

ALLEGATO A.3
Modello di Strategia di Sviluppo Locale
di tipo partecipativo

Flag

Marche Centro



SOMMARIO

1	SINTESI SSL	4
2	COMPOSIZIONE DEL PARTENARIATO	5
2.1	Elenco dei partner	6
2.2	Organo decisionale	10
3	DEFINIZIONE DEL TERRITORIO E DELLA POPOLAZIONE INTERESSATI	10
3.1	Descrizione dell'area territoriale	10
3.2	Elenco dei Comuni	12
3.3	Ammissibilità dell'area	12
3.4	Deroga all'art. 33 par.6 del Reg. UE n. 1303/2013	13
4	ANALISI DELLE ESIGENZE DI SVILUPPO E DELLE POTENZIALITÀ DEL TERRITORIO	13
4.1	Analisi di contesto	13
4.2	Fonti utilizzate ed elementi di indagine	19
5	ANALISI SWOT DEL TERRITORIO DI RIFERIMENTO E INDIVIDUAZIONE DEI FABBISOGNI PRIORITARI	20
5.1	Commento sull'analisi SWOT	22
5.2	Descrizione dei punti di forza	22
5.2.1	Descrizione dei punti di debolezza	22
5.2.2	Descrizione delle opportunità	23
5.2.3	Descrizione delle minacce	24
5.3	Bisogni/Obiettivi	25
6	STRATEGIA: DESCRIZIONE DEGLI OBIETTIVI, DEGLI OBIETTIVI INTERMEDI E DELLE AZIONI	28
6.1	Descrizione della Strategia e degli obiettivi	28
6.2	Quadro logico	30
6.3	Ambiti Tematici	33
6.4	Obiettivi della strategia (Art. 63 Reg. UE n. 508/2014)	35
6.5	Rispetto dei principi orizzontali	35
6.6	Cooperazione	36
7	PIANO DI AZIONE	37
7.1	Descrizione delle azioni	37
7.2	Caratteristiche innovative della strategia e delle azioni	73
7.3	Diagramma di GANTT	74
7.4	Coerenza ed adeguatezza del cronoprogramma	75
8	DESCRIZIONE DEGLI INDICATORI DI RISULTATO, DI REALIZZAZIONE, DI IMPATTO	76
9	DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ CHE HANNO PORTATO ALLA DEFINIZIONE DELLA STRATEGIA	86
9.1	Lezioni apprese	86

9.2	<i>Descrizione delle tappe principali della pianificazione</i>	86
9.3	<i>Coinvolgimento dei soggetti che compongono il partenariato</i>	87
9.4	<i>Coinvolgimento della comunità locale</i>	87
9.5	<i>Sostegno preparatorio</i>	90
10	COMPLEMENTARIETA' DELLA SSL DEFINITA RISPETTO ALLE ALTRE POLITICHE DI SVILUPPO DEL TERRITORIO	90
11	PIANO FINANZIARIO	91
11.1	<i>Piano finanziario per tipologia di costo</i>	91
11.2	<i>Sostegno preparatorio (lett.a)</i>	92
11.3	<i>Esecuzione delle operazioni (lett.b)</i>	93
11.4	<i>Costi di esercizio connessi alla gestione e di animazione (lett. d ed e)</i>	94
11.5	<i>Piano finanziario per annualità</i>	95
11.6	<i>Mobilizzazione risorse private</i>	96
12	MODALITA' DI GESTIONE	97
12.1	<i>Struttura organizzativa</i>	97
12.2	<i>Risorse professionali</i>	99
12.3	<i>Distribuzione delle funzioni</i>	104
12.4	<i>Procedure decisionali</i>	106
12.5	<i>Procedure per la selezione delle operazioni</i>	106
13	COMUNICAZIONE E ANIMAZIONE	107
13.1	<i>Strategia di comunicazione e animazione</i>	107
13.2	<i>Piano di comunicazione e animazione</i>	109
14	MONITORAGGIO, REVISIONE E VALUTAZIONE	112
14.1	<i>Monitoraggio</i>	112
14.2	<i>Revisione</i>	113
14.3	<i>Valutazione</i>	113
15	ELENCO DOCUMENTAZIONE ALLEGATA ALLA SSL	114

1 SINTESI SSL

“Bisogna riscoprire la narrazione del mestiere del pescatore”: su questa immagine evocativa, scaturita dal confronto con il mondo dei pescatori, è stata costruita la visione strategica di sviluppo Locale del FLAG Marche Centro. L’obiettivo prioritario è rivitalizzare il settore, incrementandone l’attrattività e valorizzandone le specificità che esso offre, non solo in termini di prodotto, ma anche di cultura, tradizioni e di luoghi. Ciò con l’intento di costruire un progetto di territorio in grado di esaltarne tutto il potenziale di innovazione, ancora inespresso. Perché solo attraverso il perfetto mix tra innovazione, promozione del territorio e competenze professionali si può garantire il rilancio dell’economia del settore e lo sviluppo di nuova imprenditoria. Su questa visione triangolare la strategia del FLAG mira a perseguire i seguenti obiettivi generali:

OBT1. Valorizzare, creare occupazione, attrarre i giovani e promuovere l’innovazione in tutte le fasi della filiera dei prodotti della pesca e dell’acquacoltura

