

Rivista trimestrale del programma europeo LEADER II

# LEADER II magazine

LEADER magazine [janvier-février-mars 1999] - chaussée St-Pierre 260, B-1040 Bruxelles - Bureau de dépôt Bruxelles X



Inverno 98-99 n. 19

**Lo sviluppo  
rurale nella  
società  
dell'informazione**

**Western Isles  
Pays de Gâtine**



### CORSICA



**Paese :** Francia

**Azione realizzata :** installazione di sportelli interattivi in una zona rurale isolata

**Costo :** 200 000 ECU

**UE :** 30 000 ECU

**Altri fondi pubblici :** 170 000 ECU

*“Nell’ambito della sua politica di riconquista dell’entroterra, il nostro gruppo LEADER ha contribuito all’installazione, nel paesino isolato di Levie, di uno sportello interattivo che consente agli abitanti di espletare a distanza una serie di formalità amministrative (stato civile, assegni familiari, ricerca di impiego, ecc.) per le quali erano necessarie, in precedenza, sino a quattro ore di viaggio. Questo sistema, che abbina telematica e video, offre anche servizi economici agli imprenditori, in particolare l’accesso a banche dati e la possibilità di organizzare videoconferenze con le Camere del commercio, dell’agricoltura, ecc. Attualmente si prevede l’introduzione di sportelli interattivi in ogni microregione della Corsica.”*

**Paule Pandolfi**  
Responsabile LEADER

### MARSICA



**Paese :** Italia

**Azione realizzata :** creazione di un sito Internet

**Costo :** 156 450 ECU

**UE :** 45 066 ECU

**Altri fondi pubblici :** 83 694 ECU

**Settore privato :** 27 690 ECU

*“Il sito Internet ‘SITE Gal’ è nato dalla collaborazione tra il nostro gruppo LEADER e i responsabili della rete telematica Sistemi SITE. L’obiettivo è promuovere le risorse umane, tecniche, ecc. al servizio dello sviluppo di questa zona dell’Abruzzo, mediante un accesso in tempo reale a banche dati costantemente aggiornate. Tra le peculiarità di SITE Gal, vera e propria vetrina per le imprese e gli enti pubblici locali, vi è la sua struttura basata su una logica geografica : la consultazione di una vasta gamma di informazioni avviene cliccando semplicemente sulle cartine delle varie località e aree del territorio. Una versione sperimentale del sito SITE Gal è accessibile all’indirizzo [www.site.it/galmar-sica](http://www.site.it/galmar-sica)”*

**Giuseppe Damico**  
Presidente del gruppo LEADER

### ASTRID LINDGREN HEMBYGD



**Paese :** Svezia

**Azione realizzata :** realizzazione di CD-ROM culturali

**Costo :** 36 687 ECU

**UE :** 5 858 ECU

**Altri fondi pubblici :** 13 669 ECU

**Settore privato :** 17 160 ECU

*“In un telecentro animato da donne il nostro gruppo LEADER sostiene la realizzazione di CD-ROM didattici per l’infanzia sulla storia della Svezia, incentrati sulle specificità locali. L’obiettivo è creare posti di lavoro sfruttando una nuova attività basata su un prodotto innovativo a forte componente culturale. Il progetto si è già rivelato un successo in quanto sono stati realizzati e commercializzati diversi CD-ROM. L’obiettivo, in futuro, sarà di realizzare e commercializzare CD-ROM multilingue in collaborazione con altri gruppi LEADER.”*

**Jacob Kaell**  
Responsabile LEADER

### MONTAÑA DE NAVARRA



**Paese :** Spagna

**Azione realizzata :** telebiblioteca

**Costo :** 13 437 ECU

**UE :** 4 406 ECU

**Altri fondi pubblici :** 4 969 ECU

**Settore privato :** 4 062 ECU

*“Il nostro gruppo LEADER sostiene una serie di azioni destinate a promuovere l’uso della telematica per rompere l’isolamento delle popolazioni rurali : creazione di un telecentro, organizzazione di formazioni in informatica destinate a varie categorie di pubblico, ecc. Una di queste azioni ha interessato la biblioteca municipale di Espinal. Con il contributo di LEADER, la biblioteca ha attuato un servizio Internet ([www.ctv.es/USERS/hermilib/](http://www.ctv.es/USERS/hermilib/)) che consente agli abitanti di 30 paesini montani di consultare il catalogo, di visionare le nuove acquisizioni e di ordinare i libri che intendono prendere in prestito. Il bibliotecario ne garantisce in seguito la consegna.”*

**Marta Mañas Larraz**  
Responsabile LEADER per le nuove tecnologie



## Le tecnologie avanzate nel campo delle comunicazioni e lo sviluppo locale : buone prospettive... a talune condizioni ..... 4

Patricia Vendramin e Gérard Valenduc fanno il punto sull'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni, sulle relative sfide e potenzialità, ma anche sui loro limiti, in un'ottica di sviluppo locale.



## Internet al servizio dello sviluppo della Gâtine : i "Gatinauti" ..... 13

Nella zona LEADER Pays de Gâtine (Poitou-Charentes, Francia), alcune reti virtuali affiancano il densissimo tessuto delle reti locali di solidarietà, potenziando così l'integrazione e l'efficacia delle azioni di sviluppo rurale attuate.



## Quando la telematica rompe l'isolamento e crea occupazione : dal Tweed al Web ..... 19

Puntando decisamente sulle tecnologie avanzate nel campo delle telecomunicazioni, il gruppo LEADER Western Isles, Skye & Lochalsh ha agevolato la creazione di oltre 200 posti di telelavoro nelle isole Ebridi, nell'estremità nordoccidentale della Scozia.

# In breve...



## Tre aspetti importanti della nuova Iniziativa comunitaria sullo sviluppo rurale

**Dott. Franz Fischler**, Commissario europeo responsabile per l'Agricoltura e lo sviluppo rurale

Sebbene il Consiglio non abbia ancora raggiunto un accordo finale sulle proposte contenute nell'Agenda 2000, vorrei cogliere l'occasione per sottolineare, in questo numero di LEADER Magazine, tre aspetti importanti per la nostra nuova Iniziativa comunitaria sullo sviluppo rurale : la continuità delle strategie, l'estensione territoriale e la gestione della nuova Iniziativa per lo sviluppo rurale.

### Continuità della strategia

La nuova Iniziativa comunitaria riprende e approfondisce gli elementi principali di LEADER II, garantendo così la necessaria continuità concettuale e metodologica. La partnership locale, l'impostazione basata sul principio del bottom-up ("dal basso verso l'alto") e la possibilità di sperimentare nuove strade per lo sviluppo sono i principali aspetti da continuare.

Abbiamo bisogno di una specie di "modello" su piccola scala per quanto tentiamo di ottenere su più ampia scala nell'ambito dei normali programmi di sviluppo rurale ; l'obiettivo principale della nuova Iniziativa deve essere pertanto quello di promuovere le attività pilota in ambito rurale. Vogliamo creare e sperimentare strategie integrate di alta qualità a favore dello sviluppo delle comunità rurali.

È inoltre necessario proseguire e potenziare la creazione di reti che colleghino i gruppi di azione locale, affinché le idee e l'entusiasmo di talune zone rurali possano ispirare altre comunità. Anche nel programmare e realizzare i progetti comuni l'esistenza di reti è una condizione necessaria per la cooperazione, senza la quale molti progetti non assumerebbero le dimensioni necessarie.

### Ampliare l'estensione territoriale senza ridurre l'efficacia dell'Iniziativa

La nuova Iniziativa comunitaria non deve limitarsi alle regioni dell'Obiettivo 1 e dell'Obiettivo 2. Le azioni locali e i progetti pilota debbono essere stimolati anche nelle zone rurali che non fanno parte di queste regioni.

Ciò non significa ovviamente che la nuova Iniziativa comunitaria debba riguardare tutta l'Europa rurale, poiché in tal caso non avrebbe alcun effetto di rilievo. La nuova Iniziativa deve essere invece ben finalizzata a promuovere nuove idee e ad aiutare coloro che intendono realizzarle. Occorrerà stabilire criteri severi nel selezionare i gruppi che riceveranno i finanziamenti, affinché le iniziative prescelte possano beneficiare di un sostegno finanziario adeguato.

### Trasparenza e gestione efficiente

Nell'Agenda 2000 abbiamo proposto di finanziare mediante un singolo fondo ciascuna delle tre nuove Iniziative comunitarie. Nel caso dello sviluppo rurale sarà il FEAOG-Sezione orientamento ad intervenire nelle zone rurali. Questa impostazione monofondo presuppone che il campo d'azione del FEAOG venga esteso per poter includere misure normalmente di competenza del FESR o del FSE. Si tratta di una notevole semplificazione.

Vista la grande varietà di zone rurali dell'Unione e le forti disparità per quanto riguarda le condizioni iniziali, è ovvio che una politica di sviluppo delle zone rurali deve basarsi sul principio della sussidiarietà. Questo vale anche per la nuova Iniziativa comunitaria. Ma la sussidiarietà significa altresì che i compiti debbono essere ben definiti e che tutti, a qualsiasi livello, devono essere disposti a assumere le proprie responsabilità. La selezione dei gruppi di azione locale, ad esempio, dovrebbe essere di competenza degli Stati membri, ma avvenire in base a criteri stabiliti di comune accordo e - per evitare ritardi nella partenza - entro una scadenza concordata.

Le zone rurali hanno molto da offrire. La riforma della politica di sviluppo rurale intende renderla più conforme alle politiche di gestione del mercato e introdurre maggiore flessibilità, più sussidiarietà ed un funzionamento molto più semplice a vantaggio degli Stati membri e delle regioni. È inoltre nostra intenzione dare maggiore spazio alle esigenze ambientali e, soprattutto, promuovere uno sviluppo sostenibile in tutte le zone rurali della Comunità, affinché sia coloro che vivono in queste zone sia la popolazione urbana possano beneficiare dei particolari vantaggi delle zone rurali. <

**Bruxelles, 27 ottobre 1998.**



Le tecnologie avanzate nel campo delle comuni c

# buone prospettive... a

A CURA DI PATRICIA VENDRAMIN  
E GÉRARD VALENDUC [\*]

Con Internet, il multimediale, la telefonia mobile e i software per il lavoro di gruppo, la "società dell'informazione" ha invaso le

città, ma anche le campagne. Il lavoro e la formazione a distanza, il "commercio elettronico" nel settore del turismo, dei prodotti locali, ecc. sono nuove forme di attività che talune zone LEADER stanno attualmente sperimentando. Patricia Vendramin e Gérard Valenduc fanno il punto sull'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni, sulle relative sfide e potenzialità, ma anche sui loro limiti, in un'ottica di sviluppo locale.



azioni e lo sviluppo locale :

# a talune condizioni

**Considerate dal punto di vista** di una piccola regione, le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni presentano aspetti apparentemente paradossali. Da un lato, esse fanno pensare alla mondializzazione dell'economia, all'internazionalizzazione dei mercati, all'organizzazione delle reti a livello planetario e ad altre profonde tendenze sulle quali sembra praticamente impossibile esercitare una qualche influenza. Dall'altro, è evidente il loro interesse per lo sviluppo locale, in quanto è in gioco la trasformazione delle industrie e dei servizi, nonché il futuro del lavoro e dell'occupazione. Inoltre, è al livello locale che devono essere attuate le politiche concrete legate alla "società dell'informazione", che si tratti di infrastrutture, di ricerca, di sostegno alle imprese, di promozione dell'occupazione, di organizzazione della formazione professionale o di politica delle comunicazioni.

## Una nuova distribuzione tecnologica, dominata dalle comunicazioni

La maggior parte dei recenti progressi tecnologici nel campo dell'informatica e delle telecomunicazioni, quali Internet, la telefonia mobile GSM o il multimediale, hanno messo in risalto la nozione di comunicazione: i nostri sistemi economici si fondano oramai su reti di comunicazione e di scambio a distanza. Questa priorità riservata alle comunicazioni distingue l'attuale ondata delle tecnologie dell'informazione da quella degli anni '80, epoca in cui l'utilizzo dell'informatica riguardava soprattutto l'automazione delle funzioni operative: robotica, progettazione e fabbricazione assistita da elaboratore, banche dati, elaborazione testi, trasferimento di dati, ecc.

