



ALLEGATO - Progetto di Cooperazione

GAL CRMP

MISURA M 16

Misura 16 - Sottomisura 16.3

“Cooperazione”

(art. 35 del Regolamento(UE) N. 1305/2013)

SOTTOMISURA 16.3

“Cooperazione tra piccoli operatori per organizzare processi di lavoro in comune e condividere impianti e risorse e per lo sviluppo e/o commercial. di servizi turistici sul turismo rurale”

ALLEGATO B) PROGETTO DI COOPERAZIONE



Sommario

ALLEGATO - Progetto di Cooperazione	1
1. Titolo del progetto	3
2. Acronimo	3
3. Soggetto proponente	3
4. Forma del partenariato proponente	4
5. Microimprese aderenti	5
5.1 Elenco dei soggetti partecipanti, loro descrizione e ruolo all'interno del progetto	7
5.2 Autovalutazione della rilevanza del Partenariato del Gruppo di cooperazione	7
6. Analisi del contesto territoriale dell'area rurale di riferimento	7
6.1 Descrizione dell'ambito di intervento del Progetto	8
6.2 Consistenza e dimensione dell'ambito di intervento	9
6.3 Analisi SWOT	9
6.4 Individuazione delle esigenze di intervento	11
7. Strategia di intervento	11
7.1 Illustrazione del quadro strategico	11
7.2 Idea progettuale	12
7.3 descrizione degli interventi e delle attività	13
7.4 Illustrazione degli elementi di innovazione del progetto	13
7.5 Illustrazione dei risultati che ci si propone di raggiungere	13
7.6 Cronoprogramma	14
7.7 Dimensione e completezza della rete di aziende cooperanti pertinente rispetto agli obiettivi ed alla finalità del progetto presentato	14
8. Descrizione del budget complessivo e ripartizione delle attività	15
9. Descrizione di eventuali finanziamenti pubblici ottenuti con altri fondi comunitari	17



1. Titolo del progetto

2. Acronimo

3. Soggetto proponente

- Esistente Nuova Costituzione

Ragione sociale	
Indirizzo sede legale e/o unità produttiva (via, cap, città, provincia)	



Codice fiscale	
Partita iva	
CUAA	
Durata della società/contratto ¹	
Codice Ateco	
Legale rappresentante	
Referente (<i>nome, e-mail, numero di telefono</i>)	
Telefono	
Posta elettronica	
Posta elettronica certificata	
Indirizzo web (<i>eventuale</i>)	
ULA ²	
SAT (ha) ³	
Fatturato o attivo patrimoniale annuo ⁴	
Ricadente in Area D – Zonizzazione PSR 2014-20 (indicare SI o NO)	
Ricadente in Area D – Zonizzazione PSR 2014-20 (<i>Se sì, indicare la superficie – es. 5%, 69%, 100%</i>)	

4. Forma del partenariato proponente

(indicare la forma di partenariato assunta dai soggetti già esistenti, la forma che si intenderà assumere per i soggetti non costituiti)

Contratto di rete

¹ Indicare la durata della società nell'ipotesi in cui la forma giuridica sia società consortile e società cooperativa ; indicare la durata del contratto nell'ipotesi in cui la forma giuridica sia contratto di rete

² ULA: come specificato nell'Articolo 11 dell'Avviso pubblico. Indicare il n. di ULA nei 12 mesi antecedenti la presentazione della domanda di sostegno, qualora è prevista la creazione di nuovi posti di lavoro con il progetto.

³ Tale valore deve corrispondere alla sommatoria delle singole SAT delle microimprese agricole aderenti

⁴ Fatturato o attivo patrimoniale dell'ultimo anno: relativi rispettivamente all'ultima dichiarazione IVA presentata e all'ultimo bilancio approvato



- Associazione di agricoltori
- Altro (specificare)

5. Microimprese aderenti

Numero microimprese aderenti _____

(ripetere e compilare il seguente prospetto per ciascuna microimpresa partner aderente)

Microimpresa partner 1	
Cognome e nome/Ragione sociale ⁵	
Forma giuridica	
Indirizzo sede legale e/o unità produttiva (via, cap, città, provincia)	
Codice fiscale	
Partita iva	
CUAA	
Codice Ateco (<i>primario ed eventuali secondari</i>)	
Titolare/Legale rappresentante ⁶	
Referente (<i>nome, e-mail, numero di telefono</i>)	
Telefono	
Posta elettronica	
Posta elettronica certificata	
Ula ⁷	
Fatturato o attivo patrimoniale annuo ⁸	

⁵ Inserire cognome e nome nel caso di impresa individuale, ragione sociale nel caso di società

⁶ Inserire solo l'ipotesi che ricorre

⁷ Ula: come specificato nell'Articolo 10 dell'Avviso pubblico. Indicare il n. di ULA nei 12 mesi antecedenti la presentazione della domanda di sostegno, qualora è prevista la creazione di nuovi posti di lavoro con il progetto.



