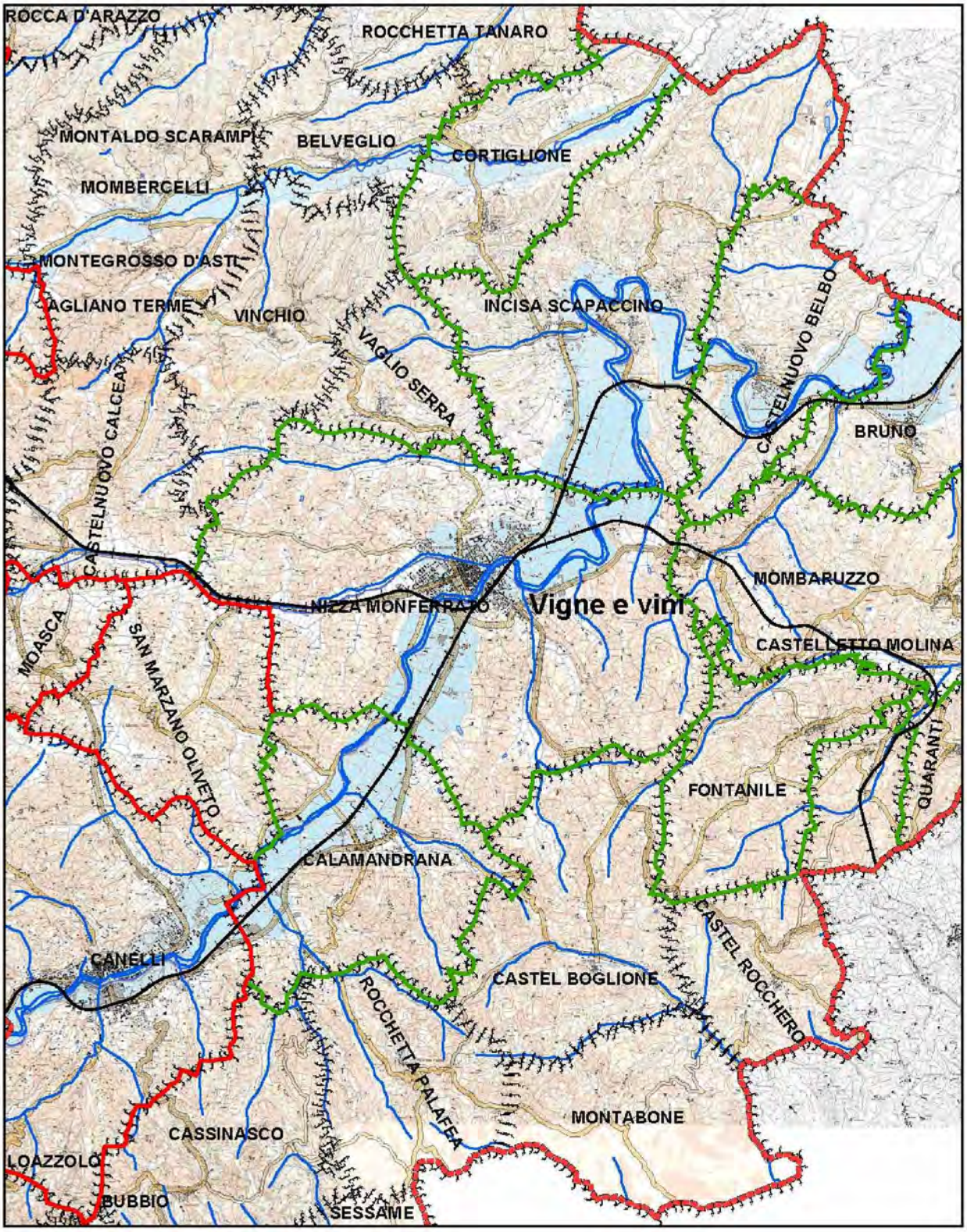
"MUDA" **"MU.seo D.iffuso A.stigiano"**

"ARTE,STORIA,PAESAGGIO E CULTURA MATERIALE"

Cartografia generale scala 1:50.000

AZIONE 1.4 Valorizzazione ambientale del sistema Belbo

Interventi coordinati per tutto l'ambito territoriale



.

CODICE P.T.I **MUDA_1.5_ppp**

ENTE PROPONENTE:	**Comuni delle Comunità collinari**
ASSE 1	**"PAESAGGIO E TERRITORIO"**

AZIONE 1.5_ ppp	**PROMOZIONE DELLE AREE INDUSTRIALI ECO-COMPATIBILI E STRATEGIE DI GREEN MARKETING**
PRIORITA'	**II.5 PER QUANTO RIGUARDA LA PROMOZIONE DI AREE INDUSTRIALI ECOCOMPATIBILI.**
OBIETTIVO	**MIGLIORAMENTO AMBIENTALE E RIQUALIFICAZIONE TECNOLOGICA DI AREE PER INSEDIAMENTI PRODUTTIVI ESISTENTI**

1	**TITOLO DEL PROGETTO:** Promozione delle aree industriali in senso ambientale e paesistico

2	**TIPOLOGIA DEL PROGETTO:** [x] Partenariato pubblico e privato

3	**TERRITORIO INTERESSATO:** L'ambito territoriale degli addensamenti di Canelli e San Marzano Oliveto (lungo la direttrice della Strada Provinciale di valle che incrocia il bacino del rio Nizza), Canelli, Calamandrana, Nizza Monferrato, Incisa Scapaccino (lungo la direttrice della Strada Provinciale di valle connessa con il corso del torrente Belbo

4	**OBIETTIVI DEL PROGETTO:** Risoluzione coordinata e diffusa sugli assi di fondovalle connessi con il reticolo idrografico delle criticità derivanti dallo sviluppo contraddittorio delle attività confronto alle esigenze dell'accessibilità, dell'urbanizzazione e della tutela e valorizzazione del paesaggio collinare anche in riferimento alla sua percezione complessiva dai percorsi di fondovalle. Gli interventi prevedono il governo dei completamenti urbanizzativi dei nuovi insediamenti in modo sostenibile e verificato in rapporto anche alle esigenze dei flussi di traffico di attraversamento di livello sovracomunale (realizzazione di percorsi viari paralleli alla strada principale, nuove rotatorie e accessi alle aree produttive e ai centri di servizio di livello sovracomunale; completamento dell'urbanizzazione a servizio dell'attività produttive, con attenzione ai criteri di qualificazione ambientale, dell'accessibilità e del verde);

Interventi di mitigazione ambientale degli impatti dalle visuali principali, con risoluzione coordinata dei "vuoti" residuali tra le urbanizzazioni esistenti con realizzazione di un nuovo sistema integrato del verde, delle alberature e dell'arredo adatto alle specificità locali e alle prevalenti esigenze di "buona presentazione del territorio;

L'azione comprende inoltre interventi strutturali e gestionali finalizzati alla realizzazione di aree produttive ecocompatibili con riqualificazione in senso ambientale e paesistico ed attrazione di nuovi investimenti attraverso la creazione di servizi ambientali evoluti ("green marketing")

Tra i principali punti di forza emerge la presenza di un'imprenditorialità diffusa, caratterizzata da imprese di medio piccole dimensioni. La provincia di Asti si distingue per un'elevata diffusione dell'imprenditorialità sul territorio denunciata dall'indicatore di densità imprenditoriale che la colloca al terzo posto nella classifica delle province italiane: manifesta un alto indice di densità imprenditoriale, registrando la presenza di 14,70 unità locali ogni 100 abitanti.

All'interno di questo panorama diversificato e puntiforme sotto il profilo economico e produttivo si colloca la ricchezza e l'unicità (ambientale e paesaggistica) del territorio collinare; proprio per tali valenze, questo territorio famoso nel mondo per essere luogo di nascita di prodotti tipici unici perché legati ad un territorio "speciale", ha iniziato un cammino che lo impegnerà (insieme ai territori del cuneese e dell'alessandrino) nella sfida per essere riconosciuto dall'UNESCO come PATRIMONIO DELL'UMANITA'.