OBT2. Promuovere il benessere sociale e il patrimonio culturale nelle zone di pesca e acquacoltura, inclusi la pesca, l’acquacoltura e il patrimonio culturale marittimo

OBT3. Sostenere la diversificazione, all’interno o all’esterno della pesca commerciale, l’apprendimento permanente e la creazione di posti di lavoro nelle zone di pesca e acquacoltura

Il perseguimento di questi 3 obiettivi generali verrà perseguito attraverso la gestione di 3 misure (due verticali ed 1 trasversale) che si articolano in 6 Azioni:

M1. COMPETENZE, INNOVAZIONE E SVILUPPO DI SERVIZI PER LA FILIERA DELLA PESCA E DELL’ACQUACOLTURA

A1.1. Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all’attivazione di laboratori d’innovazione ed alla realizzazione di progetti pilota

Questi si svilupperanno su 5 aree tematiche prioritarie che fanno riferimento a:

- Internazionalizzazione, cooperazione e sviluppo territoriale
- Certificazione e produzioni di qualità
- Innovazione tecnologica, di prodotto e di processo.
- Eco-innovazione
- Formazione e sviluppo di competenze

A1.2. Incentivi per l’avvio di start up, potenziamento e sviluppo di micro, piccole, medie imprese (MPMI) già esistenti, nel settore della pesca e nei settori collegati (blue economy)

M2. PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO STORICO E CULTURALE DELLA PESCA

A2.1. Costruzione del Brand Ombrello e sviluppo iniziative integrate di marketing e promozione territoriale

A2.2. Sostegno a progetti di promozione del territorio, dei prodotti ittici locali, della cultura locale e del dialogo sociale finalizzate alla riscoperta delle tradizioni della pesca e alla tutela del mare

A2.3. I luoghi della pesca e di sbarco

M3. COOPERAZIONE INTERNAZIONALE

A3.1. Azioni a sostegno della cooperazione e dello sviluppo di network e partenariati internazionali

2 COMPOSIZIONE DEL PARTENARIATO

Denominazione	FLAG MARCHE CENTRO	
Forma giuridica	SOCIETA' CONSORTILE A RESPONSABILITA' LIMITATA	
Partita IVA	02764650426	
Sito web di riferimento	www.flagmarchecentro.eu	
Sede	Largo XXIV Maggio, 1	
Contatti	Telefono: +39 335 720 1450	Fax: 071 2226199
	Email: info@flagmarchecentro.eu PEC: flagmarchecentro@pec.it	
Rappresentante legale	Nome: Tommaso Medi	
	Telefono: + 39 328 266 9087	E-Mail: medi@sassarolipica.it
Esperienza nella gestione di progetti finanziati con fondi comunitari e/o fondi pubblici è garantita dall'esperienza pluriennale dei Soggetti istituzionali del partenariato e da un punto di vista organizzativo supportato dalla presenza dell'Ufficio SAPE (Servizio Associato Politiche Europee).		
1	URBACT II - City Sustainable Investment in Europe/CSI EUROPE	
	FESR	
	4991 (Phase I) 5537 (Phase II)	
	Beneficiario COMUNE DI ANCONA	
2	URBACT II Options of actions for the strategic positioning of small and medium sized cities/OpACT	
	FESR	
	3208(Phase I) 3407(Phase II)	
	Beneficiario COMUNE DI ANCONA	
3	LIFE+ Adapting to Climate change in time /ACT	
	Fondi diretti UE	
	LIFE08 ENV/IT/000436	
	Capofila COMUNE DI ANCONA	
4	INTERREG IVC Multi-modal innovation for sustainable maritime & hinterland transport/	
	FEASR	
	0778R2	
	Beneficiario COMUNE DI ANCONA	
5	O.P. Youth Guarantee – ESF We Bring Europe To Town	
	Fondi diretti UE	
	Id. n. 56	
	Capofila COMUNE DI ANCONA	
6	LIFE+ LIFE SEC ADAPT	
	Fondi diretti UE	
	LIFE14CCA/IT/000316	
	Beneficiario COMUNE DI ANCONA	
7	I.T.I. Marche WATERFRONT 3.0	
	FESR	

	FERS e FSE – Prot. Regione Marche n. 0572190 del 22/08/2016 (ns Prot. 0113629 del 22/08/2016)
	Capofila COMUNE DI ANCONA
	€ 6.227.000,00 (contributo riconosciuto dalla Regione Marche) + € 580.000,00 (autofinanziamento del Comune di Ancona) + 980.000,00 (autofinanziamento dei partner)
	Totale budget € 7.787.000,00
8	Interventi per la messa in sicurezza del porto di Civitanova Marche
	FESR
	DGR Marche n. 1039 del 5/6/2002
	€ 800.000,00
9	Promozione dell'efficienza energetica: cogenerazione
	FESR
	Bando approvato con Decreto Dirigenziale Regionale della P.F. Aree protette. Protocollo di Kyoto. Riqualificazione Urbana n.66 del 11.07.2008, pubblicato sul B.U.R. n. 67 del 24.07.2008. Ammissione al finanziamento con decreto pubblicato sul B.U.R. Marche n. 90 del 20.09.2012
	€ 105.000,00
10	Progetto integrato territoriale denominato Valle del Potenza - La valle del pensare - Valorizzazione dei territori
	FESR Marche 2007/2013 Asse5
	G202_2010, G45, 56_2012
	€ 243. 799,12
11	Completamento complesso ex Eca
	Fesr Marche 2007/2013
	DDSPS 77 DEL 12/4/2007
	€ 267.023,00 di cui a contributo € 133.511,50