SAT (ha) ⁹	
Ricadente in Area D – Zonizzazione PSR 2014-20 (indicare SI o NO)	
Ricadente in Area D – Zonizzazione PSR 2014-20 (Se sì, indicare la superficie – es. 5%, 69%, 100%)	

Microimpresa partner 2	
Cognome e nome/Ragione sociale ¹⁰	
Forma giuridica	
Indirizzo sede legale e/o unità produttiva (via, cap, città, provincia)	
Codice fiscale	
Partita iva	
CUAA	
Codice Ateco (<i>primario ed eventuali secondari</i>)	
Titolare/Legale rappresentante ¹¹	
Referente (<i>nome, e-mail, numero di telefono</i>)	
Telefono	
Posta elettronica	
Posta elettronica certificata	
Ula ¹²	
Fatturato o attivo patrimoniale annuo ¹³	

⁸ Fatturato o attivo patrimoniale dell'ultimo anno: relativi rispettivamente all'ultima dichiarazione IVA presentata e all'ultimo bilancio approvato

⁹ La SAT deve essere indicata solo se trattasi di imprese agricole

¹⁰ Inserire cognome e nome nel caso di impresa individuale, ragione sociale nel caso di società

¹¹ Inserire solo l'ipotesi che ricorre

¹² ULA: come specificato nell'Articolo 11 dell'Avviso pubblico. Indicare il n. di ULA nei 12 mesi antecedenti la presentazione della domanda di sostegno, qualora è prevista la creazione di nuovi posti di lavoro con il progetto.

¹³ Fatturato o attivo patrimoniale dell'ultimo anno: relativi rispettivamente all'ultima dichiarazione IVA presentata e all'ultimo bilancio approvato



SAT (ha) ¹⁴	
Ricadente in Area D – Zonizzazione PSR 2014-20 (indicare SI o NO)	
Ricadente in Area D – Zonizzazione PSR 2014-20 (Se sì, indicare la superficie – es. 5%, 69%, 100%)	

(ripetere se necessario)

5.1 Elenco dei soggetti partecipanti, loro descrizione e ruolo all'interno del progetto

Indicazioni

Descrivere i soggetti partecipanti al progetto ponendo in evidenza il ruolo di ciascuno all'interno del progetto, in particolar modo in riferimento al coordinamento, alla frequenza e modalità di comunicazione all'interno del partenariato; descrivere la rappresentatività del partenariato indicando il territorio gestito da essi; definire la pertinenza, complementarietà e ruoli dei partner in relazione agli obiettivi e attività del progetto,

5.2 Autovalutazione della rilevanza del Partenariato del Gruppo di cooperazione

Indicazioni

Descrivere (utilizzando una tabella) la dimensione (in termini di numerosità), delle diverse categorie di portatori di interesse qualificanti e quantificare per ciascuna di esse l'incidenza in termini di numero e percentuale dei membri della Comunità di Progetto

--

6. Analisi del contesto territoriale dell'area rurale di riferimento

L'analisi di contesto è un processo di lettura ed interpretazione del contesto di riferimento che si svolge prevalentemente in una dimensione collettiva e può essere inteso come una successione di percorsi circolari di raccolta selettiva di informazioni, interpretazione, rappresentazione, riflessione sulle implicazioni strategiche e conseguente ri-orientamento delle analisi di approfondimento. Esso può essere schematizzato nelle seguenti attività:

¹⁴ La SAT deve essere indicata solo se trattasi di imprese agricole



- Descrizione delle caratteristiche del contesto (territoriale e/o di filiera economica) entro cui il progetto deve essere realizzato con particolare riferimento agli elementi di maggiore rilevanza rispetto all'orientamento strategico.
- Costruzione di elaborazioni interpretative (analisi SWOT)
- Individuazione delle esigenze di intervento (analisi dei bisogni)

(max 6000 caratteri)

6.1 Descrizione dell'ambito di intervento del Progetto

Indicazioni

Descrivere l'ambito di intervento interessato mettendone in evidenza gli elementi di coerenza (in base a quali criteri è stato individuato) e, quando è il caso, i confini geografici.