L'intervento qui descritto cerca di sviluppare un percorso / modello di sottointerventi collegati da una strategia che mira ad operare in due ambiti tra loro strettamente interconnessi:

da una parte a dare delle risposte concrete all'esigenza di sviluppo ed alla richiesta di nuovi servizi da parte delle imprese

dall'altra a mitigare l'impatto che producono le attività produttive diversificate sul territorio astigiano sul paesaggio e sul consumo delle risorse ambientali.

In particolare il contesto produttivo considerato risulta essere caratterizzato insieme da marginalizzazione e potenzialità latenti e richiede una decisa azione di contrasto sotto il profilo infrastrutturale (si pensi al digital divide oppure alla gestione efficiente delle risorse ambientali), ma soprattutto lo sviluppo di strumenti di lavoro cooperativo e gestione associata di servizi (il tal senso si possono cogliere i collegamenti con le azioni del presente P.T.I. dedicate alla tematica della "Valorizzazione e sviluppo delle economie locali").

Questa apparente contrapposizione tra sviluppo economico e rispetto dell'ambiente, e tra la necessità di infrastrutture e strumenti (materiali ed immateriali) a servizio dell'economia e la tutela del patrimonio di risorse locali che risultano essere uniche, può diventare, se correttamente analizzata ed affrontata, il punto di partenza del cambiamento dell'economia astigiana; un tipo di economia soprattutto immateriale, fatta di conoscenza e valorizzazione delle proprie eccellenze, a cui mixare gli interventi strutturali necessari, ma pensati nell'ottica della difesa del patrimonio ambientale e dell'ecoefficienza. Tale linea strategica di sviluppo, promossa nel modo adeguato può consentire la nascita di nuove imprese operanti in nuovi settori (anche non tradizionali) e l'attrazione di nuovi investimenti sul territorio motivato dall'aver creato un sistema di servizi a favore dell'impresa che permette di diversificarsi sotto il profilo dell'attenzione e dell'efficienza ambientale, nei confronti di altri territori concorrenti (strategia di GREEN MARKETING).

Intervenire sulle condizioni di sicurezza del territorio e mitigare i fattori di rischio e di degrado del sistema ambientale;

Perseguire una elevata qualità dell'ambiente naturale, antropico e del paesaggio, intesi come condizioni essenziali alla base dello sviluppo economico e della qualità della vita;

Sostenere la competitività del sistema economico locale (puntando sui servizi materiali ed immateriali finalizzati alla difesa ed alla valorizzazione delle peculiarità presenti nel contesto locale e sulla leva della compatibilità ambientale delle attività produttive).

5	**SINTETICA ED INCISIVA DESCRIZIONE DEL PROGETTO:** – Miglioramento ambientale e riqualificazione tecnologica di aree per insediamenti produttivi esistenti andando ad individuare alcune realtà per lo sviluppo di progetti pilota (ad esempio l'ambito territoriale degli addensamenti di Canelli e San Marzano Oliveto (lungo la direttrice della Strada Provinciale di valle che incrocia il bacino del rio Nizza), Canelli, Calamandrana, Nizza Monferrato, Incisa Scapaccino (lungo la direttrice della Strada Provinciale di valle connessa con il corso del torrente Belbo). – Studio ed elaborazione di soluzioni e di modelli per la nuova costituzione di aree attrezzate ecologicamente di completamento di realtà esistenti (ambiti pilota da individuarsi a partire dagli addensamenti esistenti, dalle connessioni con le infrastrutture attuali e previste di livello sovracomunale, dalle aree indicate a livello di pianificazione provinciale, etc.. – Elaborazione ed adozione di soluzioni costruttive e strutturali che consentano la riduzione dell'impatto paesaggistico dell'area industriale e delle aziende insediate – Creazione di soggetti responsabili della gestione ambientale delle aree industriali che elaborino Programmi Ambientali a livello di area industriali e che si occupi dell'attività di indirizzo, di controllo e monitoraggio in compartecipazione tra Enti sovracomunali (Provincia), enti locali e soggetti privati imprenditori, (ad es. per mezzo consorzi fra i produttori, oppure di società miste pubblico-private esistenti o di nuova formazione) – Realizzazione di servizi ambientali evoluti finalizzati all'ottenimento dell'efficienza ambientale a livello di area industriale (ad esempio servizi di gestione e recupero di rifiuti speciali, di ottimizzazione dei consumi e recupero energetico a livello di area industriale, per approvvigionamento idrico, reti antincendio, smaltimento acque reflue, produzione e distribuzione energie, servizi telematici, illuminazione, logistica integrata, manutenzione del verde, ecc.) – Attrazione sul territorio artigiano di nuove aziende che sappiano cogliere il valore aggiunto di un'offerta insediativa basata sulla fornitura di servizi che integrano risparmio economici e rispetto dell'ambiente e del paesaggio (strategia di GREEN MARKETING). Oltre a tali interventi si prevede di proseguire una azione già avviata nell'ambito del territorio comunale di Calamandrana, in cui si sta sperimentando una "ricerca di soluzioni innovative per la sistemazione del verde e la mitigazione di impatto di un'area per insediamenti industriali ed artigianali"

6	**SOGGETTI PARTNER:** Imprenditori privati interessati alla realizzazione di ampliamenti delle strutture produttive e infrastrutturali innovative (coinvolgimento avviato a partire da casi concreti in Comune di Calamandrana e Nizza Monf.to). Università di Torino Facoltà di Agraria per la realizzazione di studi finalizzati a costituire modelli ripetibili di intervento sul verde e sulla mitigazione ambientale (coinvolgimento avviato con una sperimentazione a Calamandrana).

7	**IMPATTO DEL PROGETTO:** Il progetto si propone di incidere in modo innovativo sulla struttura economica del sistema locale introducendo l'offerta ambientale – paesaggistica come motore di attività in grado di produrre reddito e quindi sviluppo (anche attraverso il favorire l'insediamento e la crescita di nuove imprese create attraverso la realizzazione delle altre linee progettuali del presente P.T.I. ed operanti in nuovi settori produttivi).

	In particolare il progetto si propone di raggiungere i seguenti risultati: 1. Un miglioramento delle condizioni di sicurezza del territorio mitigando i fattori di rischio e di degrado del sistema ambientale 2. Un aumento della qualità dell'ambiente naturale, antropico e del paesaggio 3. Una migliore competitività del sistema economico locale utilizzando la leva dei risparmi economici legata all'efficienza ambientale. 4. Notevoli ricadute occupazionali per la promozione di tecnologie innovative sia delle infrastrutturazioni ecocompatibili, sia per l'introduzione di modalità sperimentali nella mitigazione ambientale e paesaggistica. Notevoli ricadute positive sugli aspetti ambientali e di miglioramento della percezione complessiva del territorio.

8	**DEFINIZIONE PROGETTUALE:** [x] Idea progettuale

9	**TEMPI:** Il progetto complessivo verrà realizzato entro l'inizio del 2013, comunque coerentemente con le scadenze imposte dai futuri fondi strutturali europei

10	**COSTO DEL PROGETTO:** € 12.000.000 In fase di definizione progettuale avanzata sarà possibile che una parte del costo sia scorporata dall' investimento complessivo , a seguito della stima delle cosiddette " entrate nette consistenti " derivanti dall'eventuale ritorno economico che gli Enti potranno avere dalla vendita di alcune aree

11	**COPERTURA FINANZIARIA** Risorse pubbliche locali: Comunali € 1.8000.000 Provinciali € 600.000 Altre risorse pubbliche: (regionali, nazionali, comunitarie) € 7.200.000 Risorse private: € 2.400.000

12	**COERENZA CON LE PRIORITA' DEL BANDO PTI:** Il presente progetto risulta essere coerente con le altre azioni presenti nell'Asse di Valorizzazione del patrimonio paesistico/ambientale del presente PTI ed è coerente con la Priorità II.5 per quanto riguarda la Promozione di aree industriali ecocompatibili.