2.1 Elenco dei partner

N.	Denominazione	Sede legale/operativa	Tipologia di partnership (partner capofila, partner operativo, partner di supporto)	Componente	Quota Capitale %
1	Comune di Ancona	Largo XXIV Maggio, 1 Ancona (AN)	Partner operativo	Pubblica	6,47
2	Comune di Civitanova Marche	Piazza XX Settembre, 93 Civitanova Marche (MC)	Partner operativo	Pubblica	6,47

3	Comune di Falconara Marittima	Piazza Carducci, 4 Falconara Marittima (AN)	Partner operativo	Pubblica	6,47
4	Comune di Potenza Picena	Piazza Matteotti, 28 Potenza Picena (MC)	Partner operativo	Pubblica	6,47
5	Comune di Porto Recanati	Corso G.Matteotti, 230, Porto Recanati (MC)	Partner operativo	Pubblica	6,47
6	Camera di Commercio, Industria e Artigianato di Ancona	Largo XXIV Maggio, 1 Ancona (AN)	Partner operativo	Pubblica	6,47
7	Camera di Commercio, Industria e Artigianato di Macerata	Via Lauri, 8 Macerata (MC)	Partner operativo	Pubblica	6,47
8	Università Politecnica delle Marche	Piazza Roma, 22 Ancona (AN)	Partner operativo	Pubblica	6,47
9	Università degli Studi di Camerino	Piazza Cavour 19/F Camerino (MC)	Partner operativo	Pubblica	6,47
10	Consiglio Nazionale delle Ricerche	Piazzale Aldo Moro, 7 Roma (RM)	Partner operativo	Pubblica	6,47
11	Federazione nazionale delle imprese della pesca	Via Gramsci, 34 Roma (RM)	Partner operativo	Pesca	3,45
12	Federcoopescap	Via Torino, 146 Roma (RM)	Partner operativo	Pesca	3,45

13	Lega regionale cooperative e mutue delle Marche – LEGA COOP MARCHE	Via Totti, 10 Ancona (AN)	Partner operativo	Pesca	3,45
14	Associazioni produttori pesca società cooperativa per azioni	Via Vanoni, 4 Ancona (AN)	Partner operativo	Pesca	3,45
15	Consorzio per la gestione della pesca dei molluschi bivalvi nel compartimento di Ancona A.R.L. CO.GE.VO	Molo Sud Ancona (AN)	Partner operativo	Pesca	3,45
16	Associazione civitanovese produttori ittici – società cooperativa	Molo Sud Civitanova Marche (MC)	Partner operativo	Pesca	3,45
17	Organizzazione di produttori della pesca di Civitanova Società Cooperativa a r.l.	Via Pier Capponi, 28 Civitanova Marche (MC)	Partner operativo	Pesca	3,45
18	AGCI AGRITAL - Associazione generale cooperative italiane settore agro ittico alimentari	Via Monaci, 13 Roma (RM)	Partner operativo	Pesca	3,45

19	UNIONE DI BANCHE ITALIANE Società per Azioni"	Via Don Battistoni, 4 Jesi (AN)	Partner operativo	Altro	3,45
20	Banca di Ancona, credito cooperativo – società cooperativa	Via Maggini, 63/A Ancona (AN)	Partner operativo	Altro	3,45
21	Associazione Penelope – la donna nella pesca di Ancona	Via Vanoni, 4 Ancona (AN)	Partner operativo	Altro	0,86

Nella precedente tabella le quote si riferiscono alla composizione del capitale sociale che ammonta ad euro 23.200.

L'assemblea, come previsto dal secondo comma dell'art. 3 dello Statuto, delibera in base al principio capitaro, una testa un voto, pertanto ai fini del rispetto dei vincoli di rappresentatività imposti dal regolamento comunitario va tenuto conto di quanto esposto nella seguente tabella.

Componenti Assemblea	Pubblica	Pesca	Acquacoltura	Trasformazione e commercializzazione del prodotto ittico e di acquacoltura	Altre	Totale
N. di soggetti	10	8	0	0	3	21
Quote di voto in percentuale	47,6%	38,1%	0,00%	0,00%	14,3%	100%

Per quanto attiene invece l'organo decisionale, ovvero il Consiglio di Amministrazione (9 componenti di cui 4 espressione dei soci pubblici e altrettanti delle associazioni della pesca), le quote di voto sono distribuite come appresso dettagliato.