Ma quali sono le innovazioni tecnologiche più significative nei nuovi sistemi di comunicazione e di scambio a distanza tra individui e organizzazioni?

Molte di queste innovazioni sono note al grande pubblico: le telecomunicazioni mobili hanno invaso la nostra vita dall'introduzione sul mercato dei telefoni cellulari GSM, la rete Internet non è più una prerogativa dei ricercatori universitari, i computer portatili sono oramai strumenti comuni per talune funzioni (servizio commerciale, manutenzione, ecc.) e le applicazioni multimediali stanno diffondendosi sempre più. Anche altri progressi tecnologici meno noti al grande pubblico hanno modificato i sistemi organizzativi delle imprese. Basti pensare, in particolare, ai software per il lavoro di gruppo ("groupware") e la gestione dei flussi di lavoro ("workflow") che agevolano l'organizzazione e la realizzazione di attività in comune, le reti interne delle imprese (Intranet) o la telefonia integrata al computer, quale ad esempio l'applicazione utilizzata nei *Call Centre*.

---

[\*] **Patricia Vendramin e Gérard Valenduc**, direttore dell'unità di ricerca Lavoro e Tecnologie della Fondazione Travail-Université, istituto belga specializzato nelle relazioni tra l'università e il mondo del lavoro. Essi hanno pubblicato e/o partecipato alla stesura di numerose opere sulla società dell'informazione, in particolare per conto della Direzione generale XII della Commissione europea.

**Contattare:** Fondation Travail-Université,  
Rue de l'Arsenal 5,  
B-5000 Namur.

Tel.: +32 81 725 122 – Fax +32 81 725 128

E-mail: [pvendramin@compuserve.com](mailto:pvendramin@compuserve.com)





Scuola dotata di computer nella zona LEADER Pays d'Auge [Francia]

— Su queste tecnologie si fondano inoltre molti nuovi servizi (teleservizi) e nuove forme di lavoro (lavoro a distanza) che si stanno diffondendo in un crescente numero di settori e imprese pubbliche e private. Questi recenti progressi possono *forse* offrire prospettive per la creazione di attività a livello locale, ma possono *certainemente* conferire un diverso orientamento alle politiche in materia di telecomunicazioni e alle strategie volte a garantire una maggiore apertura verso l'esterno.

### Un impulso alla comunicazione esterna

Lo sviluppo di Internet e delle applicazioni multimediali ha dato nuovo impulso alla comunicazione esterna degli agenti economici e sociali: ciò riguarda non soltanto le imprese e le autorità pubbliche, ma anche il mondo associativo, educativo e culturale.

In tale contesto vengono potenziati tre aspetti della comunicazione esterna, che sono già alla portata delle piccole e medie imprese o degli enti locali. Il primo, di sostanziale rilievo, riguarda la pubblicità, l'immagine, l'informazione alla clientela o ai fornitori di un'impresa, nonché l'informazione turistica, la valorizzazione del patrimonio locale, la promozione di attività rurali. Il secondo aspetto interessa il funzionamento stesso delle imprese e degli enti locali: le relazioni con i partner, i fornitori o i clienti sono sempre più interattive, avvengono in tempo reale, indipendentemente dalla distanza, con considerevoli conseguenze in termini di flessibilità e di adattabilità.

Infine, l'ultimo aspetto riguarda lo sviluppo dei servizi on-line, accessibili al grande pubblico.

Ma il collegamento a reti mondiali non permette soltanto di farsi conoscere, di pubblicizzare e diffondere i propri servizi, di accedere a informazioni. Esso consente anche l'accesso a risorse non disponibili a livello locale,

sia nel campo dei servizi alle imprese, sia per quanto riguarda i servizi alla popolazione, come ad esempio nel settore della sanità o dell'istruzione e della formazione. Parallelamente, esso può valorizzare risorse locali su un mercato più vasto o rispetto ad un pubblico più ampio. D'altro canto, per numerose organizzazioni senza scopo di lucro, quali le associazioni a fini culturali o educativi, i recenti sviluppi di Internet e del multimediale offrono nuove opportunità per la diffusione dell'informazione, la comunicazione con il pubblico o la diversificazione dei "prodotti" didattici o culturali offerti. In questi casi, le reti sono considerate soprattutto dei nuovi canali di comunicazione, piuttosto che strumenti di lavoro o mezzi per suscitare un cambiamento a livello organizzativo.

### Lo sviluppo dei teleservizi

Per una regione o una zona isolata, le tecnologie avanzate nel campo delle comunicazioni offrono anche il vantaggio di poter prevedere lo sviluppo di nuove attività. Tra le varie forme di telelavoro, lo sviluppo dei teleservizi è una valida pista da esplorare. Sempre più attività nel campo dei servizi implicano una mediazione via telefono, il che significa che la relazione diretta e personale viene sostituita o integrata da una comunicazione telefonica. Alcune imprese si sono specializzate nella produzione e nell'organizzazione di questo tipo di servizi, in campi estremamente diversi quali il settore bancario e assicurativo, i viaggi e il turismo, la manutenzione e i servizi alla clientela, il settore immobiliare, il marketing diretto, la promozione delle attività per il tempo libero, ecc. Questi servizi sono caratterizzati dalla loro assoluta mobilità, ossia dal fatto di poter essere realizzati ovunque, a condizione che vi sia una sufficiente infrastruttura tecnologica di base e che siano disponibili le necessarie qualifiche professionali.





## “Le tecnologie dell’informazione a Longford”

Monica O'Malley [LEADER Longford, Irlanda]

**Sin dall'epoca dei Celti**, la contea di Longford (30 296 abitanti) è stata un crocevia dell'Irlanda, ove si snodano oggi tre principali arterie stradali nazionali. A Longford non esistono tuttavia imprese industriali di rilievo, né un istituto di istruzione superiore che possano fungere da forza trainante per una diffusione su larga scala delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC).

Il declino demografico del territorio, le carenti strutture esistenti e la riduzione dei servizi pubblici spiegano in gran parte la scarsità degli investimenti nella zona. Poiché vari attori locali avevano tratto la medesima conclusione, all'inizio degli anni '90 era già stata intrapresa una campagna di sensibilizzazione sull'utilizzo delle TIC. Tra le azioni attuate all'epoca figurano: l'introduzione di corsi di informatica nei programmi scolastici, la creazione nel 1994 di un "Centro per la formazione in informatica", l'allestimento di un centro di imprese e l'installazione di un server Internet nella biblioteca della contea.

Questo processo aveva progressivamente contribuito a familiarizzare la popolazione all'uso di queste tecnologie, ma mancava un piano strategico globale per introdurre nel territorio, in modo efficace e duraturo, attività legate alle TIC. Questo piano è stato annoverato tra le priorità del programma LEADER II di Longford.

La prima attività condotta dal gruppo di azione locale è stata l'organizzazione, nel febbraio 1996, di un "seminario Internet" che ha permesso di delineare in modo più preciso le opportunità offerte dalla telematica nello specifico contesto della Contea. La manifestazione ha portato alla creazione, alcuni mesi più tardi, di una "cooperativa Internet" finalizzata a promuovere le località della Contea sulla "regina delle reti", a comunicare con gli emigrati originari del luogo e a promuovere l'utilizzo della telematica. La cooperativa ha innanzi tutto creato un sito Web che ha permesso a Granard di essere il primo villaggio irlandese presente sulla rete.

Nel marzo 1997, la Camera di Commercio ha istituito una Task Force per individuare le possibilità concrete offerte dall'uso delle tecnologie delle telecomunicazioni. La Task Force era composta da 18 persone in rappresentanza delle varie categorie della popolazione e dei settori socio-economici del territorio: imprenditori, coltivatori diretti, insegnanti, animatori culturali, donne, giovani, ecc.

Sono stati quindi istituiti cinque gruppi di lavoro tematici per analizzare le possibili applicazioni delle TIC nei cinque settori considerati prioritari: le imprese, l'agricoltura, l'istruzione, la sanità e la vita associativa.

Successivamente è stata realizzata un'indagine presso 259 nuclei familiari e 77 imprese locali. I risultati di tale sondaggio sono stati descritti in una relazione pubblicata nel luglio 1997, una vera e propria miniera di informazioni sull'utilizzo delle TIC al servizio dello sviluppo locale.

L'indagine e la successiva relazione hanno richiesto una spesa di 45 970 ECU, di cui 36 800 finanziati nell'ambito di LEADER II. Queste cifre comprendono una stima relativa all'importo del lavoro volontario ma non sono comprensive del contributo della Camera di Commercio, che ha fornito una considerevole assistenza tecnico-amministrativa e ha messo a disposizione vari locali ed un sistema di videoconferenza.



L'indagine ha inoltre permesso di riallacciare i contatti con molti emigrati originari della contea, che hanno proposto diverse piste di lavoro interessanti. Una società di consulenza specializzata nel campo delle tecnologie delle comunicazioni ha identificato un sostanziale vantaggio competitivo per Longford: i prezzi estremamente convenienti del mercato immobiliare, un fattore che si è rivelato determinante per la creazione, nel gennaio 1998, di una software house, "Longview Technology". L'organico dell'impresa, inizialmente composto da 10 dipendenti, è salito nell'aprile scorso a 16 persone, che dovrebbero diventare 35 alla fine dell'anno. Nel corso dei prossimi anni si prevede la creazione di 100-300 nuovi posti di lavoro.

Le conclusioni del sondaggio e i successi di Longview Technology hanno agevolato in larga misura l'introduzione delle nuove tecnologie nella contea di Longford. Nel 1998 sono stati realizzati, ad esempio:

- > il sito Internet "Longford-on-line" e la banca dati in esso contenuta che consente di entrare in contatto con gli emigrati originari della zona;
- > l'allestimento di un servizio on-line per i coltivatori diretti, frutto della cooperazione tra il gruppo di azione locale e l'agenzia Teagasc, l'ente irlandese per l'agricoltura e lo sviluppo rurale;
- > la costituzione, in collaborazione con l'agenzia di sviluppo economico della contea, di una base di dati commerciali al servizio delle imprese della zona;
- > l'organizzazione di corsi di formazione itineranti nelle varie località della contea - l'azione, finanziata da LEADER, consiste nell'installare nei vari paesi, per sei settimane, 11 computer che consentono a 30 persone di familiarizzarsi con l'informatica (alla fine del giugno 1998, 175 persone di quattro diversi villaggi avevano già fruito di questa formula). <

**Web:** [www.longford-leader.ie/](http://www.longford-leader.ie/)





## “Il futuro si fonda sulla formazione”

Werner Kräutler [LEADER Sall-Wöll-Ötztal, Tirolo, Austria]

**Per garantire il futuro del mondo rurale** europeo è necessaria anche una corretta padronanza delle tecnologie delle comunicazioni. Il telecentro dell'Ötztal, a Umhausen in Tirolo, tende appunto a favorire l'acquisizione delle competenze necessarie per utilizzare queste nuove tecnologie.

Due coltivatrici dirette si recarono presso il GAL per chiedere informazioni sulle possibilità di formazione in informatica. Da questa richiesta è nata l'idea del gruppo LEADER di creare un “telecentro” nella valle dell'Ötz. Era il dicembre 1996 e, in meno di sei mesi, il GAL è riuscito a rendere operativo il “TeleZentrum Ötztal”, cofinanziato al 40% dall'Unione europea (143 000 ECU), dal Land del Tirolo (30%) e dal governo federale austriaco (30%). Il telecentro, che dispone di aule con 10 computer, è stato innovativo elaborando un programma di formazione denominato “Telematica per le coltivatrici dirette”. Questo programma, articolato in 64 ore (4 ore settimanali per 16 settimane), viene attivato tre volte l'anno ed è attualmente noto e riconosciuto a livello nazionale: le Camere dell'Agricoltura di quattro Länder austriaci hanno infatti “importato” la formula. Un centinaio di coltivatrici dirette della valle hanno già ultimato la formazione, mentre altre 250 stanno frequentando il corso in altre zone dell'Austria.