13	**COMMENTI:** **a. Modello di gestione dell'intervento, del servizio o dell'azione:** Si prevede una gestione prevalentemente mista pubblico-privata per il forte livello di integrazione che gli interventi prevedono. **b. Coerenza e sinergie con gli indirizzi di programmazione e i programmi degli enti competenti:** La realizzazione di aree industriali ecologicamente produttive è prevista da: 1. L.R. 34/2004 che definisce le **aree ecologicamente attrezzate** come le "aree…. destinate all'insediamento di impianti produttivi industriali, artigianali e di servizi nonché, parzialmente, di attività commerciali, caratterizzate da una gestione centralizzata ed unitaria di servizi ed infrastrutture, ivi compresi gli impianti comuni per l'efficiente soddisfacimento del fabbisogno energetico delle imprese insediate, atti a garantire il corretto utilizzo delle risorse, la prevenzione e la riduzione integrate dell'inquinamento dell'aria, dell'acqua e del suolo, il risparmio energetico, la riduzione della quantità e della pericolosità dei rifiuti, nonché la tutela della salute e della sicurezza, dotate di un sistema di monitoraggio costante delle emissioni inquinanti". 2. 'PROGRAMMA PLURIENNALE D'INTERVENTO PER LE ATTIVITA' PRODUTTIVE' - 2006/2008 (art. 6 L.R. 34/2004) che attraverso **l'Asse 5 "Sviluppo territoriale"** promuove gli interventi di realizzazione o di recupero ambientale di siti da destinare all'insediamento di attività economico-produttive (e altre attività di servizio alla produzione ivi incluse strutture ed infrastrutture per la ricerca, il trasferimento tecnologico, la creazione di impresa) in condizioni di compatibilità ambientale **c. Grado di complementarietà:** L'intervento di riqualificazione e di green marketing che può essere attuato attraverso le azioni di cui sopra si possono prevedere nel contesto di implementazione delle Aree Produttive Ecocompatibili, si inseriscono nello scenario di sviluppo industria le elaborato dalla RELAZIONE SOCIO-ECONOMICA DEL PIANO TERRITORIALE DI COORDINAMENTO PROVINCIALE DELLA PROVINCIA DI ASTI. E' importante notare come, peraltro, localizzando gli insediamenti produttivi nelle zone a fondo valle, l'impatto dei manufatti industriali sull'equilibrio paesaggistico sarebbe minimo e non andrebbe ad intaccare l'armonioso e incontaminato panorama collinare. Inoltre il PIANO TERRITORIALE DI COORDINAMENTO PROVINCIALE DELLA PROVINCIA DI ASTI insiste nelle azioni di sostegno allo sviluppo ed al miglioramento della realtà produttive insediate nella zona del SUD ASTIGIANO (zona di Incisa Scapaccino, Nizza Monferrato, San Marzano Oliveto, Calamandrana ed il distretto industriale dell'enomeccanica di Canelli, etc.): tutto ciò risulta essere coerente con la presente iniziativa che intende offrire servizi di qualità alle aziende insediate e che intendono insediarsi in zone industriale già esistenti ma ancora senza quei servizi ed infratrutture che permettono di sviluppare produzioni ed attività industriali nel pieno rispetto dell'ambiente e del paesaggio collinare astigiano. Lo sviluppo di iniziative a sostegno delle aree produttive dell'Astigiano è coerente con il DOCUMENTO PROGRAMMATICO "PER UN NUOVO PIANO TERRITORIALE REGIONALE" che individua nel territorio astigiano la presenza di "un sistema locale a composizione multifunzionale (servizi, industria, agricoltura, turismo)" che coesiste con un distretto agro-industriale (Nizza – Canelli) caratterizzati dalla "capacità di progettare il proprio futuro, attingendo a risorse locali specifiche".

Il Documento prosegue affermando che tali sistemi e distretti possono essere considerate "macchine complesse e delicate, capaci di produrre una quota rilevante della ricchezza regionale, purché siano loro assicurate certe condizioni favorevoli di funzionamento, tra cui alcune di carattere territoriale, relative agli usi del suolo, ai rapporti con l'ambiente, alle connessioni di filiera logistiche e infrastrutturali e alle economie di localizzazione in genere".

Proprio nell'ottica di difesa delle risorse locali specifiche e del miglioramento del rapporto con l'ambiente ed il paesaggio, si vuole intervenire per indirizzare lo sviluppo della nuova 'imprenditorialità locale e la riqualificazione delle area produttive esistenti attraverso l'elaborazione e creazione di servizi materiali ed immateriali che consentano risparmi economici ed il minore utilizzo di risorse ambientali e contemporaneamente garantire quelle condizioni necessarie alla crescita sul territorio delle realtà produttive esistenti e l'attrazione di nuove imprese sensibili al rispetto del contesto territoriale, ambientale e paesistico.

d. Altri elementi che si desiderano segnalare in quanto rappresentino valore aggiunto del PTI:

e.

Punti di forza

- Presenza di un'imprenditorialità diffusa, caratterizzata da imprese di medio piccole dimensioni e di conseguenza presenza di aree industriali a volte di modeste dimensioni e collocate nei fondovalle per limitare l'impatto ambientale dei trasporti e paesistico delle costruzioni
- Propensione dell'imprenditoria locale ai mercati internazionali
- Maturità del sistema imprenditoriale
- Grado di innovazione tecnologica superiore alla media nazionale
- Impegno di varia Amministrazioni locali per lo sviluppo di nuova progettualità in campo energetico - ambientale
- ricco patrimonio ambientale, enogastronomico e storico del territorio

Debolezza

- Sistema imprenditoriale elementare, con prevalenza di micro-attività
- Produttività delle imprese industriali inferiore alla media nazionale
- Propensione delle imprese verso l'innovazione non ancora sufficiente
- Insufficiente capacità innovatrice della struttura scientifica e tecnologica
- Scarsità dei servizi "evoluti" alle imprese
- Presenza di localizzate situazioni di degrado ambientale e di sovrasfruttamento delle risorse ambientali
- Sviluppo industriale non adeguatamente governato e responsabile di interventi impattanti sulle peculiarità paesaggistiche del territorio.

"MUDA" **"MU.seo D.iffuso A.stigiano"**

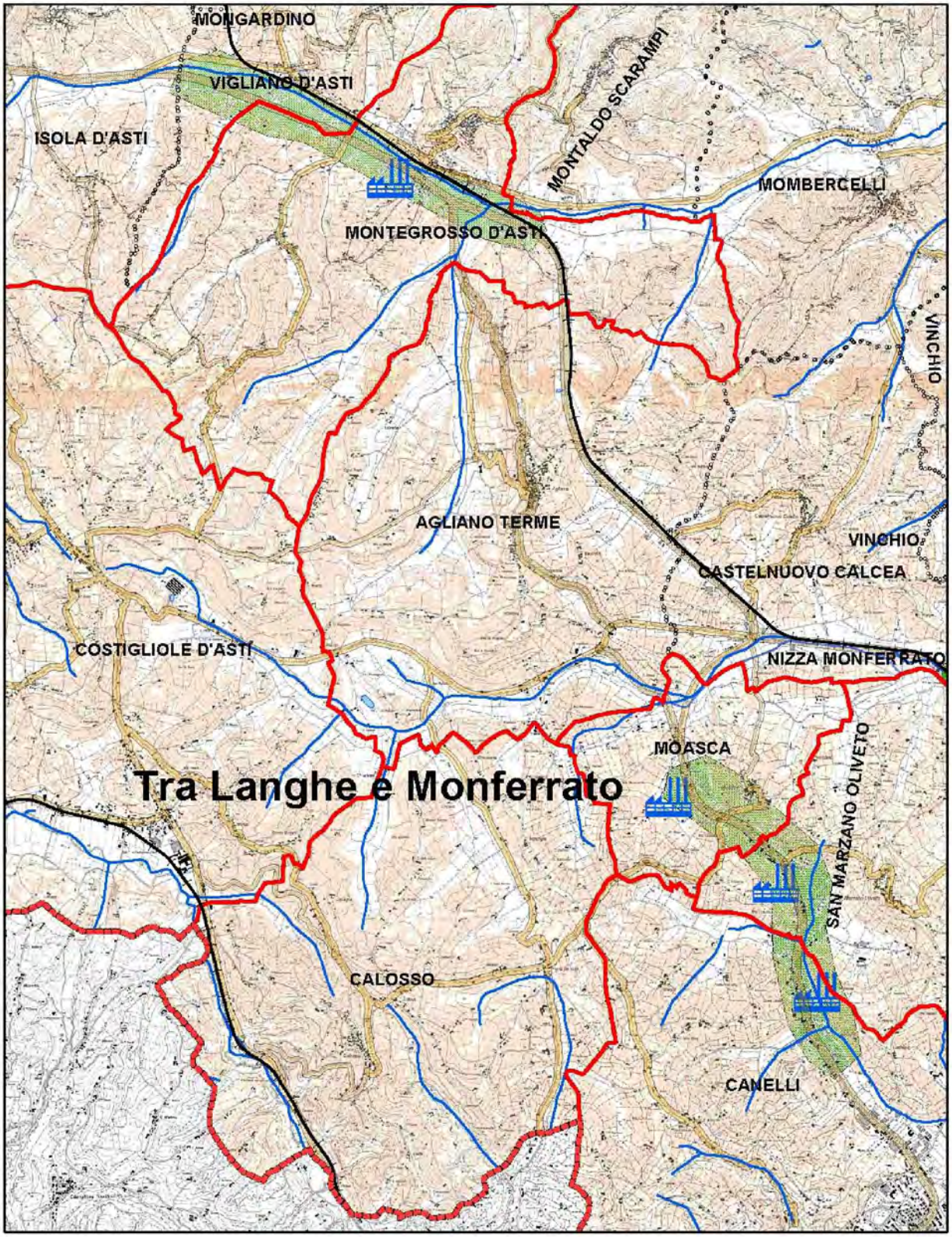
"ARTE,STORIA,PAESAGGIO E CULTURA MATERIALE"