Componenti Consiglio di Amministrazione	Pubblica	Pesca	Acquacoltura	Trasformazione e commercializzazione del prodotto ittico e di acquacoltura	Altre	Totale
N. di soggetti	4	4	0	0	1	9
Quote di voto in percentuale	44,4%	44,4%	0,00%	0,00%	11,2%	100%

2.2 Organo decisionale

Indicare l'organo decisionale previsto: **Consiglio di Amministrazione**

3 EFINIZIONE DEL TERRITORIO E DELLA POPOLAZIONE INTERESSATI

3.1 Descrizione dell'area territoriale

Profilo geografico e paesaggistico

L'area territoriale di riferimento del FLAG MARCHE CENTRO si estende dal Comune di Falconara Marittima a quello di Civitanova Marche per un tratto di costa pari a circa 70 km, premiata dalla FEE (Foundation for Environmental Education) con il riconoscimento di numerose bandiere blu che sanciscono l'ottima qualità delle acque di balneazione e la cura prestata per la protezione dell'ambiente marino.



Dal Piano Paesistico Ambientale Regionale (PPAR) - Documento preliminare della Regione Marche per l'adeguamento del Piano Paesistico Ambientale Regionale al Codice del paesaggio ed alla Convenzione Europea del Paesaggio, il territorio oggetto di analisi è identificato negli ambiti D3 " Il

paesaggio di Ancona", E1 *"Loreto-Recanati e la Val Musone*", e E2 *"Le colline del Maceratese"*. La Rete Ecologica Marche (REM) ha individuato nel territorio in questione, obiettivi e misure di gestione diversificate, riconducibili al rafforzamento del sistema di connessioni interne presenti, all'incremento generale della permeabilità della matrice agricola e dei collegamenti ecologici con i territori circostanti (soprattutto nell'area del Conero), fino alla tutela delle aree costiere inedificate (con particolare riferimento alle aree di fondovalle e di foce del Musone).

Da un punto di vista geografico le Amministrazioni Comunali ricomprese nell'aggregato sono caratterizzate da elementi comuni: l'affaccio a est sul mare e l'appartenenza alla fascia costiera con una graduale estensione collinare verso ovest. Lo spazio costiero è costituito da un alternarsi di spiagge di ghiaia, di scoglio e di sabbia, ad eccezione dell'area costiera ai piedi del Monte Conero, che spezza la continuità della conformazione del litorale adriatico ricompreso nell'area FLAG. Si tratta di un promontorio ricco di baie bianche a volte raggiungibili solo in barca o attraverso sentieri ritagliati nel verde. A sud del Conero la costa propone l'Oasi di Portonovo, l'attrezzato e funzionale porto turistico di Numana, nonché ampi e pianeggianti arenili che conducono ad una zona ricca di pinete a Porto Recanati, Porto Potenza Picena e Civitanova Marche, rispondendo in tal modo alle molteplici esigenze dei visitatori, confermando un'antica tradizione di ospitalità e garantendo una spiccata vocazione turistica completa, ovvero complementare.

Un ulteriore aspetto che accomuna l'area territoriale in oggetto è la confluenza di 4 valli parallele tra loro e ortogonali rispetto alla linea della costa, attraverso lo sbocco di 4 fiumi, l'Esino, il Musone, il Potenza e il Chienti.

Profilo storico e socio-economico

La tradizionale vocazione turistica e marinara del territorio FLAG MARCHE CENTRO è valorizzata dalla presenza dei porti di Ancona, Numana e Civitanova Marche come approdi turistici, a cui si aggiungono, lungo la costa dell'area FLAG altri piccoli approdi. L'area costiera del FLAG riveste un ruolo strategico anche per il settore della pesca, con la presenza dei porti di Ancona e Civitanova Marche, ovvero 2 dei 3 porti di pesca più importanti della regione. Su questa conformazione fisica del paesaggio si innestano e si sviluppano l'infrastruttura logistica e gli snodi di collegamento che favoriscono un'aggregazione virtuale e sostanziale degli interessi e delle relazioni tra i comuni di "frontiera" delle province di Ancona e Macerata. Tale connessione facilita anche l'integrazione dell'offerta turistica mare-entroterra *sprawl* insediativo e la connessione con il sistema dei borghi, caratterizzanti l'intero paesaggio della Regione e che, in prossimità della costa, costituiscono dei veri e propri affacci sul mare.

Popolazione

L'area FLAG raccoglie oltre 198mila abitanti, pari a quasi al 13% della popolazione marchigiana. Si tratta di un'area con una forte capacità di attrazione riguardo ai flussi migratori: il saldo migratorio sulla popolazione è pari a 3,8 persone per mille abitanti nell'area FLAG, contro 1,7 del totale Marche. Elevata nell'area risulta essere invece l'incidenza delle famiglie con una percentuale del 14,7% rispetto al totale famiglie Marche.

Infine, in conseguenza alla marcata polarizzazione dei processi abitativi lungo la zona costiera, la densità di popolazione nell'area è significativamente più elevata: 726 abitanti per Kmq contro 292 della media regionale. I comuni dell'area appaiono molto omogenei riguardo alla densità, con un minimo osservato nei comuni di Potenza Picena (333) e Numana (346) – superiore alla media regionale - e un massimo per Falconara Marittima (1052). Infine, anche per l'elevata presenza di popolazione straniera con relativo saldo migratorio favorevole, l'area appare caratterizzata da popolazione mediamente più giovane della media regionale.