Questa sezione può essere compilata attraverso un'azione di raccolta ed organizzazione di informazioni e dati per dare una consistenza agli elementi che rappresentano il contesto locale descriverne le tendenze nel tempo ed esprimere giudizi con l'aiuto del confronto tra il contesto oggetto di studio e l'esterno. Questo confronto può avvenire con altri territori (considerati omogenei oppure individuati come casi eccellenti) o con le caratteristiche medie di un'area geografica più ampia in cui il territorio è compreso.

L'analisi deve quindi mirare a rappresentare le variabili che hanno rilevanza in relazione alla strategia e cogliere le principali dinamiche che le interessano, cercando di interpretare le "forze" che possono agevolare o frenare determinati fenomeni di cambiamento. È importante, nell'esposizione dell'analisi rappresentare le informazioni ed i dati e le loro elaborazioni non solo su tabelle, ma anche utilizzando diverse tipologie di immagini, come ad esempio schemi, fotografie e carte tematiche.

Un possibile approccio per la rappresentazione di tale analisi è basarsi sul complesso degli elementi (materiali e immateriali) a disposizione descrivendoli in termini di "risorse su cui agire" con le seguenti categorie:

1. Le risorse fisiche principali a cui è dedicato il progetto di valorizzazione. Qui si devono descrivere le principali caratteristiche quantitative e qualitative del prodotto, del territorio, della rete ecc. (a seconda del tipo di Comunità di Progetto).
2. Le componenti di cultura ed identità (tradizioni, tipicità ed altre specificità locali) legate alle risorse di cui al punto precedente.
3. Le risorse umane. Caratteristiche delle risorse umane coinvolte le diverse categorie e tipologie di soggetti coinvolti, l'analisi del loro livello professionale (in relazione al progetto di valorizzazione), la disponibilità di know-how e competenze (tecnologie, attività di ricerca e sviluppo), le motivazioni che potrebbero spingerli a sostenere il progetto (in termini di interessi sicuramente, ma anche di sogni e/o paure).
4. Il contesto economico e di mercato: le attività e le imprese, le interazioni (filiera, aggregazioni) i mercati e/o le relazioni con l'esterno.
5. L'immagine attuale. Quali sono è l'immagine e la reputazione del prodotto o territorio dal punto di vista degli attori, degli abitanti e dei consumatori?
6. Il rapporto con le istituzioni: attori principali e dinamiche con particolare riferimento alla strategia.
7. I collegamenti con altri progetti e iniziative di sviluppo passate e concomitanti che possono avere importanza.

È necessario citare in modo appropriato (meglio attraverso l'uso di note a piè di pagina, non considerate nel conteggio caratteri) le fonti da cui sono state riprese le evidenze riportate nell'analisi. Queste possono essere di varia natura: pubblicazioni e statistiche ufficiali, elementi raccolti in studi e progetti realizzati a livello locale,



elementi raccolti attraverso il lavoro di consultazione degli attori locali (indispensabile), comunicazioni personali.

Max (8.000 caratteri)

6.2 Consistenza e dimensione dell'ambito di intervento

Indicazioni

Descrivere in termini qualitativi e quantitativi la consistenza (chi e quanti sono i soggetti pubblici e privati potenzialmente interessati distinguendo fra soggetti qualificanti¹⁵ ed altri) ed un primo dimensionamento dei prodotti e/o servizi coinvolti (produzione stimata - giro di affari). Questa sezione può essere compilata scaricando dal sito web la descrizione approvata nella fase precedente ed aggiungendo, utilizzando il colore blu, eventuali modifiche e/o integrazioni.

Max (4.000 caratteri)

6.3 Analisi SWOT

Indicazioni

L'analisi SWOT costituisce il primo passo verso la definizione della strategia del Progetto Integrato rappresentando i presupposti su cui vengono individuati i fabbisogni di intervento. Essa deve descrivere adeguatamente la situazione dell'ambito di intervento, indicando le variabili di confronto endogene (o interne) che lo caratterizzano (i punti di forza e di debolezza) e su cui il progetto ha possibilità di incidere, e le variabili esogene (o esterne) che ne influenzano il comportamento (le potenzialità e le minacce), ma che il progetto non può modificare. Su tale base potranno essere individuati i meccanismi interni sui quali si vuole intervenire con una specifica strategia ed i fattori esterni capaci di influenzare il perseguimento degli obiettivi individuati.