Cartografia generale scala 1:50.000

AZIONE 1.5 Riqualificazione delle aree industriali in senso ambientale e paesistico

Addensamenti di Canelli e San Marzano Oliveto

Addensamento di Montegrosso d'Asti



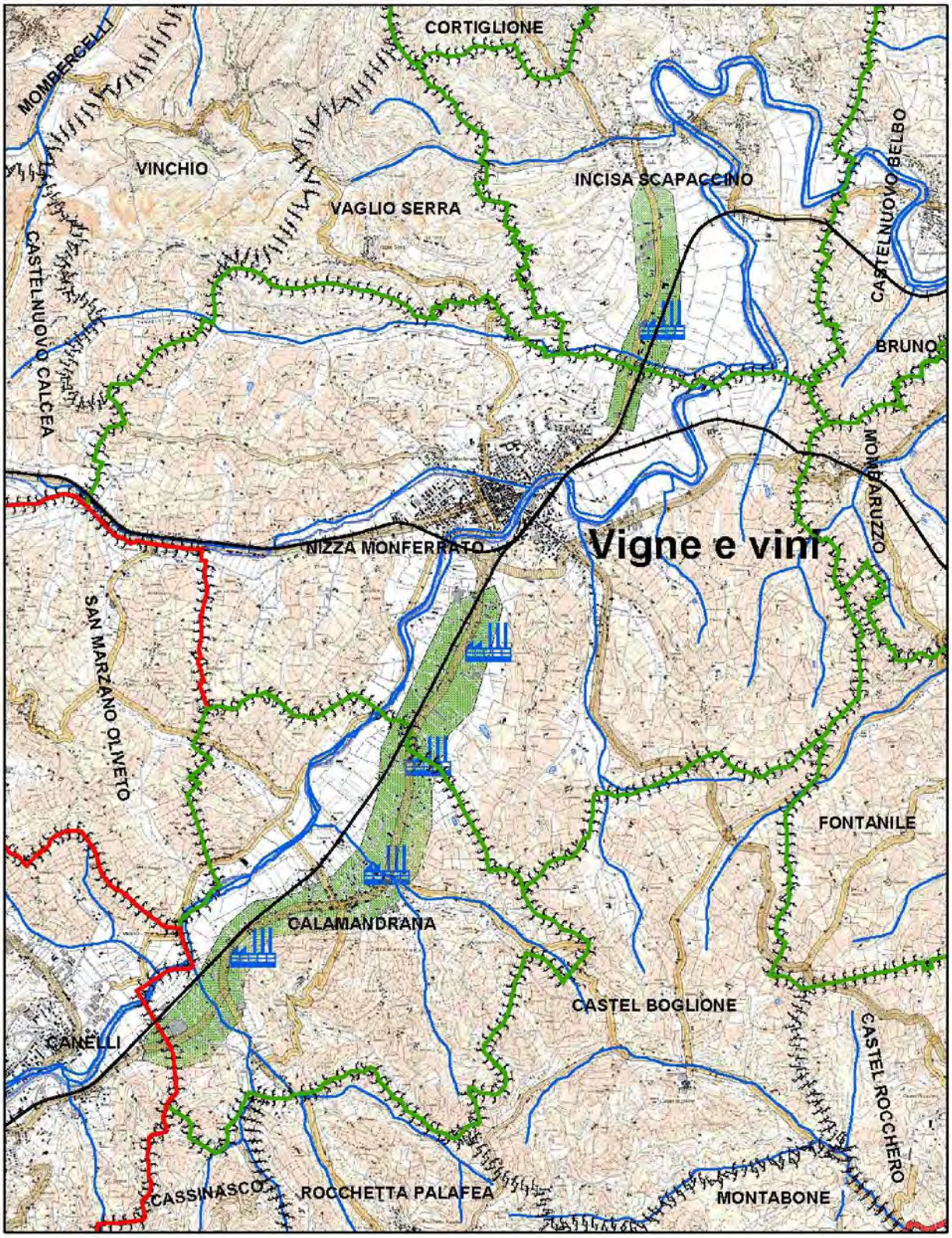
"MUDA" **"MU.seo D.iffuso A.stigiano"**

"ARTE,STORIA,PAESAGGIO E CULTURA MATERIALE"

Cartografia generale scala 1:50.000

AZIONE 1.5 Riqualificazione delle aree industriali in senso ambientale e paesistico

Addensamenti di Canelli, Calamandrana, Nizza Monferrato, Incisa Scapaccino A



CODICE P.T.I
MUDA_1.6_AIPU

ENTE PROPONENTE:	**COMUNITÀ COLLINARI COINVOLTE**
ASSE 1	**"PAESAGGIO E TERRITORIO"**
AZIONE 1.6 _ AIPU :	**SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE (S.G.A.) DEL TERRITORIO**
PRIORITA'	**III.6**
OBIETTIVO	**PERSEGUIRE LA QUALITÀ AMBIENTALE DEL TERRITORIO**

1	**TITOLO DEL PROGETTO:** Programma diffuso e coordinato per la Certificazione dei sistemi di Gestione Ambientale a livello Comunale.

2	**TIPOLOGIA DEL PROGETTO:** [x] Azione immateriale pubblica

3	**TERRITORIO INTERESSATO:** Territorio di competenza di Comuni

4	**OBIETTIVI DEL PROGETTO:** Perseguire la qualità ambientale del territorio che oggi viene considerata una delle sue attrattive principali; ecco perché le amministrazioni pubbliche stanno integrando sempre più gli aspetti ambientali nelle proprie politiche e nella propria gestione. È evidente che la qualità ambientale e la protezione delle risorse naturali sono necessarie per il mantenimento del vantaggio competitivo di una territorio e per qualificare i prodotti che quel territorio produce.

5	**SINTETICA ED INCISIVA DESCRIZIONE DEL PROGETTO:** L'adozione di un Sistema di Gestione Ambientale (SGA) conforme alla norma ISO 14001

6	**SOGGETTI PARTNER:** Comuni interessati Società di consulenza specializzate

7	**IMPATTO DEL PROGETTO:** Ricadute positive in termini di aumento delle possibilità di programmazione e valutazione delle specificità ambientali e delle criticità del territorio; aumento del valore d'immagine complessiva del territorio.

