroterra di Acquaviva delle Fonti e la costa molese. Bisogna rafforzare le informazioni tra comuni lavorando anche su una mobilità.</p>	<p>RACCORDO</p> <p>MARE – TERRA</p> <p>INFORMAZIONI INTERCOMUNALI</p>
Vice Sindaco di Rutigliano	<p>Parla Giuseppe Valenzano, <i>Vice Sindaco del Comune di Rutigliano</i>, condivide il tema del packaging in quanto può rappresentare un vero e proprio acceleratore commerciale. Oggi dovremmo spingere i nostri produttori ad una maggiore internazionalizzazione, per rendere più forte la commercializzazione delle produzioni. Per esempio in tema di fiere sulla frutta porta l'esempio della Fruit Attraction 2016 di Madrid che oggi rappresenta il miglior palcoscenico per le nostre imprese. Il GAL dovrebbe perseguire queste azioni. Lo spirito di collaborazione dovrebbe inoltre facilitare gli</p>	<p>INTERNAZIONALIZZAZIONE</p> <p>PROMO COMMERCIALIZZAZIONE</p>

	scambi tra comuni.	
Sindaco di Noicattaro	Parla il neo <i>Sindaco di Noicattaro</i> , Raimondo Innamorato , il quale si presenta al tavolo di lavoro ed essendo stato appena eletto necessità di alcuni giorni per poter contribuire in maniera fattiva a proposte concrete per il GAL. Per tali ragioni viene concordato un nuovo incontro tra amministrazione comunale e GAL.	-
Sindaco di Mola di Bari	Interviene il <i>sindaco di Mola di Bari</i> , Giangrazio Di Rutigliano , il quale seguendo la discussione del sindaco di Acquaviva, evidenzia l'importanza di promuovere adeguatamente il rapporto tra mare e terra. E' fondamentale il gioco di squadra. Dovremmo essere bravi ad attrarre nuovi turisti ed essere rappresentati negli altri comuni.	INTEGRAZIONE SCAMBI
Assessore di Mola di Bari	Parla l' <i>Assessore del Comune di Mola di Bari</i> , Gianni Russo , il quale evidenzia come oggi la sfida del nuovo piano di azione locale del GAL è molto più ambiziosa della precedente, in particolare per quanto riguarda le azioni di immaterialità su cui impostare la strategia. Il GAL deve e può essere il soggetto ideale per facilitare anche il dialogo tra i comuni.	IMMATERIALITA' FACILITAZIONE DIALOGO
Assessore di Acquaviva delle Fonti	Interviene l' <i>Assessore del Comune di Acquaviva delle Fonti</i> , Costantina Capozzo , la quale ribadisce l'importanza ed il ruolo del GAL nel sostenere piani di formazione ed informazione verso la popolazione locale e gli operatori economici. Non c'è cambiamento senza un'azione che migliori le conoscenze degli operatori.	FORMAZIONE INFORMAZIONE
Vice Presidente GAL	Prende parola il <i>vice presidente del GAL</i> , Angela Mileto , la quale evidenzia come un lavoro da fare è sicuramente quello di ripartire dai progetti che sono stati sviluppati nella passata programmazione.	PROGETTUALITA' ESISTENTI
Presidente GAL	Chiude il dibattito il <i>presidente del GAL</i> , Pasquale Redavid , il quale condividendo le proposte emerse nel focus group esprime interesse a costruire un tavolo	TAVOLO PERMANENTE

	tecnico con le amministrazioni comunali per poter facilitare il dialogo e l'integrazione delle azioni tra comuni e agenzia locale.	
--	--	--

Alcune fotografie del focus group di Mola di Bari del 11 luglio 2016





8.9. Focus Group “Pesca”

9° FOCUS GROUP: PESCA Mola di Bari 15 luglio 2016 ore 18:00		
Autore	Contributo/Stimolo	Parole chiave/ TAG
Imprenditore ittico	<p>Aprè la discussione Nicola Parente, <i>socio della cooperativa Coopermola</i>, il quale evidenzia come oggi il comparto della pesca di Mola di Bari abbia un impatto importantissimo in termini di occupabilità e valore economico. Dobbiamo per questo stimolare un maggior ricambio generazionale. Il problema principale del caro-gasolio risulta fortunatamente assente in questo periodo. Altro punto è quello di fare rete.</p>	<p>RICAMBIO GENERAZIONALE</p> <p>AGGREGAZIONE</p>
Dipendente cooperativa	<p>Prosegue la discussione Giuseppe D’Addio, <i>dipendente della cooperativa Coopermola</i>, che punta su aiuti diretti a giovani per far sì che l’impresa sia supportata a 360° e possa ricevere un contributo per il ricambio generazionale. Inoltre un secondo fabbisogno del comparto è legato all’ammodernamento delle attrezzature di bordo in particolar modo in termini di miglioramento degli standard di sicurezza.</p>	<p>RICAMBIO GENERAZIONALE</p> <p>AMMODERNAMENTO ATTREZZATURE</p>
Imprenditore ittico	<p>Interviene Rocco Ardito, <i>socio della cooperativa Coopermola</i>, il quale pone ai presenti la criticità del porto di Mola di Bari con la necessità di effettuare un dragaggio del porto e contestualmente un miglioramento del punto di approdo.</p> <p>Sul tema del pescaturismo invece ci sono delle criticità – condivise da tutti presenti – determinate dalle caratteristiche delle imbarcazioni a strascico (prevalenti nella marineria di Mola di Bari) che rendono l’eventuale svolgimento di tale tipo di attività eccessivamente complesso e anti-economico.</p> <p>Viene, altresì, sposata l’idea di incentivi al settore della ristorazione purchè subordinati ad accordi di filiera con imprenditori ittici locali.</p> <p>Si auspica, infine, qualsivoglia iniziativa volta a “riabilitare” l’attività di pesca a strascico attraverso una operazione</p>	<p>DRAGAGGIO PORTO</p> <p>PROMOZIONE CULTURALE</p> <p>LEGAME TRA PESCATORI E PESCHERIE</p>