L'approccio adottato per il TeleZentrum è stato elaborato in base ai risultati di uno studio commissionato dal gruppo LEADER ad un giornalista scientifico di Vienna. Si trattava di “analizzare i bisogni dei nuclei familiari nel campo della telematica in un contesto nazionale”, al fine di identificare nuove attività e fonti di reddito – in particolare il telelavoro – basate sulle applicazioni delle tecnologie delle comunicazioni. A tale proposito, i risultati dello studio hanno posto un particolare accento sull'importanza della formazione. Poiché sovente i potenziali utilizzatori della telematica risiedono in zone lontane dalle strutture di formazione, doveva essere quest'ultima ad avvicinarsi a loro, e non viceversa. Da qui l'idea di creare un telecentro nella valle dell'Ötz.

I responsabili del TeleZentrum Ötztal sono soliti compararlo ad un'autoscuola poiché, proprio come per la guida di un'automobile, il telelavoro richiede l'acquisizione di alcune conoscenze di base. Il secondo principio su cui si fonda il centro è che “con la pratica tutto si impara”. I “corsi di guida informatica” erogati dal centro sono pertanto fortemente incentrati sulla pratica e coprono un ampio ventaglio di conoscenze informatiche: elaborazione testi, software per la contabilità, infografica, impaginazione, ecc.

La strategia sta già dando ottimi risultati: dal mese di ottobre 1998, sette coltivatrici dirette della valle, che avevano ultimato la formazione, integrano le proprie entrate con lavori di codifica dei dati per conto di una grande impresa tirolese. Altri progetti saranno attuati nel gennaio 1999: creazione di siti Web e fornitura di un'assistenza tecnica alle imprese, in particolare nel campo del commercio elettronico.

Ma la formazione erogata presso il telecentro è innanzi tutto finalizzata a permettere ai partecipanti di acquisire competenze che possono essere utilizzate rapida-



mente ed in modo efficace nell'ambito della loro professione. Per quanto riguarda il modulo “Telematica per le coltivatrici dirette”, ad esempio, le partecipanti dovevano gestire una “azienda agricola virtuale”, nonché una fattoria “ideale”, utilizzando un programma informatico nel quale erano già stati inseriti i principali parametri organizzativi di un'azienda agricola.

Il TeleZentrum Ötztal eroga anche corsi in altri campi: contabilità, amministrazione, corrispondenza, grafica e impaginazione, tecniche per le pubbliche relazioni, marketing, ecc.

Attualmente, il telecentro elabora un corso di telematica appositamente destinato alle donne. Le prime sessioni inizieranno nella primavera del 1999. Questa formazione, analoga al modulo “Telematica per le coltivatrici dirette”, sarà erogata anche in altre zone rurali austriache.

Dal novembre 1998 il TeleZentrum Ötztal è diventato anche un centro per il telelavoro, mettendo quattro locali a disposizione di una decina di lavoratori a distanza che gestiscono il sito Internet di un grande negozio austriaco di dischi che vende i propri prodotti con il commercio elettronico (50 000 prodotti repertoriati).

Soltanto sei mesi or sono, Internet non significava molto per gli abitanti dell'Ötztal. Nemmeno gli operatori turistici vedevano l'utilità di un sito Web, sebbene il turismo rappresenti il principale settore economico della valle, che ospita ogni anno circa 2,5 milioni di visitatori. Attualmente, il modulo “Iniziazione a Internet” destinato agli adulti, nonché i “forum di discussione” e il “CyberCafé” prevalentemente indirizzati ai giovani, hanno suscitato un grande entusiasmo per quella che viene considerata la regina delle reti. <

**Web:** [www.oetzi.com](http://www.oetzi.com)





Recentemente si sono avuti considerevoli progressi nello sviluppo di questi servizi on-line : trasferimento di chiamata e server vocali nonché, in linea più generale, stazioni di lavoro che integrano telefonia e informatica. Queste apparecchiature consentono alle imprese di organizzare la prestazione dei servizi a partire da "piattaforme telefoniche" talvolta situate in zone estremamente distanti dall'impresa stessa.

### **Tecnologie dell'informazione e sviluppo locale: due decenni di successi e fallimenti**

Negli ultimi vent'anni, la Commissione europea, tra gli altri, ha attuato vari programmi per promuovere e sostenere esperienze nel campo della telematica a livello locale o regionale. Un rapido bilancio di questi programmi permette di delineare un quadro generale dei relativi successi e fallimenti, nonché di valutare i punti di forza e le difficoltà correlati alla dimensione locale o regionale.

#### **Infrastrutture o servizi**

Tutte queste esperienze, tuttavia, sono confrontate ad uno stesso dilemma : bisogna considerare in via prioritaria le infrastrutture e le reti, in un modello in cui l'offerta tecnologica suscita la domanda di servizi, oppure la priorità va riservata all'espressione dei bisogni e all'innovazione nelle possibili applicazioni, in un

modello in cui è la domanda di servizi ad orientare l'innovazione tecnologica ? Alcuni programmi hanno privilegiato talvolta l'una, talvolta l'altra opzione, ma nel complesso i risultati sono stati sostanzialmente inferiori alle aspettative.

I vari processi di valutazione indicano seri ostacoli alla realizzazione di uno sviluppo economico regionale basato sulle infrastrutture che supportano le tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni. L'esistenza di infrastrutture non porta automaticamente al loro utilizzo. Vi è la necessità di un'adeguata istruzione, formazione e mobilitazione degli utilizzatori, nonché l'esigenza di tradurre questa tecnologia in applicazioni e servizi adatti alle imprese delle regioni interessate.

D'altro canto, in molti casi non è sufficiente offrire servizi e applicazioni su misura alle imprese locali. In parte perché, credendo erroneamente che i reali bisogni siano noti, questi non vengono definiti correttamente. Inoltre, le medesime applicazioni, anche quelle progettate per soddisfare esigenze identiche, possono rivelarsi efficaci in alcuni casi e fallire in altri, in funzione delle differenze delle realtà organizzative e socioeconomiche. Di conseguenza, per soddisfare efficacemente gli obiettivi di sviluppo economico locale o regionale, sia le politiche infrastrutturali sia quelle orientate all'utilizzo delle tecnologie devono essere integrate ad altre politiche volte a migliorare l'ambiente organizzativo e socioeconomico di ogni regione. In questo contesto, l'istruzione e la formazione svolgono un ruolo essenziale.

*Questa unità mobile permette di erogare formazioni in informatica in tutti i paesi della zona LEADER Louth [Irlanda]*





Con il sostegno di LEADER **Donegal**, che ha permesso l'acquisto di moderne apparecchiature, questa agenzia fotografica londinese si è trasferita in Irlanda

### Il mito del decentramento

Un preconcetto riscontrato in numerosi progetti di telematica locale consiste nel credere che le tecnologie avanzate nel campo delle comunicazioni rafforzeranno il decentramento o che, addirittura, potranno mettere su un piano di parità le regioni centrali e le regioni periferiche. In realtà, queste tecnologie avanzate non eliminano automaticamente taluni ostacoli allo sviluppo locale o regionale che possono essere dovuti a fattori di tutt'altro tipo, come ad esempio la mancanza di una cultura dell'innovazione, attitudini manageriali non idonee ai mutamenti economici, politiche pubbliche troppo difensive, carenze in materia di qualifiche o formazione, o semplicemente caratteristiche geografiche contro le quali le reti non possono fare molto.

In pratica, nel campo dei servizi l'esperienza ha mostrato che i fenomeni di decentramento non sono evidenti. Sovente, i servizi delocalizzati rientrano in un modello di tipo industriale: servizi standardizzati, semplificati, prodotti in serie, con uno scarso valore aggiunto. La tendenza, tuttavia, non è stata di decentrare questo tipo di servizi ovunque. Per questioni legate alle economie di scala, queste attività tendono ad essere concentrate in un limitato numero di località specializzate, in regioni suburbane o alla periferia di grandi centri piuttosto che in zone isolate. Del resto, la maggior parte dei servizi ad alto valore aggiunto continuano ad essere localizzati nelle grandi città e nelle regioni centrali. A tale proposito, l'esempio del telelavoro nelle isole Ebridi (Scozia) descritto nel presente numero di LEADER Magazine rappresenta probabilmente un caso eccezionale.

In teoria, sebbene molti lavori abbiano acquisito una certa mobilità, non tutte le regioni sono su un piano di parità rispetto a questa mobilità potenziale. Un criterio decisivo sembra essere la disponibilità di forza lavoro in grado di offrire un servizio di qualità, con un rapporto qualità/prezzo che continua a rivelarsi determinante. È questo fattore che spiega forse il successo dell'esperienza scozzese.

### Superare le distanze o superare la complessità?

Un altro preconcetto consiste nel credere che queste tecnologie avanzate siano in grado di eliminare le distanze, superare gli ostacoli geografici e, di conseguenza, appianare le disparità tra le regioni.

È indubbio che la telematica riduca la dipendenza dal fattore "distanza" e dai punti di accesso all'informazione, nonché molti ostacoli che si oppongono alla comunicazione interattiva. Ma questo non significa che le distanze e la localizzazione siano ormai fattori trascurabili. Ciò richiama piuttosto l'attenzione su altri fattori di localizzazione, come la qualità dell'ambiente, il capitale umano, il dinamismo e il carattere innovativo delle economie e delle comunità locali, le partnership locali, ecc.

La vera specificità delle tecnologie avanzate nel campo delle comunicazioni non è rappresentata dall'abolizione delle distanze, ma dalla capacità di abbreviare i tempi, trattare la complessità, organizzare la flessibilità. Questa prospettiva è un elemento importante nelle politiche locali o regionali.

### Ridotte potenzialità di industrializzazione

Una terza idea preconcetta è rappresentata dal fatto di attribuire alle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni le virtù di una "industria che industrializza", ossia di un'attività di base sulla quale si innesteranno altre attività correlate, per ricostituire il tessuto industriale. Contrariamente alle precedenti "rivoluzioni industriali", la società dell'informazione implica un ridotto numero di programmi infrastrutturali di vasta portata, che possono creare occupazione e esercitare effetti moltiplicatori sull'economia. Anche i grandi cantieri per le telecomunicazioni, come il cablaggio o la costruzione di reti hertziane, hanno una scarsa incidenza rispetto ad altre grandi opere infrastrutturali, quali la costruzione di autostrade, le linee ferroviarie ad alta velocità, le centrali di depurazione o gli impianti per lo smaltimento dei rifiuti. Il valore aggiunto delle tecnologie dell'informazione non risiede nella loro componente materiale, ma negli aspetti immateriali. È quindi illusorio pensare che tali tecnologie possano essere la chiave di volta di una strategia di industrializzazione. È più proficuo investire nella conoscenza e nelle competenze, poiché queste permetteranno di sfruttare le nuove infrastrutture ed innovare i prodotti e i servizi. A tale proposito, l'esempio di Parthenay, in Francia, è estremamente indicativo (si veda l'articolo corrispondente).

### Possibili piste future

#### L'ammodernamento dei servizi

In molti Paesi europei i servizi rappresentano una componente importantissima dell'attività economica, in particolare nelle zone rurali. Questi servizi potranno rappresentare un sostanziale fattore di crescita. Purtroppo, in alcune regioni il loro sviluppo è ancora considerato, troppo sovente, una contropartita della deindustrializzazione. I servizi pubblici sono considerati una spesa pubblica e non una risorsa. I servizi privati, dal canto loro, non sono ancora sufficientemente considerati un'attività in sé.

Nel campo dei servizi alle imprese, il fattore di crescita è rappresentato dallo sviluppo di attività che richiedono un uso intensivo delle conoscenze, che ottimizzano il



## “Il sistema centrale di prenotazione turistica PARALELO 40”

Malaquías Jiménez Ramírez

[LEADER La Manchuela, Castiglia-La Mancha, Spagna]

Per “vendere” il turismo rurale ai cittadini sono necessari sistemi di comunicazione rapidi e efficaci. La nostra rete PARALELO 40 è stata creata nel 1993 da 7 gruppi LEADER I (5 spagnoli e 2 portoghesi) che intervenivano in zone situate più o meno sul 40° parallelo e che intendevano promuovere insieme le proprie risorse turistiche. L'idea di partenza era quella di assicurare alla zona una clientela di visitatori mediante una promozione turistica comune e reciproca: ogni zona informa i propri visitatori in merito alle attrattive dei territori partner. Sino al 1996, i sette gruppi di PARALELO 40 si sono limitati a pubblicare in comune opuscoli turistici e a partecipare congiuntamente a fiere e saloni.