8	**DEFINIZIONE PROGETTUALE:** [x] Idea progettuale

9	**TEMPI:** La certificazione potrà essere ottenuta entro 24 mesi dalla redazione dello studio di fattibilità

10	**COSTO DEL PROGETTO:** € 800.000

11	**COPERTURA FINANZIARIA** Risorse pubbliche locali: Comunali € 130.000 Provinciali € 50.000 Altre risorse pubbliche: (regionali, nazionali, comunitarie) € 240.000 Risorse private: € 80.000

12	**COERENZA CON LE PRIORITA' DEL BANDO PTI:** *III.6*

13	**COMMENTI:** **a. Modello di gestione dell'intervento, del servizio o dell'azione:** Si prevede nella prima fase una gestione pubblica, con possibilità di coinvolgimento nella fase successiva di operatori privati **b. Coerenza e e sinergie con gli indirizzi di programmazione e i programmi degli enti competenti:** Piano Territoriale Regionale, Piano Paesaggistico Regionale, Politiche regionali per la

	sostenibilità interventi edilizi L'azione si inserisce in tutto gli strumenti di pianificazione territoriale comunale (PRG, Piano Urbano del Traffico, ecc.) e sovracomunale **c. Grado di complementarietà:** L'intervento propedeutico ad azione di miglioramento ambientale in modo coordinato e diffuso. **d. Previsione di un sistema di valutazione:** E' previsto un sistema di monitoraggio e valutazione che consentirà di mantenere il certificato di qualità **e. Altri elementi che si desiderano segnalare in quanto rappresentino valore aggiunto del PTI:** **Punti di Forza** L'adozione di un Sistema di Gestione Ambientale (SGA) conforme alla norma ISO 14001 permette di fare un salto qualitativo nella gestione e comunicazione ambientale, uscendo dall'autoreferenziazione, cioè dall'uso di criteri e strumenti scelti e gestiti a livello locale (proliferazione di marchi locali), per adottare strumenti e procedure accreditate nell'UE e nel mondo (ISO 14001) in cui tutte le parti interessate possono riconoscersi. Forte strumento di marketing territoriale **Punti di Debolezza** Dimensioni organizzative ridotte delle Strutture Comunali **Risultati attesi** Risultato atteso è, prioritariamente, l'instaurarsi di una spirale virtuosa per una valorizzazione delle risorse naturali in armonia con una crescita economica sostenibile delle aree circostanti e di una promozione di una immagine qualificata del territorio (marketing territoriale), soprattutto verso quei mercati da sempre attenti a questi temi (Europa del Nord, Germania, Svizzera, ecc).

ASSE 2
"ENOLOGIA E TERRITORIO"

Obiettivo specifico dell'asse 2: ENOLOGIA E TERRITORIO

Rafforzare la fondamentale filiera enologica del sud-astigiano, consentendo da un lato l'innovazione in termini di sperimentazione e ricerca pubblico-privata, dall'altro favorendo un'ampia visibilità del territorio, grazie all'*internazionalizzazione* del sistema.

Cod PTI MUDA 2.1 ppp	AZIONE 2.1 CENTRO SERVIZI SPERIMENTALE PER I VITICULTORI NEL UN DISTRETTO AGROALIMENTARE DI QUALITA' DEL SUD ASTIGIANO *PRIORITA' I. 8*
Cod PTI MUDA 2.2 PMI	AZIONE 2.2 INTERVENTI DI FILIERA ENOLOGICA: PRODUZIONE, MECCANIZZAZIONE E INNOVAZIONE (GANCIA; BOSCA; CONTRATTO; BERSANO; ARAL; ECC.), *PRIORITA' I. 3*
Cod PTI MUDA 2.3 PMI	AZIONE 2.3 DIVERSIFICAZIONE DELL'ATTIVITA' RURALE ED OFFERTA TURISTICA SOSTENIBILE (INTERVENTI PRIVATI: DISTILLERIE BERTA ; CENTRO IPPICO DI ECCELLENZA; BOTTEGA DEL VINO) *PRIORITA' III. 7* *PRIORITA' I. 8*

CODICE P.T.I MUDA_2.1_ppp

ENTE PROPONENTE:	**COMUNITÀ COLLINARE TRA LANGA E MONFERRATO**
ASSE 2	**"ENOLOGIA E TERRITORIO"**

AZIONE 2.1 _ ppp :	**CENTRO SERVIZI SPERIMENTALE PER I VITICULTORI NEL DISTRETTO AGROALIMENTARE DI QUALITA'DEL SUD ASTIGIANO**
PRIORITA'	**I.8**
OBIETTIVO :	**FAVORIRE L'INNOVAZIONE E LA SPERIMENTAZIONE ALL'INTERNO DELLA FILIERA VINICOLA**

1	**TITOLO DEL PROGETTO:** Creazione di un distretto agro-alimentare di qualità e di un centro servizi sperimentale per i viticoltori.

2	**TIPOLOGIA DEL PROGETTO:** [x] Partenariato pubblico privato

3	**TERRITORIO INTERESSATO:** L' Intero territorio del sud-Astigiano

4	**OBIETTIVI DEL PROGETTO:** Favorire l'innovazione e la sperimentazione all'interno della fliera vinicola, sia dal punto di vista della produzione sia dell'enomeccanica

5	**DESCRIZIONE DEL PROGETTO:** Fondamentale è la creazione e il riconoscimento di un organismo distrettuale integrato e trasversale (economia del vino e del turismo specializzato) per tutte quelle funzioni di studio e analisi, programmazione e controllo dello sviluppo, assistenza agli imprenditori, relazioni tra istituzioni e imprese, comunicazione e promozione territoriale. I riferimenti legislativi si sono recentemente arricchiti con l'approvazione della legge regionale 26/2003 sui distretti di qualità

agro-alimentare, mentre la precedente legge regionale n. 20 del 1999 aveva istituito due Distretti del Vino, di cui uno competente su tutte le province di Asti e Alessandria e su parte di quelle di Cuneo e di Torino. E' all'esame del Consiglio Regionale una revisione coordinata delle due leggi.

Il Distretto di tipo nuovo, in coerenza con le disposizioni della nuova legge, deve autocandidarsi alla Regione per dimensione territoriale e per funzioni e verrà approvato col consenso della Provincia. Questa condizione di autodesignazione appare una garanzia di maggior impegno dei partecipanti all'idea di Distretto.

E' interessante registrare che il Distretto del Vino (Astesana integrata con l'alta Valle Belbo) così ipotizzato – che maggiormente interessa questo lavoro di ricerca – rappresenterebbe una realtà molto interessante:

a) su un'area di circa 14.600 abitanti e 61 Comuni rappresenterebbe un primato nella produzione delle uve da vino (circa il 42% dell'intero Piemonte), e comprese le funzioni di rappresentanza esterna praticata da alcune Case rappresenta una offerta al mercato non inferiore alle 137 milioni di bottiglie, anche se parzialmente virtuale;

b) il nuovo Distretto comprenderebbe la totalità delle imprese eno-meccaniche (produttrici delle attrezzature industriali per l'enologia) e oltre il 90% dell'industria enologica astigiana, oltre al 100% delle imprese dei servizi (trasporti, logistica ecc.), l'85% delle distillerie astigiane.

Di conseguenza non potrà avere difficoltà ad essere approvata questa ipotesi di Distretto del Vino, che potrebbe vantare un primato anche a livello regionale, in quanto né le Langhe né la provincia di Alessandria può presentare un analogo patrimonio viti-enologico. L'area distrettuale di Astesana diventerà riferimento primario delle analisi e delle programmazioni di settore.

1-LE INNOVAZIONI INDOTTE DALLA METODOLOGIA DISTRETTUALE

Descritti così i fondamenti procedurali dell'iniziativa distrettuale, restano da evidenziare gli elementi innovativi e la ricaduta economica di tale intervento rispetto alla condizione presente.

Attraverso l'applicazione della metodologia distrettuale la Provincia, a fianco dell'applicazione delle funzioni delegate dalla Regione Piemonte (interventi in merito alle produzioni e alle avversità naturali, applicazione delle politiche comunitarie, sviluppo dell'agroindustria ecc.) si troverà ad operare con una logica diversa, secondo tempi diversi, con obiettivi diversi.

2-LA CONOSCENZA DEL SISTEMA

Un distretto economico è un sistema di interdipendenza, che spontaneamente si relaziona e si migliora, ma è agevolato se si dota di un centro responsabilizzato soprattutto nelle mansioni di monitoraggio delle congiunture, di analisi congiunta delle previsioni di mercato, di intervento rapido e tempestivo a fronte degli eventuali accidenti di percorso, di valutazione sulle opportunità di investimento assistito.

