

Laboratori vivere la MONTAGNA 2024

in collaborazione con



"EFFETTO
L.E.A.D.E.R."



FORUM LEADER 2024

Analisi del valore aggiunto LEADER

Valutazione delle iniziative delle Comunità di Progetto del GAL

Maiella Verde



GAL Valle Umbra e Sibillini - Webinar 11 luglio 2024

Carlo Ricci – GAL Maiella Verde

“La corretta applicazione del metodo LEADER/CLLD può generare valore aggiunto, che può essere distinto come benefici creati oltre a quelli che si sarebbero ottenuti senza l’applicazione del metodo”

Deduzione:

“La qualità con cui viene applicato l’approccio determina quindi la quantità di valore aggiunto che può essere prodotto”

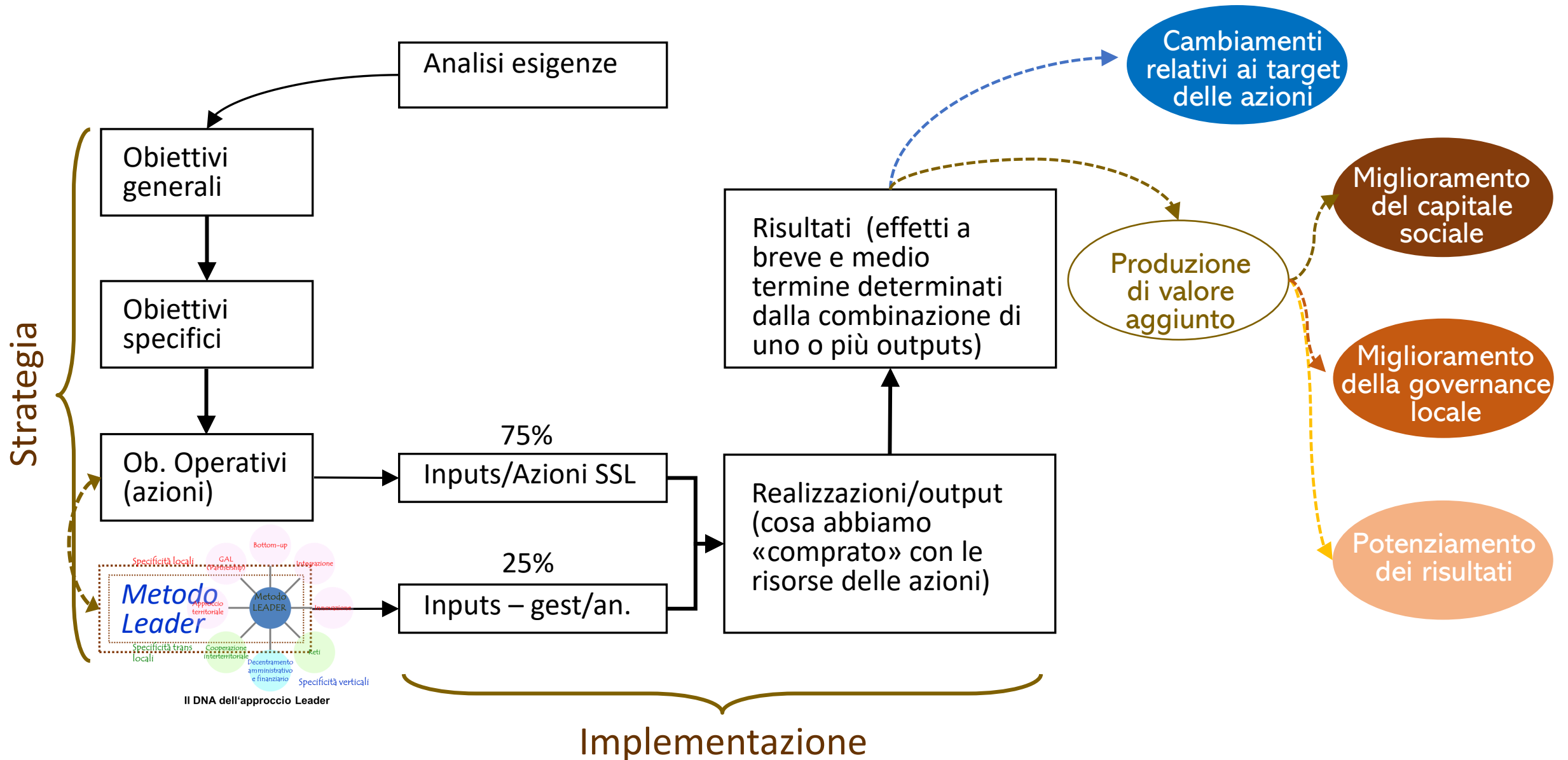
European Court of Auditors, Special Report n.5 – 2010 “Implementation of the LEADER approach in rural development”