3.2 Elenco dei Comuni

Comune/zona censuaria	Superficie (kmq)	Popolazione residente
Falconara Marittima	25,82	26.710
Ancona	124,84	100.497
Numana	10,94	3.716
Porto Recanati	17,25	11.495
Potenza Picena	48,55	15.843
Civitanova Marche	46,07	40.217
TOTALE	273,47	198.478

3.3 Ammissibilità dell'area

Aspetti legati all'importanza delle attività di pesca e acquacoltura	SI/NO	Descrizione
Rapporto tra occupati nella pesca e acquacoltura e nelle attività connesse rispetto agli occupati totali pari ad almeno il 2%	NO	1,5%
Presenza di almeno un approdo per la pesca e/o un luogo di sbarco per la pesca e/o un sito portuale peschereccio attivo e/o un valore della produzione ittica rilevante	SI	Nel territorio sono ricompresi i porti di Ancona, Numana e Civitanova Marche. Il valore della produzione del territorio nel 2015 è stato pari a 1.713 tonnellate per Ancona e 988 per Civitanova
Aspetti legati al declino economico e sociale dell'area	SI/NO	Descrizione
Riduzione della flotta di pesca superiore al 10% rispetto al valore del 2007, in termini di GT oppure di potenza motore (kW) e/o riduzione del valore della produzione superiore al 10% rispetto al valore del 2007	SI	Riduzione flotta: -26,5% (2007-2015) Stazza (GT): -41,7% (2007-2015) Potenza (kW): -35% (2007-2015)
Densità di popolazione pari o inferiore alla media regionale	NO	726 abitanti per kmq.
Tasso di disoccupazione pari o superiore alla media regionale	SI	9,3%

3.4 Deroga all'art. 33 par.6 del Reg. UE n. 1303/2013

Si forniscono i seguenti dati, al fine della concessione della Deroga.

1. Territori ad alta densità di popolazione (superiore a 150 abitanti/kmq)	726 abitanti per kmq.
2. Territori che superano i 150 mila abitanti inclusivi di aree omogenee dal punto di vista socioeconomico, ovvero che richiedono l'inclusione di territori contermini per una più efficace specificazione delle SSL attuate con l'intervento dei Fondi	Indicare le motivazioni e le esigenze che comportano il ricorso alla deroga, evidenziandone il valore aggiunto per l'efficacia della strategia (Testo, massimo 2000 caratteri)
L'area territoriale del <u>FLAG MARCHE CENTRO</u> raggruppa i Comuni costieri che vanno da <u>Falconara Marittima</u> a <u>Civitanova Marche</u>, con l'esclusione del Comune di Sirolo. I territori di Falconara Marittima e Civitanova Marche, rappresentano gli estremi del lato dell'area del FLAG orientale del "Quadrilatero" stradale di collegamento delle Marche con l'Umbria, quindi da questi 2 comuni dipartono le due direttrici (superstrade) di trasporto verso l'interno, ovvero verso le aree potenziali di sviluppo commerciale di alcune delle idee progettuali (di <i>business</i>) oggetto delle strategie del FLAG. Il territorio del FLAG MARCHE CENTRO comprende anche i più importanti "snodi" per il trasporto aereo e marittimo (passeggeri e mercantile) della Regione, con il porto di Ancona e l'aeroporto di Falconara che costituiscono zone di transito ma anche zone di "approdo". Le aree satelliti che si sviluppano intorno al capoluogo di regione e al capoluogo marittimo della provincia di Macerata e che le congiungono lungo la costa danno luogo ad un <i>continuum</i> ideale di centri urbani ad elevata densità abitativa, fortemente infrastrutturali. Altro fattore rilevante attiene il legame nato attorno agli anni '30 del secolo scorso tra le marinerie di Ancona, Porto Recanati e Civitanova Marche quando, con l'avvento delle imbarcazioni a motore in sostituzione di quelle a vela, si verificò una migrazione di pescatori verso il capoluogo di regione, il cui porto risultava più idoneo in termini di spazi per l'ormeggio. Le famiglie di pescatori civitanovesi, nel tempo, si stanziarono stabilmente ad Ancona (in particolare nella zona Archi), incrementando l'attività economica e mantenendo a lungo i propri legami familiari e sociali, nonché le proprie tradizioni e il loro dialetto, le cui sonorità sono ancora presenti in numerose parole ed espressioni.	

4 ANALISI DELLE ESIGENZE DI SVILUPPO E DELLE POTENZIALITÀ DEL TERRITORIO

4.1 Analisi di contesto

La costituzione del FLAG Marche Centro ha l'obiettivo di incentivare e valorizzare le imprese di pesca e le attività correlate localizzate nei comuni costieri compresi tra Falconara Marittima e Civitanova Marche. L'identificazione delle migliori strategie per supportare questo settore passano attraverso l'analisi di contesto che descrive i vari aspetti economici, ambientali, occupazionali, turistici e produttivi caratterizzanti l'area.