Per concretizzare la differenza tra il presente non distrettuale e il futuro distrettuale, si possono enunciare i seguenti dati:

oggi le decisioni produttive o mercantili sono compiute dai singoli imprenditori, senza alcuna consultazione collegiale e alcuna competenza aggiunta;

come spesso accade, soprattutto in comparti produttivi in cui le scelte richiedono anni per essere concretizzate, il mondo del vino vive oggi una congiuntura riflessiva, pre-critica, dovuta ad una mancata analisi del mercato, all'imporsi di modelli produttivi che si stanno rivelando intempestivi, al rapido succedersi di cambiamenti nei comportamenti dei consumatori;

1) l'esistenza di un tessuto socio-economico distrettuale, la consuetudine indotta di confrontarsi e valutare collegialmente congiunture ed emergenze, la sperimentazione di forme di collaborazione spontanee tra imprenditori che decidono dopo aver potuto valutare approfonditamente in funzione dei propri interessi, sarà il normale modo operativo, agevolato inoltre dall'accesso a tipi di finanziamento pubblico altrimenti non utilizzabili.
2) in altri termini, analizzando la spesa pubblica a favore del comparto, oggi si assiste ad una perpetuazione degli interventi di tipo tradizionale, che si sono determinati passivamente sulla base di istanze esterne al comparto (ad esempio gli enti fieristici che stimolano spese non preventivamente verificate con gli imprenditori) e che finiscono di assorbire gran parte

delle capacità di spesa degli enti locali, senza indurre mai una valutazione di impatto economico e di ricaduta in termini produttivi o commerciali;

3) considerando che complessivamente la spesa pubblica astigiana per la promozione del comparto assomma oggi a non meno di 2 milioni di euro, oggi, in presenza di un momento congiunturale che potrebbe tradursi rapidamente in crisi profonda, c'è da chiedersi se non sia da interrompere rapidamente questo trend e di far convergere tali risorse (che finora non hanno formato la crisi strisciante e non si sono tradotte in sviluppo) su interventi di tipo diverso, decisi tra imprenditori e istituzioni, non all'interno dei soli bilanci istituzionali.

Il dato profondamente innovativo del sistema distrettuale è l'attivazione di un circuito virtuoso in cui sono pratica comune la conoscenza dei fenomeni, la consultazione di competenze specifiche, la creazione di un tavolo permanente di valutazione, le collaborazioni tra leaders e giovani imprenditori, la ricerca ponderata dagli spazi di mercato in cui inserirsi o di adeguate politiche di diversificazione produttiva, l'elaborazione di piani di investimento collettivi a costi contenuti per l'impresa, lo sviluppo di politiche concordate e aggiornate di promozione anche secondo strategie di integrazione tra comparti diversi.

Il sistema distrettuale esisterà se all'interno della struttura provinciale si attiveranno specifici uffici e se una consulta permanente tra imprenditori e pubblici amministratori attiverà il circuito virtuoso di idee e di spirito collaborativo. Si tratta quindi di incrementare la qualità del lavoro, riservando la spesa pubblica agli investimenti.

3. I PRIMI INTERVENTI CONGIUNTURALI

La condizione pre-critica che sta vivendo il comparto vino astigiano richiede almeno due interventi congiunturali urgenti, l'uno per la razionalizzazione produttiva e l'altro di organizzazione mercantile.

La seconda azione fa riferimento alle forme più recenti di ottimizzazione dei rapporti tra produzione ed esercenti commerciali ed è più facilmente identificabile, mentre la prima azione è molto condizionata e complessa.

Infatti il tradizionale individualismo del mondo agricolo astigiano e le strutture produttive fortemente parcellizzate costituiscono un condizionamento forte rispetto alla capacità operativa. La media statistica delle aziende agricole astigiane è inferiore ai due ettari di vigneto; soltanto 183 aziende viticole astigiane (sul totale di 8487 aziende) possiedono almeno 10 ettari; addirittura sono soltanto 33 le imprese che superano i 20 ettari di proprietà. Se si riflette che un investimento razionale per creare un'impresa moderna di viticoltura non prende neppure in considerazione una misura inferiore ai 150/200 ettari produttivi, si comprende come oggi in provincia di Asti sia molto più difficile prendere provvedimenti di qualunque natura programmatica in campo viticolo.

Occorre ribadire che fino ad oggi questa particolarissima articolazione ha consentito alla viticoltura astigiana di vincere sostanzialmente una scommessa economica apparentemente impari: le nostre cantine hanno conseguito successi importanti di mercato e sono riuscite a spuntare anche prezzi importanti, pur essendo troppo numerose e competitive tra loro, pur non disponendo di adeguata massa critica di prodotto, pur offrendo sostanzialmente tutte lo stesso prodotto (vino Barbera) per un mercato che si stava aprendo ma non potrà esprimere comunque una domanda sufficiente ad assorbire tutto il vino proposto.

C'è comunque un particolare comparto produttivo astigiano, costituito dalle Cantine Sociali (24 sul territorio provinciale, di cui 10/12 in condizioni critiche ma in condizione di resistere sul mercato, 12/14 in stato comatoso o fallimentare) su cui è più facile intervenire, usando la manovra del finanziamento pubblico continuativo e coordinando tale manovra con quella creditizia.

Mentre oggi questo sistema determina ben pochi elementi di positività sul comparto, al contrario è necessario e urgente un piano quinquennale di razionalizzazione operativa, di ottimizzazione degli investimenti, di interventi a livello di conduzione dei vigneti dei soci. Occorre una politica per poter operare un intervento strategico, possibilmente soltanto alla condizione di poter disporre di un adeguato quantitativo di produzione di vino di qualità (il patrimonio attuale delle cantine è valutabile tra il 25 e il 30%) e di un potenziale vigneto idoneo per poter attuare progetti viticoli. Quest'ultima opportunità è resa possibile del fatto che sempre

più le Cantine Sociali si occupano (o si potrebbero occupare) della gestione di vigne appartenenti a proprietari non impegnati nella coltivazione.
Contemporaneamente all'iniziativa che si potrà compiere attraverso o insieme alle Cantine Sociali, può essere avviato un tentativo di dialogo progettuale con gli imprenditori singoli, dialogo che rappresenta comunque un'esigenza dei nuovi distretti, ma certamente non sarà facile. Sarà una sorta di grande corso di aggiornamento di marketing da condurre soprattutto attraverso la verifica di esperienze concrete. L'obiettivo fondamentale è dare ai produttori informazioni vere e dirette sul gradimento dei consumatori, attuando una sorta di filtraggio degli input finora pervenuti da opinion leaders (Slow Food, Guide dei vini, enologi e venditori di tecnologie) e del tutto devianti verso tipologie produttive descritte come vincenti nel mondo ma non corrispondenti al mercato reale.
L'intervento urgente a livello di commercializzazione tenderà a recuperare un profondo ritardo operativo dei nostri produttori, che continuano ad approcciare direttamente l'esercente del vino (ristoratore ed enotecaro) malgrado questi manifesti una netta avversione ai rapporti diretti con la cantina. La forma più frequentemente utilizzata oggi per gli scambi di vino è la fornitura spersonalizzata e professionale del minimo quantitativo di bottiglie, in grouppage tra i vari tipi, con una tempestività di consegna e un'unica fatturazione periodica, che può essere attuata soltanto da un professionista della commercializzazione, dotato di ampio deposito di tanti vini e di mezzi efficienti di trasporto.
I singoli produttori astigiani debbono sperimentare una forma analogamente efficiente, magari in forma consortile ma anche in forma semplice contrattuale, allo scopo di porre in atto tutti i tentativi di non perdere, anzi di espandere il mercato, risparmiando la dispersione di energie e risorse finanziarie ormai anacronistiche e spropositate rispetto alla piccola/piccolissima dimensione produttiva dell'azienda.
I citati due interventi potranno incidere nel futuro sviluppo del comparto astigiano, in misura più o meno prevedibile, ma nel frattempo occorre prendere atto che il canale da privilegiare per la commercializzazione dei vini astigiani delle piccole/piccolissime aziende (cioè la quasi totalità delle altre 8 mila imprese familiari) sarà la vendita diretta al consumatore.
Questa constatazione emerge sia dalla presa d'atto che il canale ristorante non può più essere sufficiente per svolgere funzione orientativa di aziende che dal numero di alcune decine sono passate al numero di alcune centinaia. Tanto più che il ristorante (salvo alcune lodevoli eccezioni) non remunera più il vino in misura sufficiente e credibile, come del resto neppure il negozio specializzato tradizionale (enoteca).
La vendita diretta è favorita dal crescere progressivo delle persone e delle giovani famiglie che si dedicano al turismo del vino e/o partecipano con interesse nuovo alle fiere e agli eventi di incontro con i produttori.
Per la dimensione di azienda che si assesta annualmente tra le 10 e le 20 mila bottiglie, il consumatore finale diventa pertanto l'acquirente fondamentale, anche per garanzia totale di incasso e per la produttività del rapporto fiduciario a carattere continuativo con queste migliaia e migliaia di famiglie consumatrici.
Conseguenza diretta di questa constatazione è che tutta la politica promozionale (fiere, wine tastings ecc.) deve essere profondamente orientata verso il consumatore finale, mentre ai rapporti di mercato con i compratori professionali debbono dedicarsi soltanto le pochissime grandi aziende e la struttura professionale di commercializzazione che opererà per i piccoli produttori.
Questo insieme di interventi, se vissuti con intensa partecipazione dai produttori nei prossimi anni, potranno rapidamente dare ordine al particolarissimo sistema produttivo astigiano, consentendo grandissime economie aziendali alle imprese minori e destinando le risorse umane soprattutto alle due loro mansioni specifiche, in cui non sono sostituibili: la conduzione di vigneto e cantina, l'accoglienza nella struttura aziendale che è insieme casa-famiglia e cantina-bottega.
Giova annotare che questa rivoluzione gestita a livello distrettuale è molto coerente con lo spirito delle aziende agricole astigiane e favorisce la crescita di una specifica particolarissima cultura.