Nel 1996, con l'avvio di LEADER II, la rete si è estesa ad altre 20 zone (5 portoghesi e 15 spagnole), anch'esse situate sul 40° parallelo. È stato pertanto necessario migliorare la capacità di intervento e rafforzare la nostra presenza sul mercato. A tale fine, l'utilizzo delle nuove tecnologie delle comunicazioni ci è sembrato un elemento indispensabile.

Abbiamo così deciso di creare un sistema centrale di prenotazione per commercializzare direttamente i nostri prodotti turistici, utilizzando un sistema telematico che consente un aggiornamento costante dei dati e la vendita “on-line” dei soggiorni.

Per concretizzare il progetto ci siamo rivolti al programma ARTE-PYME (Azioni regionali a favore delle Telecomunicazioni nelle PMI), gestito dal Ministero spagnolo dell'Industria e dello Sviluppo. Essendo nazionale, il programma non era accessibile ai partner stranieri. Per questo motivo l'attuazione del progetto si è limitata ai 14 gruppi spagnoli ed i partner portoghesi partecipano esclusivamente alla misura “Informazione e promozione” di PARALELO 40.

Il sistema centrale di prenotazione permette di commercializzare direttamente i prodotti turistici offerti dalle imprese di ogni territorio. L'attuazione del progetto ha implicato le fasi seguenti:

- > installazione di 156 computer, 14 dei quali nei locali dei gruppi LEADER e 142 nelle imprese partecipanti. Queste ultime sono prevalentemente microimprese (uno o due dipendenti) e coprono la quasi totalità della gamma di prodotti turistici e ricreativi (case vacanza rurali, alberghi, appartamenti, campeggi, sport all'aperto, visite guidate, attività culturali, gastronomia, ecc.). La capacità ricettiva globale è di 5000 posti letto;
- > installazione di un server Internet;
- > raccolta dei dati sulle prestazioni dei 142 operatori turistici (date, posti letto, tariffe, servizi, sconti, ecc.);

> formazione dei partecipanti al progetto (i tecnici dei 14 gruppi d'azione locale nonché gli operatori turistici che utilizzano questo strumento informatico nelle proprie strutture). Si tratta di una formazione personalizzata, erogata all'interno delle stesse imprese;

> promozione e diffusione del progetto. A tale fine abbiamo realizzato opuscoli, con una tiratura di 5000 esemplari, che vengono distribuiti in occasione dei saloni turistici ai quali partecipiamo (in particolare il FITUR di Madrid) e presso le agenzie di viaggio e i tour operator.

Per quanto riguarda il software, utilizziamo “TURCENTRAL” (per la gestione dei dati relativi alle prenotazioni) e “TURINTER” (per l'elaborazione delle immagini). Questo materiale ha causato inizialmente qualche difficoltà, in quanto non è del tutto adatto alle peculiarità del turismo rurale (numeroso strutture ricettive disperse sul territorio con pochi posti letto) né ai metodi contabili adottati di norma dai piccoli operatori. Gradualmente, tuttavia, questi problemi sono stati risolti.

Poiché il sistema è entrato in funzione di recente, non è ancora possibile valutarne correttamente i risultati. Nell'agosto 1998 si è tenuta a Riopar, nella Sierra del Segura (Castiglia-La Mancha), una riunione degli operatori che partecipano a PARALELO 40. Nel corso dell'incontro, i partecipanti (un centinaio circa) hanno discusso in merito alle prospettive di sviluppo del sistema. Queste ultime sembrano richiedere, inevitabilmente, la creazione di una struttura organizzativa di tipo associativo, preposta alla gestione delle vendite effettuate dall'unità centrale, nonché l'ampliamento della copertura geografica della rete: stiamo attualmente analizzando la possibilità di includere all'interno di PARALELO 40 zone LEADER italiane e greche. Inoltre, per ottimizzare il rendimento, pensiamo che le apparecchiature già installate potrebbero essere utilizzate per commercializzare prodotti diversi da quelli turistici: prodotti artigianali, agroalimentari, ecc. <

**Web:** [www.paralelo40.org](http://www.paralelo40.org)





—► know-how accumulato nell'esperienza economica locale, ma che sono anche in grado di trasformarsi in teleservizi. Ma il cambiamento di mentalità più radicale da introdurre riguarda probabilmente i servizi pubblici. La relazione *"Costruire la società europea dell'informazione per tutti noi"* (1) è estremamente chiara a tale proposito: essa raccomanda di trasformare i servizi pubblici in una forza propulsiva della crescita nell'emergente società dell'informazione. In particolare, la relazione formula tre raccomandazioni specifiche: riorientare i servizi pubblici dall'infrastruttura al contenuto; rendere più efficaci i servizi pubblici; fare di questi ultimi un modello di erogazione di servizi.

### Priorità al capitale umano

Affermare che le risorse umane devono essere una priorità nelle strategie di sviluppo locale o regionale può sembrare evidente. Tuttavia, persino l'espressione "investire nelle competenze" è stata introdotta di recente e l'istruzione è ancora raramente considerata un investimento a lungo termine. In passato si è sovente optato per investimenti in autostrade, in poli industriali o negli aiuti materiali alle imprese, invece di investire nella formazione, nella ricerca e sviluppo, nell'aggiornamento delle competenze.

Il lavoro a distanza, lo sviluppo dei teleservizi o l'utilizzo delle reti favoriscono l'emergere di nuove professioni e funzioni che implicano l'acquisizione di nuove competenze. Tra queste ultime figurano certamente le competenze specializzate nel campo delle tecnologie, della gestione e della consulenza. Tali competenze riguardano in particolare gli addetti alla creazione, alla strutturazione e alla comunicazione dell'informazione che circola sulle reti (editori, autori, grafici, gestori di reti, progettisti di servizi on-line, consulenti, ecc.), ma anche coloro che intervengono nel funzionamento e nell'eliminazione delle disfunzioni delle reti: tecnici della manutenzione, esperti dell'aiuto on-line, esperti della sicurezza, venditori qualificati, consulenti presso PMI o amministrazioni, ecc.

Uno dei dispositivi interattivi che verranno installati nelle Ardenne-Eifel dalla rete rurale belgo-germano-lussemburghese KOBOLD



Ma non è tutto. In termini più generali, lo sviluppo dei teleservizi e del lavoro a distanza richiede anche competenze non tecniche legate alla funzionalità dei servizi, che interessano numerosi posti di lavoro attuali e futuri. Si tratta in particolare delle predisposizioni alla comunicazione, della capacità di gestire gli imprevisti e le situazioni inabituali, ecc. Non sono sempre necessarie qualifiche di alto livello, ma in molti casi sono richieste competenze nuove, difficili da acquisire sui banchi di scuola o all'università. Pertanto, le strutture pubbliche di formazione hanno il fondamentale compito di garantire un'offerta strutturata in questi campi.

Tuttavia, la necessità di un continuo aggiornamento delle competenze non riguarda soltanto i lavoratori, ma anche i dirigenti di impresa. Le competenze gestionali e la cultura manageriale sono una costante essenziale per garantire il successo di qualsiasi applicazione delle tecnologie avanzate.

Nello sviluppo del lavoro a distanza, dei teleservizi e delle altre applicazioni pratiche delle tecnologie avanzate di comunicazione sono determinanti, in ultima analisi, i fattori umani. Fermo restando la necessità di una soglia minima di qualità e di accessibilità, le questioni relative all'infrastruttura diventano secondarie.

### Controllare i rischi e sfruttare le potenzialità del lavoro a distanza

Le tecnologie avanzate nel campo delle comunicazioni e la ristrutturazione delle attività di servizi aprono la strada ad un'espansione del lavoro a distanza. Ma analogamente a qualsiasi altra evoluzione economica, anche il telelavoro implica dei rischi.

Il rischio principale è probabilmente quello di una *cattiva gestione della flessibilità*, caso in cui il lavoro a distanza viene utilizzato per sfruttare una manodopera sussidiaria, in funzione delle fluttuazioni dei prezzi e dei mercati. Il lavoro a distanza, in questo caso, contribuisce allo sviluppo di impieghi precari, di breve durata. Esso istituisce l'occupabilità dei lavoratori più efficienti e obbliga gli altri ad una situazione permanente di instabilità. Si tratta di uno scenario estremamente pericoloso sul piano sociale, ma anche a livello economico. Esso può inoltre aggravare le disparità tra le regioni.

Il *rischio di delocalizzazione* è effettivamente grande per quanto riguarda le attività a scarso valore aggiunto, o per quelle che dipendono esclusivamente dalle strategie dei gruppi industriali, i cui centri decisionali sono situati all'estero. I servizi più facilmente delocalizzabili sono i servizi generici per l'elaborazione dei dati a distanza o le prestazioni specializzate ma standardizzate, quali la programmazione informatica.

Esercitare un controllo su questi rischi significa dotarsi degli strumenti che consentono di evitare una cattiva gestione della flessibilità e che impediscono delocalizzazioni troppo facili: valorizzare le specificità del capitale umano a livello locale, ammodernare i servizi commerciali e non commerciali, creare un clima sociale propizio all'innovazione sono tutti elementi che LEADER cerca appunto di sviluppare. <

(1) Relazione del Gruppo di esperti di alto livello sugli aspetti sociali della società dell'informazione, Direzione generale V della Commissione europea, Bruxelles, 1997. Disponibile in tutte le lingue ufficiali dell'Unione europea.



## Internet al servizio dello sviluppo della Gâtine (Poitou-Charentes, Francia)

### 1 “Gatinauti”

**Nella zona LEADER Pays de Gâtine, alcune reti virtuali affiancano il densissimo tessuto delle reti locali di solidarietà, potenziando così l'integrazione e l'efficacia delle azioni di sviluppo rurale attuate.**

**Domanda n. 1 :** qual è il nome dell'unica cittadina francese dove è possibile, dal 1998, fare la spesa via Internet in un “supermercato virtuale” (con 9 000 prodotti repertoriati)? Risposta : Parthenay, capitale del “Pays de Gâtine”, nel dipartimento delle Deux-Sèvres, regione Poitou-Charentes, 11 000 abitanti, con le sue antiche mura, la chiesa romanica, il mercato del bestiame e, dal 1996, i suoi “centri-risorse digitali”...  
**Domanda n. 2 :** ma cos'è un “centro-risorse digitale”? Risposta (di Jérôme Chausson, giovane animatore della “Maison de la Citoyenneté active” di Parthenay): “è un luogo aperto a tutti, dove vengono messi a disposizione del pubblico computer, scanner, stampanti, collegamenti Internet, caselle di posta elettronica e siti Web creati dagli abitanti. Tutto gratuitamente, con un'eventuale

assistenza tecnica in caso di bisogno.”

“I centri digitali sono oggi parte integrante del patrimonio di Parthenay”, aggiunge Jérôme. “La prova : sono stati integrati nel circuito delle visite guidate della città.” Visitare i sei centri-risorse digitali di Parthenay è un po' come visitare i castelli della Loira: tutti si assomigliano, eppure sono tutti diversi. Ogni centro, infatti, è a tema e si rivolge ad una particolare categoria di pubblico : la “Maison de la Citoyenneté active” (“Casa della cittadinanza attiva”) ha una vocazione sociale. In un certo qual modo, questo centro funge da sportello unico che fornisce sostegno alle iniziative locali e alla creazione di associazioni. Oltre ad un sistema informatico completo, esso ospita anche un'agenzia per l'occupazione e un centro di orientamento professionale. Gli altri centri “in parthenay” – uno slogan locale – sono situati rispettivamente presso la sede del municipio (servizi amministrativi di prossimità), in un polo industriale (vocazione economica), presso il Palazzo dei Congressi (vocazione commerciale e turistica), all'interno della biblioteca-mEDIATECA (vocazione culturale) e persino presso la “Maison des Jeux” (“La casa dei giochi”, a vocazione ludica). Ogni centro accoglie quotidianamente da 50 a 100 visitatori.

► Complessivamente vi lavorano 10 persone, che assistono gli utenti che lo desiderano nell'utilizzo dei vari strumenti telematici. Quest'assistenza, che rappresenta una delle principali peculiarità dei centri digitali, è sempre più perfezionata, man mano che si diffonde l'uso delle tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC): nel settembre 1998, il distretto di Parthenay (17 000 abitanti) contava 2 100 indirizzi privati di posta elettronica, per un totale 7 500 nuclei familiari.