Dopo un triennio contrassegnato da variazioni negative, l'economia nazionale torna a crescere, seppur in modo esiguo, nell'anno 2015. L'inversione di tendenza dell'ultimo anno è stata determinata in larga

parte dalla ripresa dei consumi interni mentre qualche fonte di preoccupazione viene dal dato relativo alla domanda estera netta che, per la prima volta da anni, costituisce un freno alla crescita. Per quanto riguarda la Regione Marche, questa continua a vivere un ciclo congiunturale poco dinamico anche rispetto ad altre regioni italiane. Qualche segnale positivo emerge dall'analisi dei dati 2015, in particolare l'andamento del valore aggiunto, che cresce dell'1,3%, in linea con il dato nazionale. Rispetto allo scorso anno nel territorio cresce l'occupazione ma la situazione resta ancora preoccupante. Il tessuto imprenditoriale delle provincie si è progressivamente trasformato confermando la tendenza alla terziarizzazione che caratterizza l'economia nazionale e le economie avanzate in generale. In particolare, nel corso del 2015 è proseguita la contrazione di alcuni settori di rilievo: agricoltura, silvicoltura e pesca (scesa sotto le 7 mila unità), costruzioni, attività manifatturiere. (dati CCIAA Ancona, 2016). Il settore turistico, rientrando nel settore terziario, risulta di particolare importanza per l'areale del FLAG Marche Centro in quanto in quest'area l'offerta turistica risulta essere poliedrica, unendo mare, collina, montagna, città d'arte e siti spirituali. Analizzando le aree coinvolte nel FLAG Marche Centro, ovvero la Provincia di Ancona e la Provincia di Macerata, si osservano complessivamente un numero di arrivi nel 2014 pari a circa 715.000 unità per la Provincia di Ancona e la metà per quella di Macerata, ed un numero di giorni presenza pari a 2.700.000 e 2.000.000, rispettivamente. In entrambi i territori non ci sono differenze sensibili rispetto al 2013. In merito alla tipologia di flusso turistico, in entrambe le province circa l'80% è di provenienza italiana e il restante 20% di provenienza estera (Fonte ISTAT, tavole in appendice). Il numero delle strutture ricettive attive nel 2015 nella Provincia di Ancona è di circa 3.300 e nella Provincia di Macerata di 2800 con un aumento, rispetto al 2014, di rispettivamente 200 e 300 unità. (Fonte ISTAT, tavole 2 e 3 in appendice).

Di fondamentale importanza per il FLAG Marche Centro sono i porti, in **particolare quelli di Ancona, Numana e Civitanova Marche**, che assumono un ruolo basilare sia nell'attività di pesca commerciale che in quella turistica. Il porto di Ancona è uno scalo polifunzionale di rilievo internazionale. Le attività portuali riguardano: l'industria cantieristica e nautica, il traffico merci, sia in *container* che alla rinfusa, il traffico traghetti con oltre 1 milione di passeggeri all'anno e la pesca. Il settore ittico caratterizza tradizionalmente il porto di Ancona, ed in particolare l'area del Mandracchio circostante la Mole Vanvitelliana. In questo spazio si concentrano non solo gli approdi per i pescherecci, ma anche i mercati ittici, alcuni stabilimenti di trasformazione del pescato e gli spazi associativi e per le manutenzioni. L'attuale dimensione della flotta peschereccia registrata ad Ancona è di 184 imbarcazioni, per 5100 tonnellate di stazza lorda complessiva. La città di Ancona ha inoltre avviato la riqualificazione urbana del porto storico, attraverso il progetto "Lungomare delle eccellenze" conosciuto anche come "Waterfront 3.0" il cui fine è la valorizzazione del patrimonio storico e monumentale del porto e dell'area urbana contigua per rispondere alle esigenze connesse al cambiamento economico in atto e attivare nuove opportunità di sviluppo economico urbano correlate all'economia del mare. Il porto di Numana, realizzato negli anni '70, risulta essere per lo più un porto turistico: possiede sei pontili galleggianti gestiti da quattro operatori; una sola impresa si dedica propriamente al turismo gestendo un servizio di trasporto e organizzazione di gite turistiche lungo la costa del Conero. Presso il porto di Numana sono registrate 22 imbarcazioni da pesca che fanno capo ad un'unica cooperativa.

Il porto di Civitanova Marche rappresenta un altro importante punto nell'area considerata sia per la pesca commerciale che come approdo turistico e diporto nautico. Gli specchi acquei attualmente occupati dal porto ammontano ad un totale di circa mq 146.000: di questi circa mq 50.000 sono dedicati alla pesca mentre mq 50.000 all'approdo turistico, di entrambe una parte è occupata dalle attività cantieristiche. Il porto ha 3 banchine destinate alla pesca, lunghe 255, 240 e 90 m ed illuminate con lampioni e torri faro; i posti per le imbarcazioni sono circa 350 per una lunghezza massima di 18 metri. È presente un mercato ittico all'ingrosso. Negli ultimi anni sono stati avviati importanti interventi di miglioramento ed ammodernamento delle strutture esistenti che ne miglioreranno la vitalità, funzionalità, sicurezza e capienza.

I tre porti citati, aggiunti all'aeroporto di Falconara Marittima e all'interporto di Jesi mettono in evidenza la rilevante dotazione infrastrutturale dell'area del FLAG Marche Centro che presenta ancora potenziale da sfruttare. Queste infrastrutture, che danno vita alla cosiddetta "Piattaforma Logistica delle Marche", sono racchiuse in un areale di 20 km e si integrano con le piastre logistiche di Foligno e Terni, ma anche con l'autostrada A14, la rete ferroviaria della linea Adriatica e le rinnovate rotte stradali verso l'Umbria.