“Nella misura in cui le caratteristiche fondamentali dell’approccio Leader non vengono pienamente seguite, il potenziale valore aggiunto dell’approccio non può essere raggiunto”

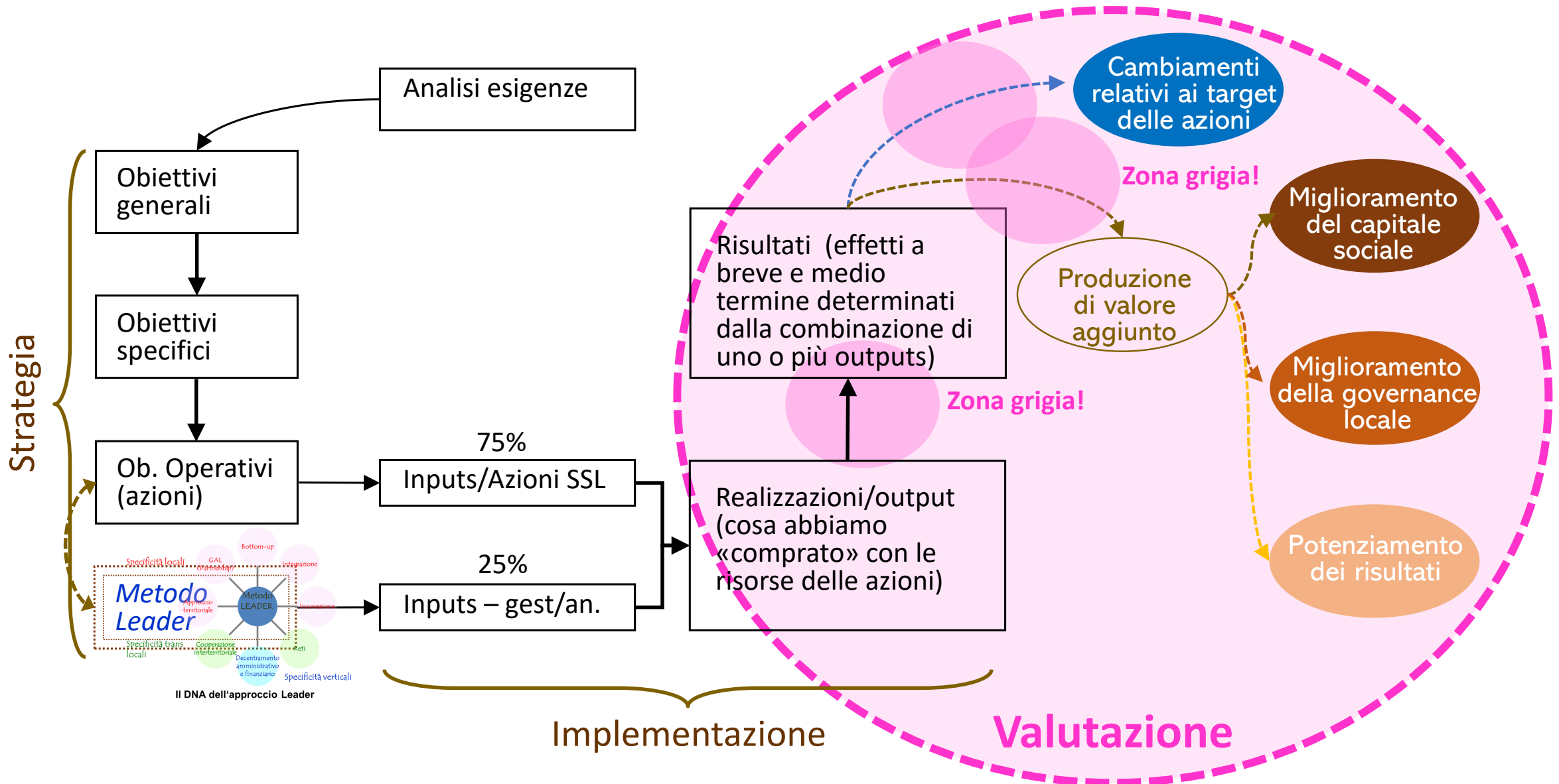


Il DNA dell'approccio Leader

La logica di intervento del metodo LEADER



Valutare (analizzare) i risultati



Analizzare le «zone grige» del passaggio da output a risultati

Vuol dire spiegare: Cosa ha funzionato? In quale modo? Perché? A seguito di quali condizioni abilitanti? Per quali attori?

Significa ricostruire le dinamiche generative che (sulla base delle conoscenze disponibili e delle esperienze acquisite) si ritengono responsabili della produzione di effetti di un intervento, date le risorse, le modalità attuative e i fattori di contesto (specificità e tendenze) in gioco.

Si tratta di rappresentare la mappa esplicativa delle relazioni causali e dinamiche che collegano l'attuazione degli interventi, i fattori rilevanti di contesto e le catene causali di effetti immediati, a breve e a medio termine sugli attori coinvolti.

Insomma, formulare una «teoria del cambiamento»

Una proto-teoria del cambiamento dalla CCE

1. Gli **approcci** dal basso verso l'alto e **l'interazione tra i diversi settori** a livello locale dovrebbero mobilitare il potenziale locale.
*Mobilitazione
(comportamenti più proattivi)*
2. I GAL dovrebbero trovarsi nella posizione migliore per trovare **soluzioni integrate ed innovative e risultare più reattivi.**
Scelte più efficaci ed innovative