## Mercato elettronico

*"Molte cose sono possibili grazie al favorevole ambiente tecnologico in cui ci troviamo",* afferma Patrick Martine, direttore del mercato di Parthenay. Questo mercato "a trattativa privata", il terzo in Francia per il bestiame ovino e quarto per il bestiame bovino, nonché prossimamente primo mercato del bestiame su Internet, rappresenta in un certo modo l'interfaccia tra la massiccia informatizzazione della cittadina di Parthenay (*si veda il riquadro*) e i paesini della Gâtine. In questa regione in cui predomina l'allevamento, la computerizzazione del mercato agevolerà in larga misura la diffusione della telematica a fini commerciali sino nei luoghi più isolati di questa zona svantaggiata del Poitou.

Il mercato di Parthenay, che risale al IX secolo, era divenuto negli anni '70 il principale mercato francese per i bovini da macello, ma la crisi sopraggiunta alla fine degli anni '80 ha ridotto di un terzo le attività. Gli allevatori della Gâtine decisero allora di reagire alla situazione puntando sulla qualità. A tale scopo scelsero un "prodotto-trainante" locale: la razza bovina Parthenaise, molto saporita ma trascurata dall'agricoltura intensiva poiché era considerata, in base agli standard produttivistici, insufficientemente redditizia sia per quanto riguarda il latte, sia per la carne.

Nel 1990 viene creata una "Associazione per la Promozione delle Carni di Qualità superiore" (APVQS) alla quale sono oggi affiliati circa 200 allevatori bovini e ovini (tra cui 40 aziende agricole biologiche). Tra il 1990 e il 1994 l'associazione ristruttura i due settori, organizza varie attività promozionali e ottiene tre marchi di qualità per la carne sia ovina che bovina. Forte di questi risultati, l'APVQS elabora un programma quinquennale volto a migliorare le due filiere. Grazie a questo piano, essa viene scelta nel 1995 come committente della misura Agricoltura di LEADER II, essenzialmente incentrata sulla valorizzazione delle filiere ovina e bovina della Gâtine, in particolare mediante l'uso delle TIC.

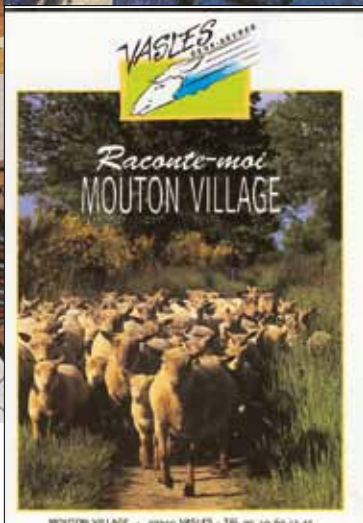
A questo proposito, era innanzi tutto necessario creare un "osservatorio del bestiame" al servizio degli allevatori, del mercato e del macello di Parthenay. *"Il progetto prevede due tipi di intervento",* spiega Patrick Martine: *"rendere le transazioni del mercato totalmente trasparenti e garantire la possibilità di risalire all'origine degli animali. Per quanto riguarda il primo aspetto, l'azione consiste nel creare un sito Internet e nel mettere gratuitamente a disposizione degli allevatori-venditori, durante l'orario di apertura del mercato, un determinato numero di computer in modo da consentire loro, ad esempio, di conoscere le quotazioni in tempo reale, di informarsi sulla solvibilità degli acquirenti, insomma di ridurre in modo considerevole i rischi di effettuare cattive operazioni commerciali. In merito al secondo aspetto, verrà introdotto entro la primavera del 1999 un sistema di codici a barre che permetterà, tra l'altro, di armonizzare le relazioni tra gli allevatori e i macelli, in particolare per quanto riguarda il peso dell'animale effettivamente remunerato."*

*"Questo è un primo passo verso il mercato elettronico",* aggiunge Thierry Rochette, animatore dell'APVQS responsabile della direzione dell'operazione, per la quale

Centro digitale di Thouars: scolari e abitanti della Gâtine fruiscono del "Plan Net" attuato dalle autorità dipartimentali







*"Mouton-Village"  
propone  
numerose attività  
per l'infanzia*

LEADER ha stanziato 15 000 ECU.  
**Collegare la Gâtine ([www.gatine.org/](http://www.gatine.org/))**

*"Non esiste ancora una superstrada che consenta l'accesso rapido alla zona, ma possiamo almeno permetterci l'autostrada dell'informazione !", scherza Benoît Michenot, animatore dello sviluppo presso il gruppo d'azione locale (GAL). "Gâtine" può essere tradotto in italiano con il termine "palude" ossia, secondo la definizione del vocabolario Zingarelli, una "area di terreno depresso di solito ricoperto di acqua stagnante e poco profonda". "Le Terre acquitrinose di Parthenay" come si diceva un tempo", conferma Yves Pacaud, responsabile per lo sviluppo delle nuove tecnologie presso il GAL. "Ci consideravano dei 'campagnoli'... Era una regione chiusa e le comunicazioni sono sempre state difficili. Alla fine del XIX secolo si potevano ancora vedere nella zona delle portantine! Ma questo isolamento della Gâtine ha creato una solidarietà fortissima che si è strutturata, in tempi più recenti, in un movimento associativo estremamente dinamico. Se a ciò si aggiungono le nuove tecnologie, è facile capire perché si possa cominciare a parlare qui da noi di una 'economia in rete'."*

Grazie alla convinzione di alcuni rappresentanti eletti, tra cui Jean-Marie Morisset, presidente del GAL, l'esperienza telematica di Parthenay è stata ripresa in ambito rurale dalle autorità dipartimentali e regionali. Le nuove tecnologie rappresentano in un certo qual modo il coronamento del volontarismo di una strategia territoriale avviata nella zona negli anni '70. "Per il Pays de Gâtine", afferma Dominique Brouard, direttore del GAL, "la sfida è rappresentata da uno sviluppo della zona basato su strumenti

*logistici deboli, ma su solide reti di agenti di sviluppo e imprenditori. Questa strategia è agevolata dalle varie autorità territoriali e dall'esistenza di associazioni intercomunali. La Gâtine vanta infatti 7 consorzi di comuni che hanno impegnato, ciascuno, uno o due agenti di sviluppo. Si è dunque venuta a creare una forte cooperazione in rete tra le risorse disponibili. L'attuazione di centri digitali in ogni cantone e la creazione, entro l'estate 1999, di un sistema di posta elettronica tra i servizi amministrativi dei 76 comuni del comprensorio dovrebbero permettere di ovviare alla carenza delle vie di comunicazione, di strutturare elettronicamente le reti di sviluppo locale e, in futuro, di infondere un nuovo dinamismo al nostro territorio."*

## Il progetto Mouton-Village

Questo processo per dinamizzare il territorio è già stato avviato a Vasles. In questa zona, la cooperazione tra le autorità locali, le risorse disponibili e il movimento associativo (24 associazioni per una popolazione complessiva di 1 650 abitanti) ha permesso di ottenere risultati incredibili: il progetto "Mouton-Village", che ha trasformato completamente la località, è un esempio particolarmente efficace di integrazione dei vari settori: sociale, agricolo, culturale e turistico.

L'economia di Vasles e delle zone limitrofe si fonda esclusivamente sull'allevamento di pecore da macello. Nel 1990 sopraggiunge la crisi e crollano i prezzi dell'agnello francese. All'epoca nessuno avrebbe scommesso sul futuro del settore, salvo il sindaco del paese, Gilles Parnaudeau, e tre altri "visionari" che colgono questo

## I progetti METASA, MIND, IMAGE: l'Europa aiuta le cittadine a collegarsi: l'esempio di Parthenay

**L'ampia diffusione della telematica a Parthenay, cittadina di una regione in cui Internet è ancora un fenomeno relativamente poco diffuso, affonda le sue radici nel progetto "Città digitale", intrapreso dal comune nel 1994 e finalizzato a far sì che "gli abitanti siano attori creativi della città" (1).**

Nel 1996 viene varato METASA (2), un programma pilota di durata annuale promosso dalla Direzione generale XIII della Commissione europea. Il programma tende a:

- > trasformare diverse cittadine europee in un laboratorio sperimentale, su scala reale, delle nuove tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni (TIC);
- > adottare un'impostazione operativa in un'ottica sociale, volta a coinvolgere quanto più possibile i cittadini nel progetto, in base alle loro esigenze e facendo in modo che essi partecipino alla creazione di servizi e non si limitino ad essere semplici "utenti-cavie".

Oltre a Parthenay, il programma METASA ha interessato Arnedo (La Rioja) in Spagna, Weinstadt (Bad-Württemberg) e Torgau (Sassonia) in Germania. Tra i partecipanti figurano inoltre grandi aziende del settore informatico, nonché sei università e centri di ricerca.

"Per identificare i bisogni dei cittadini abbiamo inviato a 7 500 nuclei familiari un questionario di una ventina di pagine", spiega Hervé Denudt, responsabile dello sviluppo presso il servizio economico del distretto di Parthenay. "Il tasso di risposta è stato molto soddisfacente: 25%. Le risposte hanno permesso di delineare sette diversi atteggiamenti nei confronti delle nuove tecnologie, che corrispondono a tre profili psicologici: gli 'utopici', gli 'attendisti' e i 'refrattari'. In base a questi tre profili sono stati istituiti altrettanti gruppi di discussione omogenei ai quali hanno partecipato, complessivamente, ben 300 persone. I risultati di questi scambi hanno permesso di identificare tre principali campi di applicazione delle tecnologie dell'informazione per quanto riguarda il pubblico in generale: la cultura, l'economia e il sociale."

Nel 1997 la cittadina di Parthenay ha fruito di un finanziamento nell'ambito di un programma europeo di sensibilizzazione e di dimostrazione sull'utilizzo delle TIC: nel quadro del progetto MIND (3), varato dalla Direzione generale per l'Industria (DG III), nella cittadina sono stati installati alcuni servizi telematici interattivi. L'operazione porterà alla creazione di una rete Intranet e di sei "centrisorse digitali" (si veda l'articolo principale).

Nel corso dello stesso anno, il comune di Parthenay ha varato l'operazione "Mille Micros": anch'esso ideato nell'ottica di favorire l'appropriazione delle TIC da parte della popolazione, il progetto doveva permettere a qualsiasi cittadino di acquistare un personal computer ad un prezzo ragionevole. A tal fine, la città ha condotto trattative con France Telecom e con un grande fabbricante di computer. Con un costo di circa 1 000 ECU, ogni abitante di Parthenay può così avere a disposizione un computer e fruire gratuitamente di 200 ore di accesso diurno a Internet per due anni.

Nel 1998, la Direzione generale XIII attua IMAGE, un altro programma che rappresenta la continuazione di METASA.

Parallelamente, sono stati coinvolti anche i settori dell'istruzione e della formazione: tutte le strutture scolastiche del distretto sono ora collegate e sono stati costituiti alcuni gruppi di lavoro per elaborare progetti collettivi che fanno ricorso all'uso delle TIC: condivisione dei centri di documentazione, creazione di un "package" di servizi didattici, ecc. Ma in attesa della realizzazione concreta di questi progetti, è già possibile notare che la "computerizzazione" di Parthenay ha esercitato un "effetto pedagogico" positivo, in particolare per quanto riguarda l'inserimento socio-professionale.

*La "Maison de la Citoyenneté active" di Parthenay*





A tale proposito l'esempio più spettacolare è rappresentato da un ragazzo con vari insuccessi scolastici alle spalle che, scoprendosi una vera e propria passione per Internet, ha inserito le sue poesie sul Web ed è stato contattato da una casa editrice tedesca che intendeva utilizzarle per i propri libri di testo scolastici...