4.IL PIANO REGOLATORE DELLE RISORSE VITICOLE E L'INVENTARIO DEI LUOGHI STORICI DEL VINO

L'urbanistica tradizionale ha consolidato l'area agricola come marginale, quasi come non meritasse una regolamentazione. Oggi il paesaggio agrario è una componente essenziale dello specifico turismo del vino, ma ancora prima e pregiudizialmente da tempo le Città del Vino pongono il problema che le aree viticole specializzate proprio in quanto primo strumento di lavoro del vignaiolo debbono essere identificate, segnalate, tutelate.

Ormai tutti hanno capito che una tutela paesaggistica o una definizione a parco naturale non soltanto non penalizza l'attività agricola, anzi la privilegia. Certamente un vincolo può diventare un problema rispetto alla libertà di codificazione, ma una certa cautela in questo senso e il riservare un destino agricolo esclusivo alle nostre terre migliori rappresenta un valore di carattere superiore a qualunque libertà edilizia, di cui per altro finora si è anche abusato.

Il Piano Regolatore dei vigneti è provvedimento di competenza non comunale ma provinciale e rappresenta un campo di elaborazione e pronunciamento tipico del livello distrettuale, proprio perché su un'iniziativa come questa è giusto che ci sia partecipazione e condivisione di scelta anche da parte degli imprenditori oltre che degli amministratori pubblici.

Del resto la società civile da tempo ha anticipato il livello pubblico con opere di abbellimento e valorizzazione dei vigneti migliori, che vengono segnalati e contrassegnati. Il Piano Regolatore dei vigneti non vuole essere niente altro che la dimensione comprensoriale di un orgoglio produttivo, che rappresenta un'evidente pubblicità permanente, di alto prestigio per le aziende. Un distretto vinicolo deve avere l'orgoglio del proprio patrimonio fondamentale.

All'interno del piano urbanistico generale devono trovare adeguata valorizzazione i luoghi storici del vino, che di volta in volta possono essere una cantina, un casotto di vigna, una vigna antica nella sua identità cellulare, un albero monumentale che contrassegna la proprietà, un pilone in pietra con un'iscrizione, un'insegna di ristorante, un decoro architettonico di uva o di calici a chiese o palazzi, oppure qualsiasi altro documento della storia territoriale che faccia riferimento al vino e al cibo.

Naturalmente un'operazione urbanistica e un censimento a carattere architettonico e storico debbono essere attuati in base a criteri preindicati e verificati in sede pubblica, per consentire una procedura non disturbata da contrasti.

Attuare questi interventi ha un significato superiore alla semplice comunicazione permanente territoriale o tramite la trasmissione ai posteri su carta o in rete Internet; infatti l'iniziativa ha un elevato valore didattico e formativo. Infatti ogni proprietario sarà stimolato alla valorizzazione del patrimonio e ogni visitatore sarà ammonito a comportarsi in modo corretto in un'area tutelata e contrassegnata da segnali di valore documentario. Pertanto la spesa pubblica conseguente a questa iniziativa avrà anche effetti moltiplicatori, portando il vignaiolo a curare meglio la sua proprietà. Di qui a chiedere loro anche una gestione responsabile (pulitura di fossi, inerbimento delle fasce a percorrenza del visitatore, sistemazione dei casotti e decoro floreale dei filari) sarà molto semplice.

L'intervento è anche coerente con la richiesta all'Unesco di riconoscimento come patrimonio dell'umanità delle cantine storiche di Canelli; la risposta è che può essere definito tale un territorio, e quindi anche la sua superficie invece che il solo sottosuolo.

5. UN UFFICIO UNIFICATO DEL VINO

Il servizio pubblico alle imprese del vino è particolarmente frazionato e ramificato per competenze e per appartenenze burocratiche diverse. Un vignaiolo nello svolgimento della sua attività deve più volte rivolgersi alla Camera di Commercio, agli uffici decentrati della Regione, alla Provincia, all'Ispettorato Repressione Frodi, al Consorzio di tutela e altre associazioni (quando alcune mansioni pubbliche sono state delegate). Questa situazione è la negazione del concetto di servizio pubblico.

E' matura una inversione di tendenza, che rappresenti anche una netta semplificazione delle procedure, e una sempre maggiore trasparenza normativa: l'imprenditore ha bisogno dell'unificazione di tutti gli sportelli vino oggi operanti all'interno di ogni ente, in edifici diversi, sempre rigorosamente nel centro cittadino, là dove il parcheggio è un problema. L'ufficio pubblico del vino è da collocarsi in periferia del capoluogo, in prossimità dell'area

più consistente per attività viticola ed enologica, con ampio parcheggio a disposizione, eventualmente ospitando anche uffici privati (sindacali, associativi ecc.) di interesse per i vignaioli.
L'economia di tempo così consentita ai vignaioli sarà enorme e quantificabile in cifre molto importanti. Inoltre l'esperienza comune e la frequenza abituale educherà gli addetti pubblici ad un maggior spirito di collaborazione.

6. LO SVILUPPO DEL TURISMO DEL VINO

Un'attività innovativa come il turismo specializzato del vino e del gusto necessita di sostegno, formazione, verifica di esperienze di altri territori, ricerca di collaborazione reciproca con altri Distretti, monitoraggio e memoria della cronaca. Pertanto è indispensabile che un'agenzia sia dedicata a tale ruolo, oppure meglio che se ne faccia carico un'agenzia per lo sviluppo, che al turismo del vino dovrebbe dedicare una particolare attenzione.
La casistica e le esperienze sono molto limitate e quindi sarà opportuno sperimentare e successivamente innovare, sulla base dei risultati acquisiti. E' probabile che sia utile frequentare le fiere specializzate del turismo, ma è ancora più probabile che occorra utilizzare fiere più frequentate e meno specialistiche delle BIT e inoltre creare una forte azione di comunicazione mirata nei confronti di un target di riferimento, che sarà costruito attraverso varie forme di contatto e di selezione degli interlocutori.