3. La **partecipazione al processo decisionale** dovrebbe generare entusiasmo e maggiore impegno determinando pertanto uno sviluppo locale migliore e più sostenibile.
Crescita di fiducia e coinvolgimento
4. La partecipazione della comunità locale tramite l'approccio bottom up può altresì determinare altri impatti meno tangibili (miglioramento delle **capacità**, acquisizione di maggiore **autonomia e responsabilità** da parte della popolazione locale)
*Creazione di capacità
Cambiamento delle convinzioni, e delle regole relazionali*

Quindi ECA parla di capitale sociale

È evidente che si parla di effetti sul **capitale sociale nei territori beneficiari**, ovvero (James Coleman) “ *ogni cosa che facilita l’azione individuale o collettiva, generata da reti di relazioni, reciprocità, fiducia e norme sociali*”.

Teoria classica del Capitale Sociale (rilettura di Coleman, Bourdieu, Putnam secondo Durlauf and Fafchamps 2004)

- (1) il capitale sociale genera esternalità positive (miglioramento delle condizioni di accesso, riduzione dei costi di transazione, creazione di beni comuni) per i membri di una determinata organizzazione informale (gruppo/comunità/rete sociale);
- (2) queste esternalità vengono ottenute attraverso la **crescita di fiducia reciproca, l’evoluzione di regole e valori** ed il modo in cui essi influenzano **convinzioni, aspettative e comportamenti**;

Teoria del cambiamento del valore aggiunto LEADER

Risorse specifiche per progettare ed attuare la strategia con il metodo LEADER

Qualitative

Le modalità di adozione del metodo LEADER influenzano i contenuti ed il delivery delle Strategie di Sviluppo Locale