La pesca commerciale e la sua promozione rivestono un ruolo principale all'interno del territorio considerato. Le marinerie di Ancona e Civitanova sono per giunta storicamente legate in quanto l'attività peschereccia anconetana venne avviata intorno al 1920 dai pescatori civitanovesi, che si insediarono nella città di Ancona dando vita al Porto Peschereccio del Mandracchio e al quartiere 'Archi' (Mappa di Comunità – Ancona). Entrambi i porti hanno registrato un trend in calo delle specie sbarcate dal 2007 al 2011 per Ancona e nel 2013 per Civitanova Marche. Successivamente il trend ha subito un'inversione, registrando i valori massimi di sbarcato nell'anno 2015: 1713 tonnellate per Ancona e 988 per Civitanova (ISMEA, 2016). La triglia di fango è la specie maggiormente sbarcata in entrambi i porti, mentre la specie che registra il maggior valore commerciale è l'aragosta. Altre specie che risultano importanti sia per i quantitativi sbarcati che il valore commerciale sono: mazzancolle, naselli, sogliole, seppie e pannocchie (ISMEA, 2016). Questi dati riguardano la pesca delle specie demersali, ma va menzionata anche la pesca del pesce azzurro (alici e sardine), di fondamentale importanza per l'attività peschereccia del Mare Adriatico settentrionale e centrale ed in particolare per il porto di Ancona. Nell'ultimo decennio i modelli di valutazione delle risorse ittiche mostrano una forte diminuzione di molti di questi stock, accompagnati da un generale decremento delle catture e una diminuzione della flotta peschereccia, suggerendo la necessità di elaborare misure di gestione per il ripopolamento di queste specie (GFCM 2014, 2015).

Per quanto riguarda il commercio delle specie sbarcate, Ancona e Civitanova Marche sono i mercati ittici principali nell'areale FLAG. Il **mercato ittico anconetano** è ospitato all'interno dell'edificio del Mandracchio e rappresenta il principale mercato regionale del pesce. Complessivamente il mercato ittico tratta circa 1,5 milioni di chili all'anno di pescato. L'ambito territoriale servito è esteso al centro e nord Italia. L'edificio, oltre ad accogliere gli spazi per lo svolgimento dell'asta, i magazzini e gli uffici amministrativi, ospita anche alcune associazioni di pescatori e dei locali che fungono da deposito e spazi per la piccola manutenzione. È in valutazione l'opportunità di adattare questo stabile per favorire l'avvio di attività di ristorazione, sfruttando la vicinanza con il centro urbano, il centro culturale della Mole e il *terminal* delle biglietterie, punti di passaggio obbligato per tutti i passeggeri in imbarco o sbarco ad Ancona. Un importante nodo della rete di trasporto ferroviario e bus presente nell'area è la Stazione Ferroviaria di Ancona, con un flusso medio di 7 milioni tra passeggeri e frequentatori (centostazioni.it) la quale, distante poco più di un chilometro dall'area portuale, potrebbe rappresentare un luogo strategico in cui individuare, in collaborazione con Trenitalia, dei locali per promuovere, anche in chiave commerciale, la cultura e la gastronomia legate al settore ittico, nonché le attività del FLAG stesso, contribuendo al contempo ad elevare, qualificare e caratterizzare l'offerta di servizi del complesso della Stazione.

Il **mercato ittico di Civitanova Marche**, gestito da una società consortile che ha come unico socio il Comune, rappresenta il mercato ittico più importante della provincia di Macerata. Negli ultimi anni ha visto un costante aumento del prodotto compravenduto che, grazie alla professionalità dei circa 40 motopesca e di circa 200 operatori commerciali che operano nella struttura, ha raggiunto nell'esercizio 2015 un volume di affari che sfiora i 7.000.000,00 di Euro.

Il **porto di Numana** è caratterizzato in maniera minore dall'attività peschereccia puntando invece al settore turistico ed alla diportistica in un contesto ambientale d'eccezione che è anche insignito della Bandiera Blu.

L'**acquacoltura**, infine, rappresenta un settore molto poco sfruttato e con notevole potenziale per l'area. Le imprese registrate risultano infatti essere 6, di cui 5 a Civitanova Marche e 1 a Porto

Recanati. I pochi dati disponibili (per 4 imprese su 6) indicano che queste sono impegnate nell'acquacoltura di mare, salmastra o lagunare e mitilicoltura.

Andamenti demografici.