	<p>culturale che faccia verità sul ruolo dei pescatori che operano in questo settore – anche in termini di potenziale contributo alla pulizia dei fondali.</p> <p>In tal senso, sono auspicabili anche incontri con le scolaresche.</p>	
Imprenditore ittico	<p>Parla Vito Colapietro, <i>Presidente della cooperativa Coopermola</i>, il quale pone, al pari di D’Addio, l’accento sui contributi per le nuove generazioni che vogliono dotarsi di licenze. Inoltre un altro tema è migliorare la formazione con un aggiornamento dei vari titoli professionali.</p>	<p>RICAMBIO GENERAZIONALE FORMAZIONE IMPRESE</p>
Imprenditore ittico	<p>Leonardo Martinelli, <i>socio della cooperativa Coopermola</i>, il quale ribadisce l’esigenza di contributi per l’ammodernamento e messa in sicurezza delle imbarcazioni. Evidenzia, inoltre, le potenzialità della creazione di un marchio DOP che possa migliorare la riconoscibilità di talune specie ittiche tipiche. Di pari passo bisogna migliorare la promozione del prodotto e rafforzare l’educazione alimentare del consumatore e delle giovani generazioni.</p>	<p>MARCHIO DOP PROMOZIONE DI PRODOTTO</p>
Imprenditore ittico	<p>Felicia Tanzi, <i>esperta di posidonia</i>, la quale suggerisce di stimolare la cooperazione a livello di bacino del mediterraneo, in particolare nella macro regione adriatica.</p>	<p>COOPERAZIONE</p>
Operatore commerciale	<p>Gaetano Errico, <i>titolare della pescheria Errico</i>, evidenzia l’esigenza di ammodernamento – e messa a norma – di molti locali utilizzati dalle peschiere per la vendita al dettaglio dei prodotti ittici.</p>	<p>AMMODERNAMENTO SPAZI DI VENDITA AL DETTAGLIO</p>

Alcune fotografie del focus group di Mola di Bari del 15 luglio 2016



9. Interviste dirette

La sesta azione del processo partecipativo ha invece interessato più da vicino il partenariato economico e sociale che compone oggi il GAL, con interviste dirette ai rappresentanti del mondo professionale e di categoria. Tale fase partecipativa è misurabile nella scala di partecipazione con un livello di tipo cooperativo. Obiettivo di queste interviste è procedere con una raccolta e sistematizzazione dei fabbisogni ed esigenze provenienti dal mondo agricolo, artigianale, turistico, commerciale ed ittico. Nel corso di 2 mesi (maggio – luglio 2016) sono stati pertanto organizzati circa n. 13 incontri con relative interviste dirette. Di seguito l'elenco dei soggetti incontrati dal GAL nel periodo e principali output emersi.

N.	Organizzazione	Settore	Principali fabbisogni raccolti durante la fase di concertazione
1	Coldiretti	Agricoltura	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Migliorare redditività, competitività e sostenibilità aziende dell'area ✓ Rafforzare l'informazione e la formazione delle imprese e degli imprenditori.
2	CIA	Agricoltura	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sostenere gli scambi e le visite in aziende in particolare su buone pratiche, tecniche migliorative e uso di tecnologie innovative.
3	Confagricoltura	Agricoltura	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Favorire i processi di integrazione tra imprese ed operatori delle aree rurali, anche attraverso la creazione di reti di imprese. ✓ Sostenere l'internazionalizzazione commerciale delle filiere agroalimentari, in particolare su quelle ad elevato pregio qualitativo.
4	Copagri	Agricoltura	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Creare e consolidare le filiere corte.
5	Acli Terra	Agricoltura	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Valorizzare economicamente l'innovazione con la sperimentazione di prodotti e formule organizzative. ✓ Supportare la qualificazione dell'offerta di servizi ad alta intensità di conoscenza e valore aggiunto tecnologico.
6	Confcooperative	Agricoltura	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Supportare lo sviluppo di prodotti e servizi complementari alla valorizzazione di attrattori culturali e naturali del territorio. ✓ Migliorare la competitività delle imprese nelle destinazioni turistiche ✓ Supportare l'utilizzo di soluzione ICT nei processi produttivi delle PMI.
7	Confcommercio	Commercio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Rafforzare l'informazione e la formazione delle imprese e degli imprenditori.
8	Confartigianato	Artigianato	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Maggiore conoscenza della popolazione per il tessuto produttivo locale e del suo valore aggiunto per la cittadinanza. ✓ Facilitare l'internazionalizzazione delle imprese del territorio. ✓ Promuovere una maggiore aggregazione in rete delle imprese locali ✓ Formazione e collegamento con gli istituti scolastici per incentivare il ricambio generazionale nella trasmissione dell'impresa. ✓ Supporto alla formazione imprenditoriale, in particolare sotto il profilo burocratico, amministrativo. ✓ Lotta all'abusivismo informando adeguatamente le imprese. ✓ Supporto alla promozione turistica.