Quantitative

Le risorse finanziarie per le attività di gestione e animazione

Il modo in cui il metodo viene applicato in fase attuativa

Le modalità di implementazione della Strategia sono adeguate per intercettare le reti e le comunità informali target, spingerle alla mobilitazione con autonomia e responsabilità, producendo nuove opportunità di interazione ed apprendimento collettivo

Cambiamenti del modo di interazione dei membri delle comunità target (capitale sociale)

Le opportunità di mobilitazione ed i processi di apprendimento collettivo modificano le convinzioni condivise e migliorano la fiducia reciproca generando cambiamenti di comportamento che producono nuove routine

Produzione di esternalità positive

Benefici concreti per i membri delle comunità locali in cui si è generato nuovo capitale sociale (costruzione di capacity building, creazione di beni collettivi, riduzione dei costi di transazione, facilitazione delle condizioni di accesso, ...)

OK: come funziona in pratica?

Adottando una definizione molto semplice:

..... lo sviluppo locale endogeno si verifica quando il potenziale di uno o più asset specifici di un territorio viene messo in valore per produrre benessere.



Nella maggior parte dei casi, specialmente quando il budget è basso ed il territorio è ampio, questi effetti sono prodotti in parti molto specifiche dell'intera area LEADER

*la concentrazione di risorse finanziarie aggiuntive su uno specifico asset stimola il suo "ecosistema sociale" che include, oltre all'asset stesso, gli attori (privati, pubblici, singoli, collettivi, economici, civili ecc.) che per qualche motivo sono interessati al processo di valorizzazione, cambiandone le "condizioni di mercato. Tale effetto mobilita **energia sociale (interazioni)**, nelle reti o comunità informali di attori rilevanti che condividono un interesse/volontà comune, determinando un **aumento del capitale sociale** detenuto.*

Quest'ultimo non è buono per definizione.



LE COMUNITÀ DI PROGETTO DEL GAL MAIELLA VERDE

Comunità di progetto	Nr	Risorse impiegate					Iscritti alle CP		
	CP	Fase 1	Fase2	Fase 3	Totale	Accompagn.	Enti	Privati	Totale
Sapori da salvare	9	151.554,09	164.454,00	69.000,00	385.008,09	14%	20	348	368
Comunità di Accoglienza Turistica	6	127.498,54	138.187,88	101.951,08	367.637,50	17%	73	444	517
Club di prodotto turistico	4	63.913,20	71.998,32	80.000,00	215.911,52	19%	6	51	57
Comunità di rigenerazione territoriale	9	103.697,50	345.248,78	0,00	448.946,28	18%	34	217	251
Totale progetti CP	28	446.663,33	719.888,98	250.951,08	1.417.503,39	17%	133	1.060	1.193

I risultati di valore aggiunto: di cosa sono fatti?

Si tratta di un processo di trasformazione dei comportamenti collettivi e dei processi di interazione tra le persone (e conseguentemente le istituzioni) agenti all'interno di reti/organizzazioni locali coinvolte dalla strategia, verso la direzione indicata dalla strategia stessa

PIANO DELLE ATTIVITÀ DI VALUTAZIONE

1. Individuazione delle reti/comunità informali target dell'intervento
2. Ricostruzione partecipativa della logica di intervento della SSL in quello specifico ambito
3. Formulazione del quadro di domanda valutativa (comune e specifico)
4. Mappatura degli stakeholders (intercettabili > intercettati/non intercettati)
5. Analisi dei cambiamenti (ottenibili > ottenuti/non ottenuti):
 - Nel capitale sociale
 - Nella governance
 - Nei risultati target (sostenibilità – innovazione – mainstreaming – costo di realizzazione)

STRUMENTI DI VALUTAZIONE

1. Focus-survey
2. Kit di domande comuni (quantitative)
3. Kit di strumenti di allineamento
 - Pitch «Storia del progetto»
 - Matrice input-output (con domande di sollecitazione)
 - Stakeholder map
 - Governance diagram
4. bacheca SFIDE