Il ruolo della SWOT è quindi quello di rappresentare efficacemente le disparità e/o i problemi che si vogliono affrontare con il progetto. Anche se l'uso dell'analisi SWOT è una consuetudine in voga da diversi anni in varie forme di progettazione, si rileva che spesso la sistemazione delle informazioni al suo interno è effettuata con criteri disomogenei con ripercussioni nella coerenza e nella logica delle strategie individuate. A tale riguardo può quindi essere utile inquadrarla rendendola funzionale al Progetto Integrato adottando le definizioni ed i concetti esposti nella tabella seguente che partono dal presupposto, magari banale, ma troppo spesso ignorato, che se un elemento dell'analisi non ha relazione con la strategia non ha ragione di essere riportato nella SWOT.

¹⁵Per ciascuna tipologia di CP sono considerati qualificanti le seguenti categorie di soggetti:

- Comunità di Prodotto Tipico: aziende produttrici (produttori agricoli e/o trasformatori) dello specifico prodotto tipico.
- Comunità di Accoglienza: attori locali dell'offerta di servizi di accoglienza turistica (Enti pubblici, imprese, associazioni).
- Club di Prodotto Turistico: attori locali coinvolti nella produzione dello specifico prodotto turistico (imprese, associazioni).
- Reti di marketing: si tratta di reti promosse direttamente dal GAL Maiella Verde.
- Comunità di rigenerazione territoriale: il Comune di riferimento, Associazioni, proprietari di beni interessati dal progetto ed Imprese interessate.



Componenti	Definizione	Relazione con il Progetto
<i>Punti di forza</i>	Sono gli elementi positivi del sistema locale che possono essere efficacemente utilizzati per conseguire gli obiettivi	La strategia si costruisce su di loro
<i>Punti di debolezza</i>	Sono i limiti, i difetti o le falle che, se non modificati potranno impedire il conseguimento degli obiettivi	La strategia deve essere in grado di eliminarli, ridurli considerevolmente oppure aggirarli.
<i>Opportunità</i>	Sono le condizioni favorevoli (esterne e quindi non modificabili) che potranno aiutare a raggiungere gli obiettivi	La strategia deve essere in grado di approfittarne ed utilizzarle
<i>Minacce</i>	Sono gli impedimenti e le condizioni sfavorevoli (esterne e quindi non modificabili) che si “...trovano lungo la strada” che porta al raggiungimento degli obiettivi	La strategia locale deve essere in grado di mitigare i loro effetti

La SWOT costituisce l'elemento logico di snodo tra l'analisi e la strategia e per questa ragione la valutazione dell'analisi di contesto si basa sulla verifica di consistenza degli elementi e coerenza delle relazioni del sistema: rappresentazione dell'ambito di intervento >>>> SWOT >>>> bisogni di intervento. In particolare essa viene effettuata sottoponendo ogni suo elemento (punto di forza, punto di debolezza, opportunità e minaccia) ad una serie di verifiche:

- Logica. Ogni punto deve essere declinato in modo chiaro, collocato nella matrice in modo appropriato ed essere univoco (deve riguardare una sola variabile).
- Attendibilità. La descrizione delle variabili individuate dall'analisi SWOT e la determinazione della loro importanza relativa devono trovare riscontro nella rappresentazione dell'ambito di intervento che deve contenere in proposito informazioni e dati attendibili (benchmark, fonti e livello di aggiornamento) e, possibilmente, indicatori quantitativi pertinenti.
- Accuratezza. È necessario individuare ed analizzare un set completo di variabili pertinenti con la natura e le finalità del Progetto Integrato. Lo sforzo richiesto è quindi quello di identificare e gerarchizzare le singole questioni ed approfondire l'analisi delle relazioni di causa-effetto che esistono fra i problemi individuati, in modo tale da individuare il problema o i problemi prioritari sul cui intervenire. Questo processo, oltre che degli elementi socio-economici, deve tener debitamente conto dello scenario delle politiche locali (sinergie e collegamenti) e delle esperienze passate (insegnamenti) esso, inoltre, necessita di un passaggio di condivisione e verifica di carattere partecipativo.



6.4 *Individuazione delle esigenze di intervento*

Indicazioni

A valle dell'analisi SWOT è opportuno declinare i fabbisogni di intervento individuati dal progetto. Si tratta di un passaggio che comunque può aiutare a rendere più esplicita la logica su cui si basa la strategia proposta. È necessario comunque che i fabbisogni individuati siano riconducibili direttamente ai punti dell'analisi SWOT su cui intervengono.