9	Confindustria Turismo	Turismo	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Rafforzamento ed accrescimento delle reti</i> • <i>Valorizzazione del territorio in chiave turistica</i>
10	Legacoop	Pesca	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Formazione professionale ed apprendimento permanente con la diffusione di conoscenze a livello economico, tecnico, normativo e scientifico di pratiche innovative.</i>
11	Agci Agritalia	Pesca	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Collegamenti in rete e scambi di conoscenze e buone pratiche tra le imprese .</i> • <i>Rafforzare e stimolare il ruolo delle donne nell'impresa e nella comunità dei pescatori.</i>
12	Federpesca	Pesca	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Sostegno per l'avvio di giovani pescatori.</i> • <i>Intervento in favore della commercializzazione del pescato</i> • <i>Diversificazione e creazione di nuove forme di reddito per i pescatori</i> • <i>Interventi per infrastrutture e servizi per la pesca.</i> • <i>Protezione e ripristino della biodiversità degli ecosistemi marini.</i> • <i>Rafforzare sistema di credito e assicurativo.</i> • <i>Azioni per stimolare l'innovazione.</i>

10. Piano di comunicazione

Il GAL ha realizzato, contemporaneamente al processo di associazione ed all'elaborazione della strategia di sviluppo locale, un piano di comunicazione integrato. Tale piano è stato concepito con una duplice funzione, da un lato migliorare il flusso informativo verso il territorio per aggiornare la cittadinanza sulle nuove funzionalità GAL, dall'altro facilitare il coinvolgimento e l'attivazione della popolazione durante la fase di elaborazione della strategia medesima. A differenza delle altre fasi del processo partecipativo, il piano di comunicazione non si colloca in una precisa fase temporale ma è uno strumento trasversale e continuo. Con tali presupposti il piano può essere sintetizzato con le seguenti azioni condotte, sia in ambito online che offline:

- Ufficio stampa e gestione dei media
- Sito web
- Gestione Newsletter
- Social Media Marketing
- Mailing List
- Dirette Streaming
- Materiali pubblicitari

10.1. Ufficio Stampa e gestione dei media

Il primo intervento si è focalizzato nella gestione dei media, con l'attivazione di un ufficio stampa dedicato alle attività del PAL. L'azione è stata rivolta a carta stampata, televisioni, radio e testate giornalistiche. Le attività di media relation si sono concentrate su una scala locale, al fine di rafforzare la comunicazione sul territorio e raggiungere con maggiore efficacia la popolazione di riferimento. Durante il processo partecipativo sono stati inviati n. 3 comunicati stampa, coincidenti con il passaggio della progettazione partecipata da una fase all'altra. A seguito dell'ingresso del Comune di Polignano a Mare, avvenuto nel marzo 2017, è infine stato inviato un 4° comunicato alla stampa. La gestione media ha coinvolto un centinaio tra giornalisti, blogger, influencer, addetti stampa istituzionali.

Figura 4 – Gestione dell'ufficio stampa nelle varie fasi della strategia partecipativa



Comunicati Stampa;

- ✓ **03/03/2016:** *Il GAL Sud Est Barese si muove verso una strategia di sviluppo locale partecipata*
- ✓ **10/05/2016:** *Il GAL individua i tematismi della strategia di sviluppo locale: turismo, beni culturali e filiere*
- ✓ **29/09/2016:** *Il GAL Sud Est Barese candida il proprio piano di azione locale alla selezione delle nuove strategie*
- ✓ **11/03/2017:** *Il GAL SEB rafforza la strategia ed allarga i confini a Polignano a Mare*

L'attività ha generato un ritorno sui media misurabile in circa 40 pubblicazioni tra articoli di stampa, interviste online, riprese televisive e rilanci di comunicati. Di seguito riepiloghiamo l'impatto dell'attività di ufficio stampa. Congiuntamente al presente documento alleghiamo con l'intera rassegna stampa (Allegato – Rassegna Stampa).

Tipologia di media	Pubblicazioni
Carta stampata	5
Giornale online	33
Televisione	2
Totale	40

10.2. Sito Web

Il secondo intervento si è focalizzato nelle attività realizzate sul sito web del GAL. A partire da febbraio 2016 è stata creata una sezione <http://www.galseb.it/nuovastrategia2020.html> interamente dedicata alle attività di informazione e consultazione previste per la pianificazione del Piano di Azione Locale. Un luogo virtuale dove poter individuare, con immediatezza e semplicità, tutte le attività inerenti la nuova strategia. La sezione del sito web è stata composta da due aree, la prima più direttamente informativa e la seconda consultativa e di e-partecipation.