"Qui tutte le imprese sono immerse nelle nuove tecnologie", conclude Hervé Denudt. Secondo il responsabile del servizio economico del distretto di Parthenay, i vari progetti previsti nell'ambito della strategia "città digitale" hanno avuto un considerevole impatto :

- > potenziamento delle imprese esistenti. Vi è, ad esempio, il caso di un'azienda locale centenaria di gadget e articoli per carnevale che da due anni si sta fortemente espandendo nei paesi francofoni ;
  - > creazione di nuovi servizi. Oltre all'esperienza del "supermercato virtuale" che ha portato alla creazione di tre posti di lavoro, una grande catena di articoli per il "fai da te" si orienta nel settore della vendita per corrispondenza a partire da Parthenay. Nell'ambito del processo per garantire il necessario rilancio dei negozi del centro è inoltre prevista l'attuazione di un sistema per la centralizzazione degli ordini via Internet per i piccoli commercianti ;
  - > insediamento di nuove imprese. Nella zona si sono installate dodici società informatiche che hanno creato 30 posti di lavoro, mentre un grande distributore di mobili ha scelto Parthenay per sperimentare un nuovo tipo di organizzazione delle vendite sul modello della fornitura "just-in-time" ;
  - > nascita di nuove microimprese innovative. È il caso, ad esempio, di un'imprenditrice locale che noleggia camper in tutta la Francia ai turisti, soprattutto olandesi, via Internet ; o di un negoziante di scarpe che, divenuto internauta, ha individuato nei numeri fuori misura una nuova nicchia di mercato e riceve ordini da Svizzera, Spagna ecc.
- >> Web : [www.district-parthenay.fr](http://www.district-parthenay.fr)

(1) Michel Hervé, sindaco di Parthenay, in "Le Monde" del 9 dicembre 1996.

(2) METASA : Multimedia Experimental Towns with A Social-pull Approach (Città sperimentali multimediali in un'ottica sociale).

(3) MIND : Multimedia Initiation of the Digital Towns (Iniziazione multimediale delle città digitali).

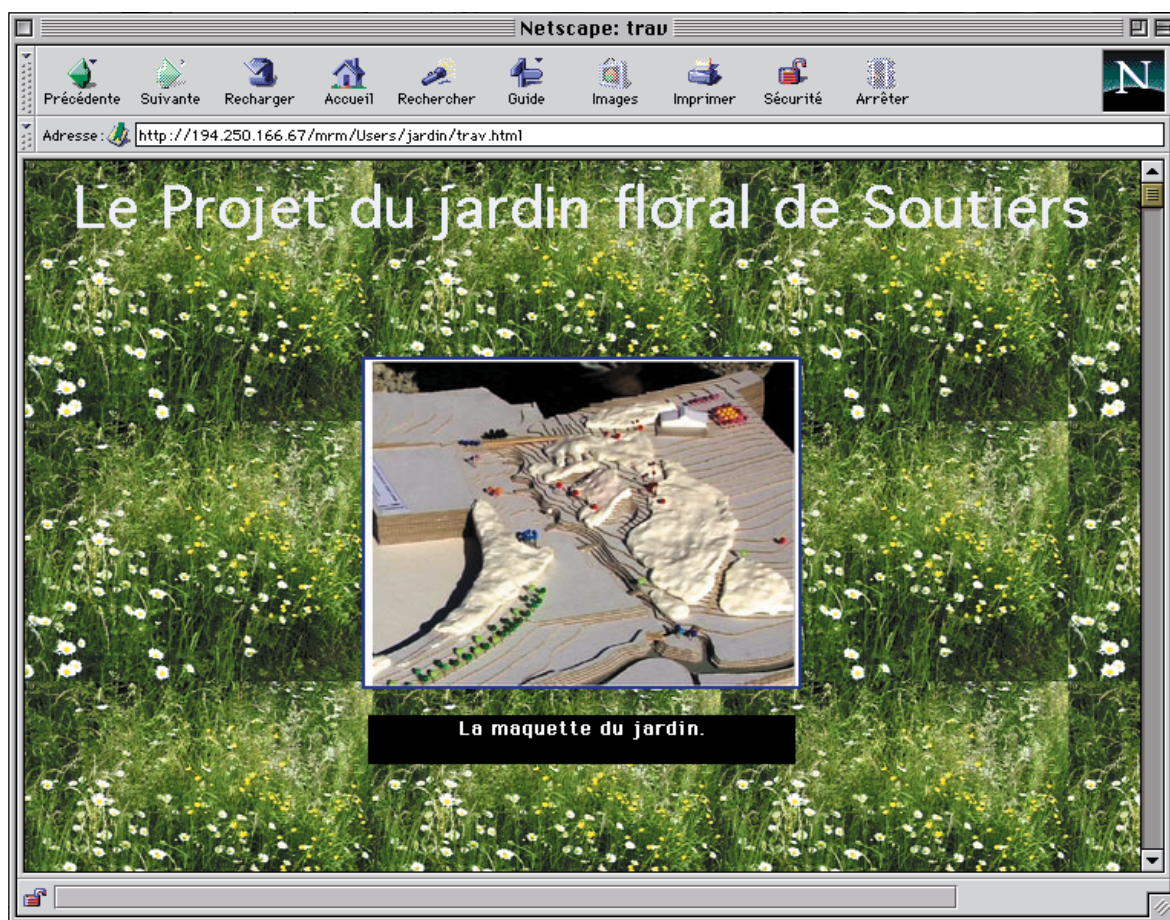
momento per concretizzare la loro ambiziosa idea: fare dell'allevamento ovino una forza motrice dello sviluppo locale. *"Trasformare un territorio minacciato dalla desertificazione demografica in un 'territorio-risorsa'",* racconta Christian Proust, uno dei "padri fondatori" del progetto Mouton-Village. *"Valorizzare con ogni mezzo il know-how degli abitanti: produrre una carne ovina di qualità superiore nel rispetto dell'ambiente, venderla al prezzo migliore, promuovere il settore, utilizzarlo come attrattiva turistica. Una vera e propria rivoluzione culturale in paese !"*

Per prima cosa è stato costruito un mercato coperto. Nel 1991 i promotori del progetto riescono a convincere 7 allevatori, ai quali se ne sono aggiunti successivamente altri otto, a *"produrre il migliore agnello del mondo"*. Viene definito un capitolato d'onori che porterà inizialmente ad un marchio di qualità e quindi alla creazione di una società finalizzata alla commercializzazione del prodotto. Questa società ha stipulato nell'estate 1998 un contratto con una grande catena di supermercati per la fornitura di agnelli di qualità superiore. Ma se si analizza tutto il lavoro svolto sino ad oggi, si constata che ogni anno sono state realizzate varie attività : il centro del paese viene interamente rinnovato nel 1992 ; l'anno seguente viene inaugurato il "Giardino degli agnelli" dove vivono, in una cornice di grande attrattiva, una

ventina di razze ovine provenienti da tutto il mondo, alcune delle quali minacciate di estinzione; nel 1995 viene costruita la "Casa della pecora", un vasto edificio in cui sono presentati, con laboratori, spettacoli di automi, ecc., tutti gli aspetti dell'allevamento ovino nel corso dei secoli e nei vari continenti. Il punto vendita garantisce un "commercio equo e solidale" di articoli in lana provenienti da vari Paesi del mondo. Tutto ciò forma un complesso turistico di una decina di ettari, totalmente integrato al villaggio, che richiama ogni anno più di 35 000 visitatori. *"Gli abitanti della zona hanno cominciato a crederci quando sono apparsi i primi pullman di turisti"*, si ricorda Christian Proust. *"E ora ne sono fieri. Si può addirittura parlare di un 'clima dei progetti' a Vasles. Mouton-Village ha creato 12 posti di lavoro diretti e una quindicina di impieghi indiretti, per non parlare delle entrate degli allevatori. Ed è proprio questa, oggi, la nostra principale sfida: fare in modo che tra dieci anni continuino ad esserci degli allevatori. A questo proposito prevediamo di creare una 'azienda turistica ecologica' che formerà i giovani..."*

Nel frattempo, con il sostegno di LEADER, Mouton-Village si è impegnato in un processo di cooperazione transnazionale per *"aprirsi ad altre prassi operative e mantenere vivo il coinvolgimento della popolazione"*. Nel marzo 1997,





Visita virtuale di un Giardino della Gâtine

150 persone della zona LEADER spagnola Tierra de Campos (Castiglia-Léon), che condivide le stesse realtà e le medesime preoccupazioni, si è recata in visita a Vasles; 100 abitanti della Gâtine hanno contraccambiato la visita nel luglio 1998. Al processo, denominato "Rete europea degli Ovin e degli Uomini", si è successivamente unito il gruppo LEADER portoghese Basto.

### L'ambiziosa strategia della Gâtine

L'esperienza di Vasles-Mouton-Village è il principale riferimento per un'importante azione della strategia LEADER: la creazione di quattro giardini a tema incentrati, rispettivamente, sulle specie ornitologiche, la geologia, l'immaginario e la botanica. "Vogliamo creare un prodotto originale che sia in grado di 'irrigare' i flussi turistici nel comprensorio della Gâtine, conservando al contempo un patrimonio naturale e paesaggistico di qualità. Creare giardini in questo grande giardino che è la Gâtine", spiega poeticamente Valérie Rocher, responsabile dei lavori per l'allestimento del giardino floreale di Soutiers. Un altro aspetto di rilievo dell'operazione "Giardini della Gâtine", cofinanziata da LEADER con uno stanziamento di circa 600 000 ECU, è rappresentato dal fatto che essa ha portato alla creazione di campi-lavoro di inserimento incentrati su "impieghi verdi". Soutiers occupa attualmente 7 ex disoccupati di lunga durata. Questi giardini, inoltre, si inseriscono perfettamente nella strategia culturale della Gâtine. Quest'ultima non può contare su una grossa affluenza turistica spontanea, ma forte del suo tessuto associativo è divenuta una vera e propria "terra di festival": a fianco delle varie animazioni culturali attuate tutto l'anno, si ritrovano il Festival dei Giochi (100 000 visitatori) e tre importanti festival musicali organizzati a Parthenay, un Festival della Pittura e della Scultura a St-Loup-sur-Thouet e, ogni autunno nel paesino di Ménigoude (800 abitanti),

il Festival internazionale del Documentario ornitologico che, nei suoi 14 anni di esistenza, è divenuto uno dei più importanti festival mondiali nel settore dei documentari sulla fauna e l'ambiente (30 000 visitatori, decine di cineasti, una quarantina di documentari in concorso, una miriade di incontri sull'ecologia). "Nel 1999 verrà organizzato nella Gâtine il primo Festival internazionale dell'Arte culinaria", annuncia Benoît Michenot. "Queste manifestazioni mobilitano moltissimi volontari e sarebbe interessante, dal punto di vista dello sviluppo, realizzare uno studio completo sul fenomeno..." Queste operazioni e attrattive della Gâtine sono naturalmente presentate su Internet, la regina delle reti. Domanda complementare: dove si trova il centro del mondo?

Risposta: a Pougne-Hérisson (380 abitanti), antico borgo medioevale al centro della Gâtine, che organizza ogni due anni una specie di happening basato sulla creatività del narratore e umorista Yannick Jaulin e in cui sorgerà entro l'anno 2000 un meraviglioso "Giardino delle Storie del Mondo". Per ottenere maggiori informazioni sul contenuto – indescrivibile – di questo progetto al quale partecipa il programma LEADER, consultare il sito <http://www.gatine.org>. <

#### LEADER PAYS DE GÂTINE

**Superficie della zona:** 1 585 kmq  
**Popolazione:** 64 198 abitanti  
**Finanziamento LEADER II:** 2 500 000 ECU  
**UE:** 880 000 ECU – **Altri fondi pubblici:** 1 530 000 ECU  
**Settore privato:** 90 000 ECU

#### GAL du Pays de Gâtine

SMAEG  
 3 rue Henri Dunant, BP 505  
 F-79208 Parthenay CEDEX  
 Tel.: +33 5 49 64 25 49 – Fax: +33 5 49 94 21 22  
 E-mail: [michenotbe@district-parthenay.fr](mailto:michenotbe@district-parthenay.fr)  
 Web: [www.gatine.org](http://www.gatine.org)  
 Tel

Quando la telematica rompe l'isolamento  
e crea occupazione :

## dal Tweed al Web...

Puntando decisamente sulle tecnologie avanzate nel campo delle telecomunicazioni, il gruppo LEADER Western Isles, Skye & Lochalsh ha agevolato la creazione di oltre 200 posti di telelavoro nelle isole Ebridi, nell'estremità nordoccidentale della Scozia. La diffusione di queste tecnologie suscita una positiva risposta anche tra gli attori economici "tradizionali" : agricoltori, pescatori, artigiani e operatori turistici. In occasione del seminario LEADER "Mutamenti occupazionali e nuove tecnologie dell'informazione" (giugno 1998), un giornalista italiano ha visitato questa "zona in capo al mondo collegata al resto del mondo".