Max (4.000 caratteri)

7. **Strategia di intervento**

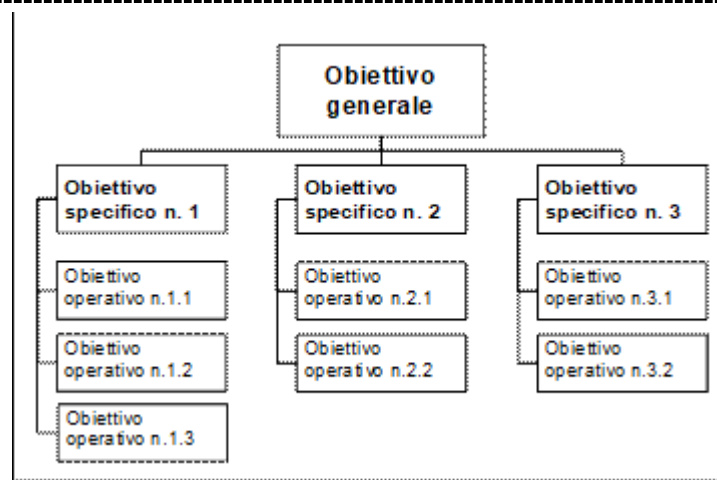
Indicazioni

La strategia di intervento rappresenta l'insieme delle scelte di fondo (obiettivi di diverso livello) necessarie a realizzare l'obiettivo generale e si può declinare attraverso una "Struttura Logica" che, sostanzialmente, illustra ciò che verrà fatto durante la fase di implementazione del Progetto Integrato e, attraverso l'individuazione di idonei "indicatori", prospetta quello che si otterrà al termine dello stesso.

7.1 *Illustrazione del quadro strategico*

Indicazioni

Il quadro strategico è il sistema di obiettivi del progetto. Esso generalmente comprende diversi livelli e può essere efficacemente rappresentato con uno schema ad albero che ha il vantaggio di chiarire con immediatezza gli obiettivi di diverso livello e le principali relazioni di causalità come mostrato nella figura.



Le componenti del quadro strategico sono quindi:

- 1) L'Obiettivo generale. Rappresenta i benefici a lungo termine che il progetto dovrebbe apportare alla comunità ed all'ambito di intervento. Deve altresì illustrare come esso sia coerente con il PSL Maiella Verde.
- 2) Gli Obiettivi specifici. Chiariscono come il progetto concorra a conseguire l'obiettivo generale (apportando quali benefici e/o risolvendo quali problematiche). Tra di essi esistono una serie di connessioni logiche utili che li rendono interdipendenti. Gli Obiettivi Specifici si misurano attraverso Indicatori di risultato che riguardano l'effetto diretto ed immediato prodotto dal progetto.
- 3) Gli Obiettivi operativi. Il conseguimento di ogni obiettivo specifico dipende dal raggiungimento di uno o più obiettivi operativi. Essi rappresentano le specifiche attività previste dal progetto la cui attuazione si misura tramite indicatori di realizzazione.

Max (8.000 caratteri)

7.2 Idea progettuale

Illustrare l'iniziativa proposta e riportare gli elementi essenziali che la contraddistinguono rispetto agli obiettivi ed alla finalità del progetto presentato.

(max 4000 caratteri)



7.3 descrizione degli interventi e delle attività

Descrivere come si intende realizzare l'idea progettuale del gruppo di cooperazione descrivendo gli interventi, le attività e le azioni previste così come riportate analiticamente nel piano finanziario

(max 6000 caratteri)

7.4 Illustrazione degli elementi di innovazione del progetto

Indicazioni

In questa sezione bisogna descrivere gli aspetti innovativi contenuti nel progetto ed illustrarne le positive ricadute sul territorio in termini di cambiamento e crescita. L'innovazione può riguardare una pluralità di aspetti relativi ai processi, ai risultati, alle metodologie, all'organizzazione, alla governance ecc., i quali costituiscono degli elementi di cambiamento rispetto alla situazione di partenza del contesto di riferimento.