Figura 5 – Sezioni informative - consultative attivate sul sito web del GAL SEB

Sezione informativa

- Introduzione (premesse sulla strategia di sviluppo locale del GAL Sud Est Barese)
- Calendario eventi (seminari informativi, focus group)
- Normativa di riferimento (comunitario e regionale)
- Area Video
- Slide

Sezione consultativa

- Indagine conoscitiva online per identificazione tematismi
- Analisi SWOT online per le 5 analisi di settore socio economico
- Dirette streaming dedicate all'analisi di contesto
- Filo diretto con il GAL (attivazione dell'account email partecipazione@galseb.it)

HOME PAGE DELLA NUOVA SEZIONE DEDICATA AL PAL



Il pulsante del PAL posizionato nella **BARRA DEL MENÙ** del sito web per renderlo ben visibile e facilmente accessibile.

PAL 2014-2020

- PREMESSA
- CALENDARIO EVENTI
- INDAGINE CONOSCITIVA
- NORMATIVA DI RIFERIMENTO
- ANALISI SWOT

Un **INDICE DIRETTO** per offrire al navigatore tutte le sezioni informative e di progettazione partecipata

Nell'ambito della nuova programmazione comunitaria 2014-2020, il GAL Sud Est Barese ha avviato un'importante fase di consultazione pubblica, finalizzata alla preparazione ed elaborazione della Strategia di Sviluppo Locale di tipo Partecipativo (SLTP) (Reg. 1303/2013 Art. 35 punto 1). Obiettivo è incoraggiare i membri della nostra comunità a partecipare al processo di sviluppo locale attraverso l'analisi della situazione, dei relativi fabbisogni e delle proposte migliorative. Partendo dai risultati raggiunti nella precedente programmazione, la nuova sfida del GAL è dunque costruire una Strategia che stimoli, in modo coerente, intelligente ed innovativo, lo sviluppo locale del proprio territorio rurale e costiero.



Obiettivo è incoraggiare i membri della nostra comunità a partecipare al processo di sviluppo locale attraverso l'analisi della situazione, dei relativi fabbisogni e delle proposte migliorative. Partendo dai risultati raggiunti nella precedente programmazione, la nuova sfida del GAL è dunque costruire una Strategia che stimoli, in modo coerente, intelligente ed innovativo, lo sviluppo locale del proprio territorio rurale e costiero.

L'intero percorso prevede l'utilizzo di diversi strumenti di informazione e di consultazione, quali seminari informativi, focus group, incontri diretti, attività di web 2.0. Tutta questa fase sarà inaugurata con il lancio di un'indagine conoscitiva della popolazione, sia in modalità live che online.

Al termine di tutto il percorso saranno individuati i principali tematismi su cui costruire la strategia di sviluppo locale 2014 - 2020. Per iniziare il percorso, partecipa all'indagine conoscitiva compilando il questionario nella sezione dedicata.



Collegamento allo **STORYTELLING** prodotto sulla pagina ufficiale FACEBOOK del GAL.

IL SUD EST BARESE VERSO UNA NUOVA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE - VIDEO



VIDEO dedicati alle diverse attività condotte nella fase di progettazione

IL GAL SUD EST BARESE PRESENTA LE SWOT ONLINE



LE SWOT ONLINE: NUOVO STRUMENTO DI E-PARTICIPATION



Mi piace

AREA INFORMATIVA (calendario eventi)

PAL 2014 -2020

- PREMESSA
- CALENDARIO EVENTI
- INDAGINE CONOSCITIVA
- NORMATIVA DI RIFERIMENTO
- ANALISI SWOT
- FOCUS GROUP
- SLIDE

Il GAL Sud Est Barese ha organizzato un ciclo di seminari informativi in tutti i comuni dell'area. I seminari hanno rappresentato una preziosa occasione per approfondire le nuove opportunità della programmazione 2014 - 2020 e le nuove funzioni del GAL introdotte con il PSR.

Questo è stato il calendario degli eventi organizzati nei 6 comuni:

- 08/03/2016 - Casamassima c/o Officine Ufo
- 09/03/2016 - Noicattaro c/o sala conferenze Palazzo della Cultura
- 11/03/2016 - Rutigliano c/o Sala Consiliare del Comune
- 15/03/2016 - Conversano c/o sala convegni 2° piano Castello Acquaviva d'Aragona
- 16/03/2016 - Mola di Bari c/o Castello Angioino
- 18/03/2016 - Acquaviva delle Fonti c/o Sala Colafemmina Palazzo de Mari

Di seguito pubblichiamo un report dei seminari con dati e fotografie:

REPORT DEI SEMINARI INFORMATIVI

Il processo partecipativo prevede l'organizzazione di nuove attività tra cui:

DIRETTE STREAMING:

- 26/04/2016 (16:30-16:45) - Agricoltura e Ambiente
- 27/04/2016 (16:30-16:45) - Turismo e Cultura
- 29/04/2016 (16:30-16:45) - Pesca ed Acquacoltura
- 02/05/2016 (16:30-16:45) - Artigianato, Commercio e Servizi
- 04/05/2016 (16:30-16:45) - Terzo Settore

FOCUS GROUP DI SETTORE (attualmente in fase di organizzazione)