7.RIORDINO E COORDINAMENTO DEI CENTRI DI RICERCA

Se a livello viticolo e di cantina si è registrato un buon recupero del deficit di competenza che il territorio astigiano aveva accumulato nel tempo, il buio totale si registra nella formazione al mercato. Non sono bastati pochi (ma ora già eccedentari) corsi brevi e banali di "tecnico del marketing enologico" che hanno licenziato alcune decine di presuntuosi ragazzi estratti dal nulla della disoccupazione endemica; è soprattutto mancato l'impegno imprenditoriale.
Fin che non ci sarà qualche impresa che decide di investire nella commercializzazione del vino, ponendosi come servizio specializzato al territorio che pullula di imbottigliatori con scarsi rapporti sul mercato, non è affrontabile la questione di questa particolare crisi. Se a ciò si aggiunge che la grande maggioranza dei produttori è fermamente convinta di essere in grado di affrontare tutto il mercato, subito inserendosi nella fascia alta dei prezzi, la situazione appare molto difficile.
La ricerca finalizzata è pressoché inesistente, perché se ne fa una parte accademica, per sostenere le Università non finanziate a sufficienza dallo Stato; se ne fa a livello accademico-clientelare per finanziare alcune organizzazioni di produttori, senza che ai produttori arrivi alcuno stimolo di sviluppo e di diversificazione; non se ne fa per niente in quei comparti dove sarebbe necessario (es. Moscato d'Asti).
Ma la preoccupazione maggiore è che non emerge domanda di ricerca da parte delle imprese del vino (conseguenza evidente della loro impronta contadina e della scarsa propensione al guardare al futuro con lo stimolo creativo del dubbio) e nessuna impresa extra-settore si avvicina a questo comparto chiuso per dire: voglio fare business col vino, mi serve l'orientamento di qualche ricerca, ad esempio sui consumatori.
C'è da chiedersi come sia possibile che a nessuno sia ancora venuto in mente che l'eccedenza produttiva del Moscato d'Asti potrebbe risolversi in vantaggio per un'industria alimentare per un prodotto non-vino, reso gradevole dagli aromi altissimi dell'uva Moscato? Possibile che nessuno, in epoca di colossali mutamenti comportamentali dei consumatori, soprattutto nell'area alimentare, si sia ancora posto il problema di inscatolare il vino in un contenitore più moderno e pratico della mitica bottiglia di vino, tappata col raro e costoso sughero?
Le strutture pubbliche utilizzabili per la ricerca e la formazione sono:
- l'Istituto sperimentale per la viticoltura, sede di Asti dipendente dall'omologo Istituto di Conegliano Veneto
-l'Istituto sperimentale per l'enologia, sede centrale di Asti con sedi staccate in varie località diverse
-l'Ispettorato per la repressione delle frodi alimentari, sede di Asti competente su tutto il Piemonte.
Per tutte e tre le strutture è indispensabile una revisione di fun-zioni e di radicamento

	regionale;per l'Ispettorato è in ipotesi un trasferimento pressoché globale delle mansioni a Parma, per un processo di razionalizzazione che penalizzerebbe pesantemente i produttori astigiani, oggi privilegiati dalla presenza locale della struttura. E' in qualche modo attivo un Istituto Professionale Statale "Penna" ad Asti-Viatosto, collegato alla sede universitaria di Asti, che dovrà ancora qualificarsi e organizzarsi con una sede adeguata. Infine è attiva una Agenzia formativa in forma consortile inti-tolata alle "Colline Astigiane", meglio nota come Scuola alberghiera, che organizza corsi per operatori della ristorazione, ma anche in altri comparti. Al castello di Costigliole d'Asti ha sede l'ICIF (Italian Culinary Institute of Foreigners), istituzione privata sostenuta dalla Regione Piemonte, che realizza corsi di formazione e di qualificazione sulla cucina italiana per professionisti. Tenuto conto che sul piano professionale enologico la maggio-re competenza è della Scuola Enologica di Alba e della Facoltà di Agraria all'Università di Torino, e che una struttura privata di alta specializzazione (Enosis di Donato Lanati) è in allestimento a Cuccaro Monferrato, a pochissimi chilometri dalla provincia di Asti, il problema astigiano risulta il raccordo e la fruibilità di tali centri. Fuori discussione che non è opportuno creare doppioni o fare investimenti ripetitivi, è altrettanto necessario che un'area così decisiva per la viticoltura e l'enologia come la provincia di Asti, debba essere partner in qualche maniera dei soggetti operanti in tali centri. In particolare l'area astigiana potrebbe specializzarsi nell'appro-fondimento e nella ricerca viticola e nelle tecnologie alimentari, indirizzo già assunto con l'istituzione di un corso di laurea da parte dell'Università astigiana. La formazione nel settore turistico, per la qualificazione di ogni forma di ospitalità territoriale, è un tema importante e urgente e richiede un forte potenziamento.

6	**SOGGETTI PARTNER:** Aziende vitivinicole Istituti di ricerca scuola enologica facoltà di agraria dell'Università di Torino Enosis di Donato Lanati

7	**IMPATTO DEL PROGETTO:** Si segnala l'alta innovazione del progetto che potrà garantire occupazione stabile per il territorio

8	**DEFINIZIONE PROGETTUALE:** [x] Idea progettuale

9	**TEMPI:** Il progetto potrà andare a regime entro 24 mesi dalla redazione dello studio di fattibilità del distretto Successivamente alla creazione del centro servizi sarà redatto lo specifico piano di comunicazione e orientamento

10	**COSTO DEL PROGETTO:** € 1.200.000

11	**COPERTURA FINANZIARIA** Risorse pubbliche locali: Altre risorse pubbliche: (regionali, nazionali, comunitarie) € 840.000 Risorse private: € 360.000

12	**COERENZA CON LE PRIORITA' DEL BANDO PTI:** I.8

13	**COMMENTI:** **a. Modello di gestione dell'intervento, del servizio o dell'azione:** gestione indiretta **b. Coerenza e sinergie con gli indirizzi di programmazione e i programmi degli enti competenti:** Il progetto è coerente coi nuovi assi del POR FESR 2007-2013, in particolar modo gli assi relativi all'innovazione e alla transizione produttiva. Il progetto è altresì coerente con il nuovo programma quadro sulla ricerca della Regione Piemonte Eventuali collegamenti potranno derivare dall'attuazione del VII Programma Quadro dell'UE **c. Grado di complementarietà:** Il progetto è complementare a tutte le iniziative proposte dal PTI all'interno dell'asse 2 , in particolar modo collegandosi efficacemente con le iniziative private

CODICE P.T.I MUDA_2.2_PMI

ENTE PROPONENTE:	**AZIENDE PRIVATE DEL TERRITORIO**
ASSE 2	**"ENOLOGIA E TERRITORIO"**

AZIONE 2.2_PMI	**INTERVENTI DI FILIERA ENOLOGICA : PRODUZIONE E INNOVAZIONE (GANCIA; BOSCA; CONTRATTO; BERSANO; AROL; ECC.)**
PRIORITA'	**I.3**
OBIETTIVO	**GARANTIRE OCCUPAZIONE STABILE, RAFFORZARE L'IMPORTANTE FILIERA , IN PRIMO LUOGO FAVORENDO L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA**

1	**TITOLO DEL PROGETTO:** produzione, meccanizzazione e innovazione

2	**TIPOLOGIA DEL PROGETTO:** [X] Interventi privati

3	**TERRITORIO INTERESSATO:** L'intero territorio delle Comunità collinari

4	**OBIETTIVI DEL PROGETTO:** Trattasi di importanti investimenti nella filiera vitivinicola proposti dalle primarie aziende del territorio. Gli interventi ,oltre a garantire occupazione stabile, rafforzeranno l'importante filiera , in primo luogo favorendo l'internazionalizzazione del sistema , grazie al distretto del vino.

5	**SINTETICA ED INCISIVA DESCRIZIONE DEL PROGETTO:** Il piano finanziario ha stimato unicamente gli investimenti in attrezzatura innovativa e ricerca e sviluppo. Prudenzialmente non si sono stimati i costi di realizzazione di possibili ampliamenti produttivi

6	**SOGGETTI PARTNER:** Aziende private

7	**IMPATTO DEL PROGETTO:** Benefici in termini di incrementi occupazionali; rafforzamento dell'immagine coordinata del territorio sud astigiano

8	**DEFINIZIONE PROGETTUALE:** [x] Studio di fattibilità

9	**TEMPI:** Gli investimenti privati verranno realizzati entro il 2012

10	**COSTO DEL PROGETTO:** € 6.000.000 (stima prudenziale)

11	**COPERTURA FINANZIARIA** Risorse pubbliche locali: Altre risorse pubbliche: Risorse private: € 6.000.000