Max (4.000 caratteri)

7.5 Illustrazione dei risultati che ci si propone di raggiungere

Indicazioni

Inserire una descrizione dei risultati raggiungibili contemplando, ove possibile, le diverse dimensioni di benefici, le modalità per misurarle e le condizioni di partenza:

- Benefici di ordine economico (vendite, capacità di attrazione di clienti/consumatori, ecc.)
- Benefici di ordine ambientale (miglioramenti che il progetto porterà all'ambiente fisico, ecc.)
- Benefici di ordine culturale (in quale modo il progetto amplierà le conoscenze e chi potrà avvantaggiarsene)
- Benefici di ordine sociale (in termini di miglioramento di quali aspetti della qualità della vita di quali persone)

Max (4.000 caratteri)



7.6 Cronoprogramma

Indicazioni

Illustrare il cronoprogramma di realizzazione delle attività previste con un'approssimazione di ordine mensile.

Max (4.000 caratteri)

7.7 Dimensione e completezza della rete di aziende cooperanti pertinente rispetto agli obiettivi ed alla finalità del progetto presentato

Descrivere la completezza della rete ai fini del rispetto degli obiettivi e delle finalità del progetto presentato. Descrivere in termini qualitativi e quantitativi la consistenza (chi e quanti sono i soggetti pubblici e privati potenzialmente interessati distinguendo fra soggetti qualificanti¹⁶ ed altri) ed un primo dimensionamento dei prodotti e/o servizi coinvolti (produzione stimata - giro di affari).

Max (4.000 caratteri)

¹⁶Per ciascuna tipologia di CP sono considerati qualificanti le seguenti categorie di soggetti:

- Comunità di Prodotto Tipico: aziende produttrici (produttori agricoli e/o trasformatori) dello specifico prodotto tipico.
- Comunità di Accoglienza: attori locali dell'offerta di servizi di accoglienza turistica (Enti pubblici, imprese, associazioni).
- Club di Prodotto Turistico: attori locali coinvolti nella produzione dello specifico prodotto turistico (imprese, associazioni).
- Reti di marketing: si tratta di reti promosse direttamente dal GAL Maiella Verde.
- Comunità di rigenerazione territoriale: il Comune di riferimento, Associazioni, proprietari di beni interessati dal progetto ed Imprese interessate.



8. Descrizione del budget complessivo e ripartizione delle attività'

Indicare i costi unitari e complessivi per ciascuna attività e riclassificare per singole fasi operative.

Fasi Operative	Anno				Anno				...
	I TRIM	II TRIM	III TRIM	IV TRIM	I TRIM	II TRIM	III TRIM	IV TRIM	
A. Studi/progetti									
<i>(specificare attività)</i>									
B. Costi di funzionamento									
<i>(specificare attività)</i>									
C. Costi per le attività di promozione									
<i>(specificare attività)</i>									



PIANO FINANZIARIO DEL PROGETTO (importi in euro)

Fasi operative	Attività	Voce di costo	Quantità	Costo unitario	Costo totale
A. Studi e progetti	<i>(indicare analiticamente le singole attività)</i>				
TOTALE STUDI/PROGETTI (MAX 10%)					
B. Costi di funzionamento	<i>(indicare analiticamente le singole attività)</i>				
TOTALE ATTIVITA' DI FUNZIONAMENTO (MAX 10%)					
C. Costi per le attività di promozione	<i>(indicare analiticamente le singole attività)</i>				
TOTALE ATTIVITA' DI PROMOZIONE					
COSTO TOTALE DEL PROGETTO					



(indicare nello schema seguente gli importi totali per singola fase operativa)

PIANO FINANZIARIO RIEPILOGATIVO (importi in euro)		
Fasi operative	Importo	Incidenza % sul totale
A. Studi e progetti		A+B MAX 12%
B. Costi di funzionamento		A+B MAX 12%
C. Costi per le attività di promozione		
TOTALE ATTIVITA'		100%

(indicare nello schema seguente gli importi totali per singolo partner)

PIANO FINANZIARIO RIEPILOGATIVO (importi in euro)						
Fasi operative	capofila	partner 1	partner 2	partner 3	partner 4	partner ...
A. Studi e progetti						
B. Costi di funzionamento						
C. Costi per le attività di promozione						
TOTALE ATTIVITA'						

9. Descrizione di eventuali finanziamenti pubblici ottenuti con altri fondi comunitari

Fondo di finanziamento	Misura/azione/operazione	Data di concessione	Importo aiuto concesso	Breve descrizione delle attività finanziate



_____, li _____

(Qualora la dichiarazione non sia firmata digitalmente, allegare fotocopia di un valido documento di identità del dichiarante).

Per _____

Il legale rappresentante _____

Per _____

Il legale rappresentante _____

Per _____

Il legale rappresentante _____

Per _____

Il legale rappresentante _____

(ripetere se necessario)