PLENARIA FINALE CON LA PRESENTAZIONE DELLA STRATEGIA



ELENCO di tutti gli eventi organizzati dal GAL nel corso delle attività di progettazione

AREA INFORMATIVA (normativa di riferimento)

PAL 2014 -2020

- PREMESSA
- CALENDARIO EVENTI
- INDAGINE CONOSCITIVA
- NORMATIVA DI RIFERIMENTO
- ANALISI SWOT

Di seguito la normativa di riferimento:

- PSR PUGLIA 2014 - 2020
- Reg_1304-2013_FSE
- Reg_1305-2013_FEASR
- Reg_508_2014_FEAMP
- Orientamenti sviluppo locale di tipo partecipativo
- Avviso Pubblico - Sostegno Preparatorio all'esecuzione della strategia di sviluppo locale di tipo partecipativo

NORMATIVA e AVVISI PUBBLICI della Regione Puglia relativa alle attività del PAL.



AREA CONSULTATIVA (indagine conoscitiva)

PAL 2014 -2020

- PREMESSA
- CALENDARIO EVENTI
- **INDAGINE CONOSCITIVA**
- NORMATIVA DI RIFERIMENTO
- ANALISI SWOT

PARTECIPA ALLA CONSULTAZIONE. PROMUOVI IL CAMBIAMENTO.
In pochi passi potrai contribuire a migliorare la strategia di sviluppo locale 2014 -2020 del GAL Sud Est Barese.



Sezione di e -
participation
dedicato
all'INDAGINE
CONOSCITIVA

AREA CONSULTATIVA (analisi SWOT)

PAL 2014 -2020

- PREMESSA
- CALENDARIO EVENTI
- **INDAGINE CONOSCITIVA**
- NORMATIVA DI RIFERIMENTO
- **ANALISI SWOT**



Sezione di e -
participation
dedicata alle
ANALISI SWOT

10.3. Newsletter

Il terzo intervento ha riguardato il potenziamento e la gestione di un servizio di newsletter dedicato alle attività di elaborazione della strategia del GAL. Tale servizio è stato indirizzato a 2.350 contatti tra associazioni, imprese e cittadini del territorio. Nel corso del primo semestre di attività sono state inviate 13 newsletter per un totale di 19.000 newsletter inviate, 5.000 delle quali effettivamente aperte. A testimonianza della crescita del servizio, l'aumento del numero di utenti iscritti che ha registrato un incremento del 17% di unità passando da 2.005 iscritti del febbraio 2016 a 2.347 a settembre 2016. Da un punto di vista informativo le newsletter hanno accompagnato gli utenti per tutto il processo di elaborazione della strategia, aggiornando la popolazione sui principali avanzamenti delle attività. Di seguito il piano editoriale delle newsletter.

Figura 6 – Statistiche relative alla gestione del servizio di newsletter

#	Data di invio	Oggetto	E-mail aperte	Cancellati	Versione HTML	Versione testo	Non consegnate	ID
1	02 Settembre 2016 05:39	ELEZIONI – RINNOVO DELLE CARICHE SOCIALI	42 (35,29%)	0 (0%)	119	1	0	89
2	27 Agosto 2016 06:56	IL GAL SUD EST BARESE ALLARGA I PROPRI CONFINI A DUE NUOVI TERRITORI ADELFA E BITRITTO	591 (24,83%)	0 (0%)	2380	4	0	87
3	10 Luglio 2016 22:19	INVITO - Focus Group del GAL SUD EST BARESE con le Amministrazioni Comunali	19 (37,25%)	0 (0%)	51	0	0	86
4	23 Giugno 2016 02:49	IL GAL PROSEGUE IL CICLO DEI FOCUS GROUP IN VISTA DELLA DEFINIZIONE DEL NUOVO PIANO DI AZIONE LOCALE	383 (16,26%)	1 (0,042%)	2355	4	0	85
5	13 Giugno 2016 09:48	IL GAL AVVIA UN CICLO DI FOCUS GROUP IN VISTA DELLA DEFINIZIONE DEL NUOVO PIANO DI AZIONE LOCALE	571 (24,24%)	0 (0%)	2355	4	0	84
6	06 Giugno 2016 19:32	INVITO CONFERENZA STAMPA - Inaugurazione portale di promozione www.medinupuglia.com	710 (30,16%)	0 (0%)	2354	4	0	83
7	29 Aprile 2016 02:30	IL GAL PUBBLICA ONLINE LE 5 ANALISI DI SETTORE. PARTECIPA ALL'INDAGINE	613 (26,11%)	2 (0,085%)	2347	4	0	82
8	20 Aprile 2016 02:16	IL GAL SUD EST BARESE CONTINUA LA PROGETTAZIONE DELLA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE CON NUOVI STRUMENTI PARTECIPATIVI	658 (28,01%)	3 (0,127%)	2349	3	0	81
9	26 Marzo 2016 15:39	CONCLUSI I SEMINARI DEL GAL, AL VIA I TAVOLI DI LAVORO IN VISTA DEL NUOVO PIANO D'AZIONE LOCALE	542 (23,20%)	0 (0%)	2336	3	0	80
10	15 Marzo 2016 02:44	PROSEGUE IL TOUR INFORMATIVO DEL GAL SEB SUL TERRITORIO. PROSSIME TAPPE CONVERSANO, MOLA DI BARI E ACQUAVIVA DELLE FONTI	552 (27,27%)	0 (0%)	2024	3	0	79
11	10 Marzo 2016 04:16	PARTITI I SEMINARI DEL GAL, PROSSIME TAPPE A NOICATTARO E RUTIGLIANO	605 (29,93%)	0 (0%)	2021	3	0	78
12	01 Marzo 2016 15:13	AL VIA I SEMINARI INFORMATIVI DEL GAL SUD EST BARESE	597 (26,16%)	0 (0%)	2013	3	0	77
13	19 Febbraio 2016 05:27	IL SUD EST BARESE VERSO UNA NUOVA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE	601 (29,97%)	0 (0%)	2005	2	0	76