A CURA DI NINO PATERNO [\*]





**“Cercasi grafico** per società di produzione multimediale in piena espansione nelle Isole Occidentali della Scozia. La società, con un organico di 17 dipendenti, opera nel campo della produzione televisiva, dei servizi legati alle tecnologie delle telecomunicazioni, della grafica e della fotografia. Le proposte devono essere inviate a [ken@eolas.co.uk](mailto:ken@eolas.co.uk)”. Un’offerta di lavoro tra una trentina di altri annunci che figuravano nell’ottobre 1998 all’indirizzo <http://www.hebrides.com>, il sito Web delle isole Ebridi che rivendica il titolo di “sito Internet territoriale più grande del mondo”.

Viste dall’aereo, le isole Ebridi o Isole Occidentali, situate al largo della costa nordoccidentale della Scozia, appaiono come un immenso prato verde disseminato di specchi d’acqua incastonati in un’asimmetria quasi soprannaturale. Uno spettacolo da mozzare il fiato. Qui, l’insularità e l’isolamento geografico hanno preservato l’ambiente e le tradizioni locali ancestrali, *atout* che oggi cominciano a frenare, se non addirittura ad invertire, una tendenza all’esodo vecchia di secoli: un crescente numero di giovani decide di rimanere nelle isole, dove si trasferiscono anche nuovi residenti attratti dall’autenticità di questa zona “in capo al mondo”. E, per alcuni, dalle prospettive di lavoro offerte dalle tecnologie avanzate nel campo delle comunicazioni.

“Nell’arcipelago si registra la più alta percentuale di diplomati del Regno Unito”, afferma Carola Bell, direttrice del gruppo LEADER Western Isles, Skye & Lochalsh, “ma l’isolamento geografico delle isole riduceva in modo considerevole le prospettive occupazionali. Il telelavoro ci è sembrato una risposta realistica al problema:

abbiamo pensato di mettere questa manodopera altamente qualificata in contatto con clienti lontani, sfruttando le tecnologie delle telecomunicazioni e la cultura del lavoro flessibile che caratterizza gli isolani.”

Un tempo agente commerciale per una società informatica, Donnie Morrison è tra coloro che hanno scelto di vivere sull’isola: “nel 1989 mi trovavo in Spagna per affari. Parlando di computer portatili qualcuno mi disse: ‘tra una decina d’anni molte professioni potranno essere svolte a domicilio, nel comfort della propria casa’. Sul momento l’idea mi lasciò un po’ perplesso, ma poi iniziai a pensarci ed infine decisi di ritornare a vivere nella mia regione natale, cioè qui. La mia famiglia ed io ci stabilimmo nel 1994 sull’isola di Lewis. In quell’anno fui incaricato di dirigere lo studio LEADER sulle prospettive locali del telelavoro, l’interesse della popolazione verso questa formula, le competenze disponibili, i potenziali mercati, ecc.”

In seguito ai risultati di questa ricerca è stato creato, con il contributo finanziario del FESR (Obiettivo 1), del Consiglio delle isole Ebridi e dell’agenzia locale di sviluppo Western Isles Enterprise, il Servizio di consulenza sulle tecnologie dell’informazione e delle telecomunicazioni per le isole Ebridi (ITC – “Western Isles Information and Communication Technology Advisory Service”), struttura che gestisce il programma LEADER dal 1992. La direzione dell’ICT è affidata a Donnie Morrison. L’ICT ha costituito un archivio di potenziali telelavoratori in cui sono repertorate, con le rispettive abilità e competenze, circa 500 persone (600 nel 1998): residenti o persone che desideravano trasferirsi nelle isole dell’arcipelago. Poiché localmente non vi erano imprese che operavano nel settore del telelavoro, l’ICT ha creato nell’isola di Benbecula una società a responsabilità limitata, “Lasair”, che amministra i contratti stipulati con committenti situati ovunque nel mondo.

## Lasair

Nel 1995 la società Lasair è stata in grado di concorrere ad un primo bando di gara, vincendo un grande appalto con una casa editrice americana specializzata nell’indicizzazione e nel caricamento in linea di periodici commerciali e economici. Le riviste su supporto cartaceo vengono inviate dalla California e quindi distribuite da Lasair a 35 telelavoratori, tra cui 30 donne, che sintetizzano le pubblicazioni ed indicizzano i vari articoli, adattando i testi ai criteri dell’impaginazione in formato elettronico e caricandoli su Internet. L’intera procedura dura 5-10 giorni.

Considerata la natura delle mansioni da svolgere, questi lavori costituiscono un’attività ad alto valore aggiunto che va ben oltre la semplice codifica dei dati e per la quale sono richieste buone capacità redazionali, rielaborazione e rilettura dei testi, infografica, ecc. “Un contratto concluso nel 1996 con il Consiglio scozzese della Sanità ha mostrato che la semplice codifica ‘meccanica’ dei dati non era redditizia in quanto soggetta ad una forte concorrenza dei paesi in via di sviluppo”, spiega Donnie Morrison.

L’informatica accessibile a tutti:  
formazione a distanza







Isola di Lewis: veduta di una zona in capo al mondo...

Da allora, la società ha stipulato molti altri contratti, tra cui la realizzazione di sintesi di articoli; l'indicizzazione e il caricamento in linea delle pubblicazioni dei Servizi di Criminologia del Ministero degli Interni britannico; il trasferimento su CD-ROM di tutti i numeri del periodico giuridico scozzese "Scots Law Times"; la conversione su supporto elettronico (Internet, CD-ROM) di varie opere scientifiche della prestigiosa casa editrice Oxford University Press (contratto biennale concluso nel gennaio del 1997 che occupa una cinquantina di persone a tempo pieno).

Nel complesso, Lasair coordina le prestazioni di un centinaio di telelavoratori free-lance, garantendo al contempo il controllo della qualità. LEADER ha fornito un finanziamento di circa 35 000 ECU per una formazione specializzata destinata ai telelavoratori. Con il passare del tempo, le competenze necessarie per far parte di questo "pool di lavoratori a distanza" si sono evolute: una buona capacità redazionale in lingua inglese o le conoscenze in campo medico o scientifico, ad esempio, hanno prevalso sulle capacità puramente informatiche, che possono essere acquisite con una formazione personalizzata in funzione delle specificità di ogni singolo contratto.

## Ebridi virtuali

Sulla scia del successo di Lasair sono sorte un po' ovunque nell'arcipelago altre iniziative che prevedono l'utilizzo della telematica. Tra queste figura la società "Eolas" che ha creato, con un finanziamento LEADER di 43 000 ECU, il sito Web "Virtual Hebrides" (<http://www.hebrides.com>), una vera e propria enciclopedia delle isole per la vasta gamma di informazioni in esso contenute. Il sito

propone agli utenti anche vari servizi pratici: offerte di lavoro, prenotazioni turistiche, ecc.

Dopo soli tre anni di attività nel campo multimediale (l'impresa si limitava in precedenza alla produzione audiovisiva), Eolas ha ottenuto risultati eccezionali: 180 contratti di telelavoro, 18 dipendenti a tempo pieno, 4 server e un server-specchio a Glasgow, un'unità specializzata nella programmazione di software e nella costituzione di banche dati, ecc.

Per quanto riguarda l'ICT, nel 1998 era impegnato ad ultimare la fase di realizzazione del suo progetto più ambizioso: un Call Centre in un edificio di 750 mq nella zona industriale di Stornoway. Costo dell'investimento: 2 milioni di ECU. Ancor prima della fine dei lavori, il centro aveva già stipulato un contratto con un operatore del settore della telefonia, contratto che dovrebbe creare 70 posti di lavoro e generare nel primo anno di attività un fatturato di circa un milione di ECU. Presso il centro saranno inoltre situati i nuovi uffici dell'ICT per un migliore comfort e, soprattutto, una migliore efficienza dei servizi forniti.

## Diffondere le tecnologie

Alastair Nicolson, responsabile delle nuove tecnologie presso Skye & Lochalsh Enterprise, l'agenzia di sviluppo che opera nelle due zone omonime, commenta con grande realismo: *"le gravi carenze nei collegamenti, sia all'interno dell'arcipelago sia con la terraferma, penalizzano fortemente il nostro territorio. Una trasferta di lavoro può richiedere talvolta un'intera giornata di viaggio in automobile: le strade sono strette e sovente bisogna prendere più di un traghetto. La telematica riavvicina tra loro le isole, collegandole al contempo al resto del mondo*



Stornoway, capoluogo delle isole Ebridi

→ e spezzando definitivamente il loro isolamento millenario”.

Nell'ambito di questa strategia che dovrebbe permettere al territorio di uscire dal suo isolamento, il gruppo LEADER partecipa alla diffusione delle tecnologie dell'informazione. I paesi più isolati vengono progressivamente dotati di centri telematici. A Port of Ness, sull'estremità settentrionale dell'isola di Lewis, una sala multimediale attrezzata con dieci computer consente alla popolazione locale di accedere a tutte le possibilità offerte dalle tecnologie delle telecomunicazioni, da quelle più ludiche a quelle più didattiche. Il Lews Castle College, un'antenna dell'Highlands & Islands University, ha attivato un programma di formazione a distanza; un sistema di videoconferenza permette agli isolani di seguire i corsi erogati dall'università o consultare in linea la biblioteca di questa rete di formazione a distanza alla quale partecipano una decina di atenei e istituti di istruzione superiore. Il sistema, inoltre, consente al consiglio di amministrazione del gruppo LEADER di tenere riunioni periodiche evitando lunghi e difficoltosi spostamenti nell'arcipelago.

“Sino a poco tempo fa, questi servizi erano impensabili nel territorio”, sottolinea Carola Bell. “Inizialmente non avevamo la minima idea dell'impatto che la telematica avrebbe esercitato sulla gente. All'avvio di LEADER I abbiamo dovuto mediare per superare la diffidenza degli abitanti, un aspetto intrinseco alla mentalità insulare. La nostra azione si è pertanto incentrata sulla promozione della cultura locale. Il principale obiettivo della rete di formazione a distanza era di promuovere il gaelico, una lingua che appena una decina di anni or sono stava scomparendo ma che oggi è parlata, letta e scritta dal 70% della popolazione. A seguito di questa azione sono stati realizzati diversi prodotti culturali in gaelico. Progressivamente abbiamo orientato il nostro sostegno verso l'ammodernamento delle attività produttive tradizionali: l'agricoltura in microfondi, l'allevamento ovino, la trasformazione dei prodotti della pesca, la tessitura del tweed ed il turismo. Il telelavoro trova qui un terreno fertile. La

sua introduzione è agevolata dalla forte tradizione di pluriattività che caratterizza le isole. Lo sviluppo di questa formula di lavoro richiede essenzialmente un'assistenza in termini di formazione, che noi adattiamo in funzione delle peculiarità di ogni singolo progetto. A seguito di ciò, il commercio elettronico dei prodotti locali e la prenotazione per via telematica delle strutture ricettive sono stati accolti positivamente dagli artigiani e dagli operatori turistici, risolutamente indipendenti e abituati da sempre a cavarsela da soli.”

L'interesse per le nuove tecnologie si estende ben oltre la cerchia dei telelavoratori. Tutti gli operatori economici “tradizionali” incontrati – coltivatori diretti, pescatori, albergatori, artigiani – condividono la stessa idea. “Le tecnologie delle telecomunicazioni possono rivelarsi utilissime per gli artigiani e assisterli nella produzione, nella commercializzazione, nell'introduzione di innovazioni, ecc.”, affermano Anne Campbell e Margaret McKay, due tessitrici dell'isola di Harris in cui si produce il celeberrimo tweed dallo stesso nome. Due artigiani ceramisti, Alex e Sue Blair, lo confermano: “applicare al nostro settore, queste tecnologie possono creare nuovi posti di lavoro”. John, un funzionario dell'agenzia di collocamento di Stornoway, non ha più dubbi in merito: “la grande sfida consiste nell'agevolare l'ingresso dei giovani nel mercato del lavoro e tutto ciò che può contribuire a conseguire questo risultato, eliminando le distanze o ammodernando i processi produttivi, ha un valore strategico fondamentale. Tutte le forme di sostegno e le risorse disponibili, compreso il programma LEADER, devono convergere per il raggiungimento di questo obiettivo.”