10.4. Social Media Marketing

Il quarto intervento si è focalizzato sulle attività di social media marketing, avviate a partire dal mese di febbraio 2016, parallelamente alle azioni di comunicazioni. La strategia sui social media è stata ideata con l'intento di stimolare il potenziale interesse e migliorare la partecipazione online del pubblico. Per questo sono stati scelti i due principali social media dell'agenzia, la pagina ufficiale Facebook ed il canale video Youtube. Raggiungendo un bacino di circa 5.000 follower, il GAL ha lavorato ad una comunicazione fortemente orientata all'ingaggio ed all'interazione online degli utenti, generando circa 160.000 visualizzazioni sull'intero storytelling prodotto.

Da un punto di vista editoriale le principali leve su cui è stata impostata la strategia ha riguardato la dimensione fotografica, con il richiamo a luoghi altamente evocativi per il territorio o immersivi come virtual tour e video di richiamo dell'area GAL. Molto efficaci sono stati i questionari online e le indagini di contesto, rilanciate su entrambi i canali. Per meglio aggregare il flusso informativo è stato lanciato anche un HASTAGH, #GALSEB2020. La comunicazione sui social network ha avuto riscontrato un buon livello di viralità in gruppi e reti di imprese già

attive ed operanti sull'area GAL. La portata complessiva dell'azione di social media marketing ha generato tra febbraio e settembre 2016 i seguenti dati analitici.

Dati riferiti al periodo febbraio 2016 – settembre 2016



Pagina FACEBOOK

Follower	5011
Post	101
Visualizzazioni	155.075
Like	1.662
Condivisioni	807
Commenti	87



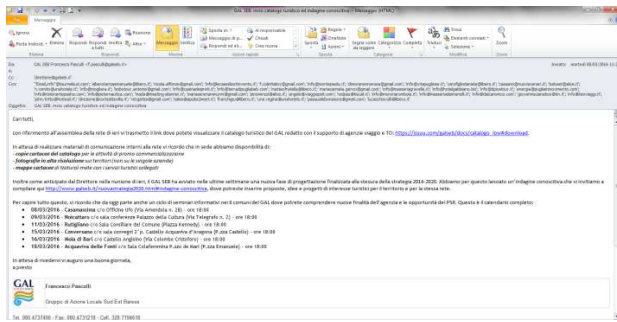
Canale Youtube

TITOLO DEL VIDEO	VISUALIZZAZIONI
Il Sud Est Barese verso una nuova strategia di sviluppo locale partecipata	128
Le SWOT online: nuovo strumento di e-partecipation	99
Il GAL Sud Est Barese presenta le SWOT online	99
Prima puntata del GAL su turismo e cultura	125
TOTALE	283

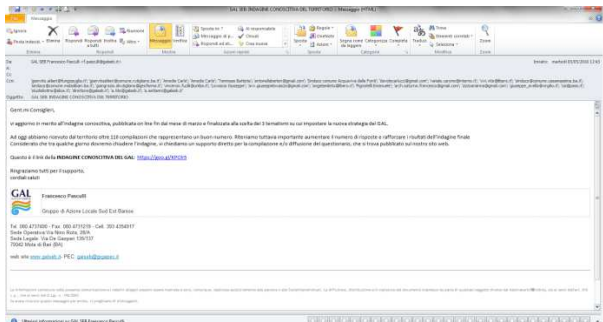
10.5. Mailing List

La quinta azione ha riguardato la creazione e gestione di una mailing list informativa dedicata al coinvolgimento dei principali stakeholder del territorio in ambito istituzionale, socio economico e associativo. Di seguito le comunicazioni inoltrate (si presentano in ordine cronologico).

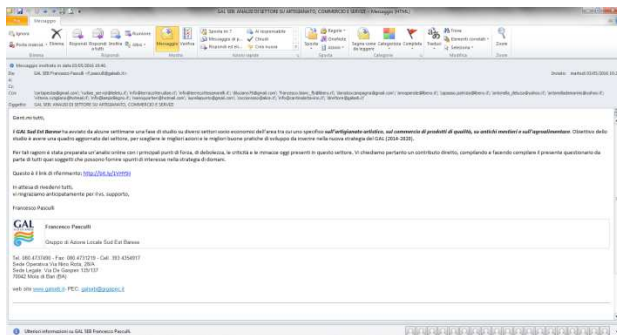
1. E-MAIL DEDICATA ALLA COMPILAZIONE DELL'INDAGINE CONOSCITIVA - (08/03/2016)



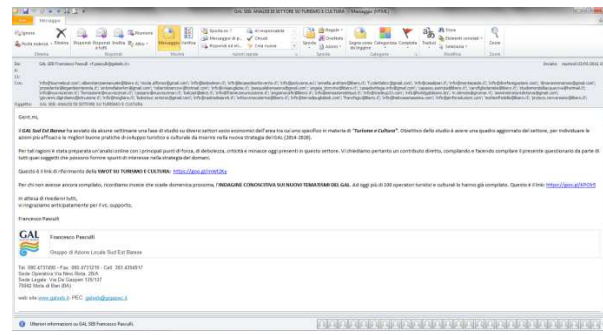
2. E-MAIL INVIATA AL CDA GAL PER PROMUOVERE L'INDAGINE CONOSCITIVA (03/03/2016)



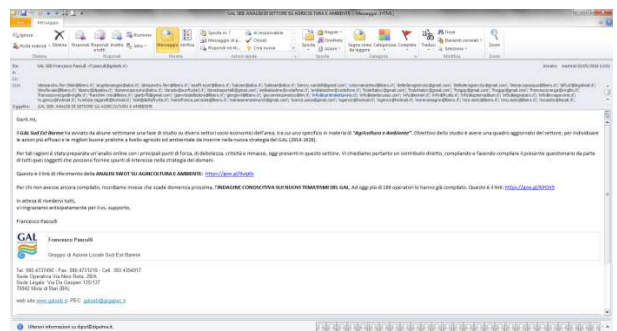
3. E-MAIL DEDICATA ALLA COMPILAZIONE DELL'ANALISI SWOT (ARTIGIANATO, COMMERCIO, SERVIZI) - (05/05/2016)



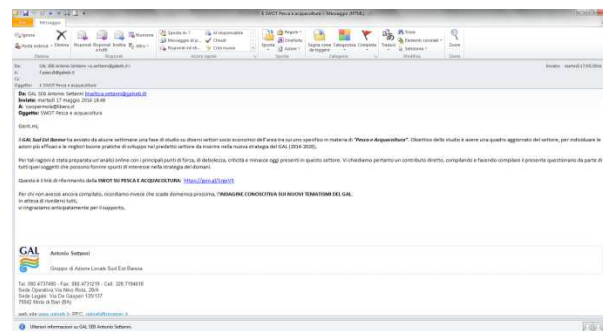
4. E-MAIL DEDICATA ALLA COMPILAZIONE DELL'ANALISI SWOT (TURISMO E CULTURA) - 05/05/2016



5. E-MAIL DEDICATA ALLA COMPILAZIONE DELL'ANALISI SWOT (AGRICOLTURA E AMBIENTE) – 05/05/2016



6. E-MAIL DEDICATA ALLA COMPILAZIONE DELL'ANALISI SWOT (PESCA ED ACQUACOLTURA) – 17/05/2016



10.6. Materiali pubblicitari

Al fine di rendere la comunicazione il più possibile larga, il GAL ha realizzato graficamente e stampato manifesti dedicati ai seminari informativi svolti nei 9 comuni dell'area. Di seguito la grafica prodotta.