La strategia che valorizza le risorse naturali, culturali ed umane di un territorio sfruttando gli aiuti finanziari e tecnologici disponibili è ben avviata nelle isole Ebridi. Essa si concretizza già nella creazione di centinaia di posti di lavoro. Per quanto riguarda l'utilizzo ottimale delle tecnologie dell'informazione e delle telecomunicazioni, i territori rurali svantaggiati hanno oggi un modello cui ispirarsi, un modello che viene da lontano, da questo arcipelago ai confini dell'Europa. <

[\*] Giornalista e responsabile del periodico siciliano “La Freccia Verde”, mensile di Cultura, Economia, Politica, Turismo, Agriturismo e Turismo rurale.

Web : [www.stepim.it/STEPIM/lafrecciaverde](http://www.stepim.it/STEPIM/lafrecciaverde)

#### LEADER WESTERN ISLES, SKYE & LOCHALSH

**Superficie della zona:** 5 600 kmq (Western Isles: 2 901 kmq)  
**Popolazione:** 41 000 abitanti (Western Isles: 31 456 abitanti)  
**Finanziamento LEADER II:** 7 500 000 ECU  
**UE:** 3 125 000 ECU – **Altri fondi pubblici:** 3 125 000 ECU  
**Settore privato:** 1 250 000 ECU

#### Western Isles, Skye & Lochalsh LEADER Programme

3 Harbour View  
Cromwell Street Quay  
UK-Stornoway (Isle of Lewis)  
HS1 2DF (Scotland)  
Tel: +44 1851 703 703  
Fax: +44 1851 704 130  
E-mail: [wisleader@sol.co.uk](mailto:wisleader@sol.co.uk)  
Web : [www.hebrides.com/leader/index.htm](http://www.hebrides.com/leader/index.htm)



## Rural Europe : nuovi servizi disponibili on-line

Da oltre un anno, sul sito Internet Rural Europe è disponibile una banca dati contenente gli indirizzi di tutti i beneficiari LEADER (919 riferimenti). I dati sono aggiornati ogni mese.

In base a questo elenco di indirizzi sono disponibili, in funzione delle informazioni trasmesse all'Osservatorio europeo LEADER :

- > la descrizione di 360 territori LEADER (novembre 1998) comprensiva dei dati demografici, economici, la struttura del gruppo d'azione locale, il relativo progetto di sviluppo e bilancio ;
- > la presentazione di azioni realizzate dai gruppi d'azione

locale. Si tratta di brevi sintesi di ogni progetto, catalogate in base al tema e indicizzate mediante il thesaurus multilingue dello sviluppo rurale "RURALVOC" ;

- > le proposte di cooperazione transnazionale – i promotori di progetto possono inviare le proprie proposte di azione compilando un modulo on-line.

Si noti che anche il bollettino mensile di informazione Info LEADER può essere scaricato integralmente (utilizzando il software "Acrobat") e che negli ultimi dodici mesi oltre 40 000 persone, in tutto il mondo, hanno consultato il sito Rural Europe.

**Contattare :** Osservatorio europeo LEADER, Katalin Kolosy / Franco Perretta

## Seminari LEADER

L'Osservatorio europeo LEADER organizzerà entro l'aprile 1999 un ciclo di 3 seminari. Ogni incontro si terrà in una zona in cui interviene un GAL che ha maturato una profonda esperienza in merito al tema trattato. Il programma, le lingue e la sede definitivi saranno noti due mesi prima della data di svolgimento del seminario.

**(Contattare :** Osservatorio europeo LEADER, Unità "Organizzazione")

- > **"Il finanziamento privato : una risorsa capitale"**

*Data : 27-31 gennaio 1999. Lingue : spagnolo/greco/francese. Luogo : zona LEADER Moncayo (Aragona, Spagna).*

- > **"Ricerca e sviluppo rurale"**

*Data : 6-10 marzo 1999. Lingue : inglese/tedesco/francese. Luogo : Paesi Bassi (sede ancora da determinare).*

- > **"La clientela familiare: uno sbocco per il turismo rurale"**

*Data : 24-28 marzo 1999. Lingue : tedesco/inglese/portoghese. Luogo : zona LEADER Pillersee (Tirolo, Austria).*

## LEADER Magazine, una pubblicazione molto apprezzata

Nell'ambito del sondaggio condotto nel 1997-1998, 882 lettori di lingua inglese, francese, tedesca, spagnola, italiana e portoghese hanno compilato un questionario allegato al periodico. Si trattava, in linea generale, di indicare e/o di definire in ordine di importanza i vari elementi e le rubriche di LEADER Magazine ed eventualmente di esprimere osservazioni, suggerimenti, ecc. L'elaborazione degli 882 questionari rispediti all'Osservatorio ha permesso di delineare alcuni risultati :

### > Utilità

Di norma, i lettori di LEADER Magazine considerano la pubblicazione "utile" o "molto utile", attribuendo a tale aspetto un punteggio medio di 2,4 punti su un totale di 3. In ordine di preferenza, i lettori hanno indicato i seguenti elementi: 1) una pubblicazione di riferimento per LEADER; 2) una pubblicazione di riferimento per lo sviluppo rurale in Europa; 3) uno strumento di informazione sulle attività della rete LEADER; 4) uno strumento di informazione sull'Unione europea; 5) uno strumento per attività di pubbliche relazioni; 6) uno strumento di collegamento tra il gruppo e i relativi partner

### > Contenuto

Per quanto riguarda l'interesse dei lettori sul contenuto delle varie rubriche del Magazine, l'ordine di preferenza indicato è il seguente (3: molto interessante; 2: interessante; 1: abbastanza interessante; 0: privo di interesse): 1) Servizi "sul campo" : 2,44 punti; 2) "LEADER in azione" : 2,41; 3) "In primo piano" : 2,33; 4) Articoli a tema scritti da "esperti" : 2,33; 5) "LEADER in rete" : 2,4; 6) Intervista : 1,84

### > Presentazione

In linea generale, i lettori di LEADER Magazine reputano la presentazione grafica buona o ottima, con un punteggio medio pari a 2,44 punti su un totale di 3. Anche lo stile redazionale è stato giudicato buono o ottimo (2,14 punti su 3), così come la qualità della traduzione (2,52 punti su 3).

### > Diffusione

La grande maggioranza dei lettori (84%) diffonde il periodico ("sempre" : 41,9%; "talvolta" : 42,1%). Si constata che in caso di diffusione, una copia di LEADER Magazine è letta in media da 13,3 persone. È pertanto possibile calcolare che i potenziali lettori di LEADER Magazine siano oltre 100 000.

Qualsiasi osservazione o suggerimento da parte dei lettori di LEADER Magazine è benvenuto.

### INFORMAZIONI:

OSSERVATORIO  
EUROPEO LEADER  
chaussée Saint-Pierre 260  
B-1040 Bruxelles  
Tel.: +32.2.736 49 60  
Fax: +32.2.736 04 34

### E-Mail:

leader@aaidl.be

### World Wide Web:

<http://www.rural-europe.aaidl.be>

### Il sito "Rural Europe": LEADER on-line e in 6 lingue

Le pubblicazioni (LEADER Magazine, Info LEADER, i dossier tecnici, ecc.), il programma di attività, l'elenco aggiornato di tutti i beneficiari LEADER approvati nonché diverse banche dati possono essere consultati on-line e in 6 lingue (francese, inglese, tedesco, spagnolo, italiano e portoghese) su Internet. Sono inoltre aperti diversi forum elettronici.

[www.rural-europe.aaidl.be](http://www.rural-europe.aaidl.be)



## Scheda informativa

**Nome:** LEADER

("Collegamento fra azioni di sviluppo dell'economia rurale")

**Tipo di programma:** Iniziativa comunitaria

**Regioni interessate:** regioni dell'Obiettivo 1 (in ritardo di sviluppo), zone dell'Obiettivo 5b (zone rurali fragili) e zone dell'Obiettivo 6 (zone nordiche a bassissima densità di popolazione) dell'Unione europea. Il 10% dei fondi stanziati alle zone dell'Obiettivo 5b potrà tuttavia essere attribuito a zone limitrofe non ammissibili.

**Obiettivi:** garantendo la continuità con LEADER I (1991-1994), LEADER II tende a:

- > promuovere le più efficaci iniziative locali di sviluppo rurale;
- > sostenere operazioni innovative, dimostrative e trasferibili, che mettano in evidenza le nuove possibilità offerte nel campo dello sviluppo rurale;
- > intensificare lo scambio di esperienze ed il trasferimento di know-how;
- > sostenere progetti di cooperazione transnazionale realizzati nelle zone rurali dagli operatori locali e concepiti in uno spirito di solidarietà reciproca.

**Beneficiari:** LEADER II fornisce il proprio contributo finanziario a due categorie di beneficiari:

- > in primo luogo, i "gruppi di azione locale", un insieme di partner pubblici e privati che elaborano congiuntamente una strategia e misure innovative per lo sviluppo di un territorio rurale di dimensione locale (meno di 100 000 abitanti);
- > altri operatori collettivi pubblici o privati del settore rurale (enti locali, Camere di Commercio, dell'Agricoltura, dell'Industria, dell'Artigianato, cooperative, associazioni, ecc.), a condizione che la loro azione, più mirata, rientri in una logica di sviluppo di un territorio locale.

**Misure ammissibili:** acquisizione di competenze in materia di sviluppo rurale, programmi di innovazione rurale (formazione professionale, turismo rurale, sostegno alle piccole imprese, valorizzazione in loco delle produzioni agricole, silvicole e della pesca, miglioramento dell'ambiente e delle condizioni di vita, ecc.), cooperazione transnazionale.

Le varie componenti di LEADER II sono strutturate intorno ad una "Rete europea di sviluppo rurale" che permette un'ampia divulgazione (seminari, scambi, pubblicazioni) delle azioni innovative intraprese a favore del mondo rurale ed agevola le cooperazioni transnazionali. La rete è animata dall'"Osservatorio europeo LEADER".

**Durata del programma:** 6 anni (1994-1999)

**Dotazione di fonte comunitaria:** circa 1 755 milioni di ECU (di cui oltre 1 000 milioni per le regioni dell'Obiettivo 1), finanziati dai tre Fondi strutturali.



**Osservatorio  
europeo LEADER**



**Commissione europea  
DG VI Agricoltura**

**LEADER magazine** è la rivista trimestrale del programma di sviluppo rurale LEADER II. - **LEADER** ("Collegamenti fra azioni di sviluppo dell'economia rurale") è un'iniziativa comunitaria varata dalla Commissione europea e coordinata dalla Direzione Generale per l'Agricoltura (Unità VI-F.1.1) - Il contenuto di LEADER magazine non rispecchia necessariamente le opinioni delle istituzioni dell'Unione europea - Direzione della redazione: A.E.I.D.L. / Osservatorio europeo LEADER - **Responsabile dell'editoria:** William Van Dingenen, A.E.I.D.L., chaussée Saint-Pierre 260, B-1040 Bruxelles - **Giornalismo:** Jean-Luc Janot **Hanno collaborato al presente numero:** Yves Champetier, Malaquías Jiménez Ramírez, Katalin Kolosy, Werner Kräutler, Monica O'Malley, Nino Paterno, Gérard Valenduc, Patricia Vendramin - **Fotografie:** gruppi LEADER, EOLAS, Ramy Leon Lorenzo, Jo Strobel, Conseil Général des Deux-Sèvres - **Fotografia di copertina:** EOLAS - **Coordinamento della produzione:** Christine Charlier - **Grafica:** Kaligram - Stampato in Belgio su carta sbiancata senza cloro - **LEADER magazine** è pubblicato nelle undici lingue dell'Unione europea con una tiratura di 30 000 esemplari - **Informazioni:** LEADER magazine, A.E.I.D.L., chaussée Saint-Pierre 260, B-1040 Bruxelles - Tel.: +32.2.736 49 60 - Fax: +32.2.736 04 34 - E-Mail: leader@aeidl.be - WWW: <http://www.rural-europe.aeidl.be>