1° seminario Casamassima 8 marzo 2016	2° seminario Noicattaro 9 marzo 2016	3° seminario Rutigliano 11 marzo 2016
<p>IL SUD EST BARESE VERSO UNA NUOVA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE</p>  <p>Martedì 8 marzo 2016 - Casamassima c/o Officine Ufo - Start ore 18.00</p> <p>Seminario informativo sulle opportunità di sviluppo locale promosse dal GAL Sud Est Barese nell'ambito del PSR Puglia 2014-2020</p> <p><i>PARTECIPA al seminario, CONTRIBUISCI alla strategia, PROMUOVI il cambiamento!</i></p> <p>COMITATO DI AZIENDE LOCALI DEL SUD EST BARESE s.r.l.s. Via Mela, 20/A - 71043 Mola di Bari (BA) Tel: 080/5990000 - www.gal-seb.it</p>	<p>IL SUD EST BARESE VERSO UNA NUOVA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE</p>  <p>Mercoledì 9 marzo 2016 - Noicattaro Sala Conferenze (Palazzo Culturale) - Start ore 18.00 Sala Consiliare del Comune di Rutigliano - Start ore 18.00</p> <p>Seminario informativo sulle opportunità di sviluppo locale promosse dal GAL Sud Est Barese nell'ambito del PSR Puglia 2014-2020</p> <p><i>PARTECIPA al seminario, CONTRIBUISCI alla strategia, PROMUOVI il cambiamento!</i></p> <p>COMITATO DI AZIENDE LOCALI DEL SUD EST BARESE s.r.l.s. Via Mela, 20/A - 71043 Mola di Bari (BA) Tel: 080/5990000 - www.gal-seb.it</p>	<p>IL SUD EST BARESE VERSO UNA NUOVA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE</p>  <p>Venerdì 11 marzo 2016 - Rutigliano Sala Consiliare del Comune di Rutigliano - Start ore 18.00</p> <p>Seminario informativo sulle opportunità di sviluppo locale promosse dal GAL Sud Est Barese nell'ambito del PSR Puglia 2014-2020</p> <p><i>PARTECIPA al seminario, CONTRIBUISCI alla strategia, PROMUOVI il cambiamento!</i></p> <p>COMITATO DI AZIENDE LOCALI DEL SUD EST BARESE s.r.l.s. Via Mela, 20/A - 71043 Mola di Bari (BA) Tel: 080/5990000 - www.gal-seb.it</p>
<p>4° seminario Conversano 15 marzo 2016</p>	<p>5° seminario Mola di Bari 16 marzo 2016</p>	<p>6° seminario Acquaviva delle Fonti 18 marzo 2016</p>
<p>IL SUD EST BARESE VERSO UNA NUOVA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE</p>  <p>Martedì 15 marzo 2016 - Conversano Sala Convegni 2° Piano (Castello Acquaviva d'Aragona) - Start ore 18.00</p> <p>Seminario informativo sulle opportunità di sviluppo locale promosse dal GAL Sud Est Barese nell'ambito del PSR Puglia 2014-2020</p> <p><i>PARTECIPA al seminario, CONTRIBUISCI alla strategia, PROMUOVI il cambiamento!</i></p> <p>COMITATO DI AZIENDE LOCALI DEL SUD EST BARESE s.r.l.s. Via Mela, 20/A - 71043 Mola di Bari (BA) Tel: 080/5990000 - www.gal-seb.it</p>	<p>IL SUD EST BARESE VERSO UNA NUOVA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE</p>  <p>Mercoledì 16 marzo 2016 - Mola di Bari Castello Angioino - Start ore 18.00</p> <p>Seminario informativo sulle opportunità di sviluppo locale promosse dal GAL Sud Est Barese nell'ambito del PSR Puglia 2014-2020</p> <p><i>PARTECIPA al seminario, CONTRIBUISCI alla strategia, PROMUOVI il cambiamento!</i></p> <p>COMITATO DI AZIENDE LOCALI DEL SUD EST BARESE s.r.l.s. Via Mela, 20/A - 71043 Mola di Bari (BA) Tel: 080/5990000 - www.gal-seb.it</p>	<p>IL SUD EST BARESE VERSO UNA NUOVA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE</p>  <p>Venerdì 18 marzo 2016 - Acquaviva delle Fonti Sala Colafemmina (Palazzo de Marò) - Start ore 18.00</p> <p>Seminario informativo sulle opportunità di sviluppo locale promosse dal GAL Sud Est Barese nell'ambito del PSR Puglia 2014-2020</p> <p><i>PARTECIPA al seminario, CONTRIBUISCI alla strategia, PROMUOVI il cambiamento!</i></p> <p>COMITATO DI AZIENDE LOCALI DEL SUD EST BARESE s.r.l.s. Via Mela, 20/A - 71043 Mola di Bari (BA) Tel: 080/5990000 - www.gal-seb.it</p>

7° seminario Adelfia 30 agosto 2016	8° seminario Bitritto 8 settembre 2016	9° seminario Polignano a Mare 14 marzo 2017
<p>IL SUD EST BARESE VERSO UNA NUOVA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE</p>  <p>Martedì 30 agosto 2016 - Adelfia Sala Consiliare - Start ore 18.00</p> <p>Seminario informativo sulle opportunità di sviluppo locale promosse dal GAL Sud Est Barese nell'ambito del PSR Puglia 2014-2020</p> <p><i>PARTECIPA al seminario, CONTRIBUISCI alla strategia, PROMUOVI il cambiamento</i></p> <p><small>GRUPPO DI AZIONE LOCALE SUD EST BARESE S.p.A. s.r.l. Via M. Rosa, 26/A - 71020 Mottola di B. (FG) Tel. 0874/926611 - www.galadelfia.it</small></p>	<p>IL SUD EST BARESE VERSO UNA NUOVA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE</p>  <p>Giovedì 8 settembre 2016 - Bitritto Sala Consiliare - Start ore 18.30</p> <p>Seminario informativo sulle opportunità di sviluppo locale promosse dal GAL Sud Est Barese nell'ambito del PSR Puglia 2014-2</p> <p><i>PARTECIPA al seminario, CONTRIBUISCI alla strategia, PROMUOVI il cambiamento</i></p> <p><small>GRUPPO DI AZIONE LOCALE SUD EST BARESE S.p.A. s.r.l. Via M. Rosa, 26/A - 71020 Mottola di B. (FG) Tel. 0874/926611 - www.galadelfia.it</small></p>	<p>IL SUD EST BARESE VERSO UNA NUOVA STRATEGIA DI SVILUPPO LOCALE</p>  <p>Martedì 14 marzo 2017 - Polignano a Mare Sala Consiliare - Start ore 18.30</p> <p>Seminario informativo sulle opportunità di sviluppo locale promosse dal GAL Sud Est Barese nell'ambito del PSR Puglia 2014-2020</p> <p><i>PARTECIPA al seminario, CONTRIBUISCI alla strategia, PROMUOVI il cambiamento</i></p> <p><small>GRUPPO DI AZIONE LOCALE SUD EST BARESE S.p.A. s.r.l. Via M. Rosa, 26/A - 71020 Mottola di B. (FG) Tel. 0874/926611 - www.galadelfia.it</small></p>

Il presente documento si compone di **n. 135** pagine.