Tendenze demografiche della popolazione per gli anni 2007-2013 nell’area di riferimento del FLAG: • Numero netto di persone trasferite • Natalità netta (numero di nascite)	Il saldo di persone trasferite nell'area FLAG per gli anni 2007 – 2013 è: .8.255. Il saldo naturale nell'area FLAG per gli anni 2007 – 2013 è: - 2.552. Complessivamente dal 2007 al 2013 la popolazione è aumentata di 5.703 unità.																																																								
Popolazione% 15-24anni % 25-44anni % 45-64 anni % Più di 65 anni%	<table><tr><th>Eta'</th><th>Maschi</th><th>Femmine</th><th>Totale</th></tr><tr><td>0-14</td><td>13.355</td><td>12.459</td><td>25.814</td></tr><tr><td>15-24</td><td>9.443</td><td>8.637</td><td>18.080</td></tr><tr><td>25-44</td><td>25.441</td><td>25.267</td><td>50.708</td></tr><tr><td>45-64</td><td>28.139</td><td>29.903</td><td>58.042</td></tr><tr><td>Oltre 65</td><td>20.568</td><td>28.439</td><td>49.007</td></tr><tr><td>TOTALE</td><td>96.946</td><td>104.705</td><td>201.651</td></tr></table> <table><tr><th>Eta'</th><th>Maschi</th><th>Femmine</th><th>Totale</th></tr><tr><td>0-14</td><td>13,8%</td><td>11,9%</td><td>12,8%</td></tr><tr><td>15-24</td><td>9,7%</td><td>8,2%</td><td>9,0%</td></tr><tr><td>25-44</td><td>26,2%</td><td>24,1%</td><td>25,1%</td></tr><tr><td>45-64</td><td>29,0%</td><td>28,6%</td><td>28,8%</td></tr><tr><td>Oltre 65</td><td>21,2%</td><td>27,2%</td><td>24,3%</td></tr><tr><td>TOTALE</td><td>100,0%</td><td>100,0%</td><td>100,0%</td></tr></table> Dati dei Comuni dell'area FLAG al 31/12/2015 Valori assoluti della popolazione dell'area FLAG al 31/12/2015	Eta'	Maschi	Femmine	Totale	0-14	13.355	12.459	25.814	15-24	9.443	8.637	18.080	25-44	25.441	25.267	50.708	45-64	28.139	29.903	58.042	Oltre 65	20.568	28.439	49.007	TOTALE	96.946	104.705	201.651	Eta'	Maschi	Femmine	Totale	0-14	13,8%	11,9%	12,8%	15-24	9,7%	8,2%	9,0%	25-44	26,2%	24,1%	25,1%	45-64	29,0%	28,6%	28,8%	Oltre 65	21,2%	27,2%	24,3%	TOTALE	100,0%	100,0%	100,0%
Eta'	Maschi	Femmine	Totale																																																						
0-14	13.355	12.459	25.814																																																						
15-24	9.443	8.637	18.080																																																						
25-44	25.441	25.267	50.708																																																						
45-64	28.139	29.903	58.042																																																						
Oltre 65	20.568	28.439	49.007																																																						
TOTALE	96.946	104.705	201.651																																																						
Eta'	Maschi	Femmine	Totale																																																						
0-14	13,8%	11,9%	12,8%																																																						
15-24	9,7%	8,2%	9,0%																																																						
25-44	26,2%	24,1%	25,1%																																																						
45-64	29,0%	28,6%	28,8%																																																						
Oltre 65	21,2%	27,2%	24,3%																																																						
TOTALE	100,0%	100,0%	100,0%																																																						
Popolazione straniera % (indicare eventuali minoranze)	Gruppi etnici presenti nel settore e nell’indotto ittico. <i>Dato non disponibile</i>																																																								
Disoccupazione in % della forza lavoro	Al 31/12/2015 nella provincia di Ancona il tasso di disoccupazione è del 9,4%, mentre nella provincia di Macerata il tasso è del 9%. Il dettaglio dei tassi di disoccupazione per singolo comune è disponibile presso il centro per l'impiego.																																																								
Numero di imprese*	108 (Ancona), 17 (Falconara Marittima) 103 (Civitanova M.) 4 (Potenza Picena)																																																								

	24 (Porto Recanati) 4 (Numana) totale Area Flag: 260 imprese
Numero di imprese con collegamenti diretti alla pesca/ acquacoltura/Trasformazione e commercializzazione**	204 (Ancona) 29 (Falconara Marittima) 146 (Civitanova M.) 10 (Potenza Picena) 33 (Porto Recanati) 7 (Numana) totale Area Flag: 429 imprese
Numero di addetti al settore pesca/ acquacoltura/Trasformazione e commercializzazione**	810 (Ancona) 151 (Falconara Marittima) 6 (Civitanova M.) 465 (Potenza Picena) 76 (Porto Recanati) 5 (Numana) totale Area Flag: 1513 imprese
Numero di addetti donne al settore pesca/ acquacoltura/Trasformazione e commercializzazione	<i>Dato non disponibile.</i> E' comunque possibile individuare le imprese femminili che rispondono ai codici ATECO 2007: 0311 Pesca Marina e 0321 Acquacoltura marina dell'Area Flag: 2 (Ancona), 1 (Falconara Marittima) 6 (Civitanova M.) 0 (Potenza Picena) 2 (Porto Recanati) 0 (Numana) totale Area Flag: 11 imprese femminili

Fonte: I dati anagrafici sono stati estrapolati ed elaborati dal sito ISTAT DEMO che mette a disposizione i dati ufficiali più recenti sulla popolazione residente nei Comuni italiani derivanti dalle indagini effettuate presso gli Uffici di Anagrafe. È possibile trovare anche informazioni sui principali fenomeni demografici, come i tassi di natalità e mortalità, le previsioni della popolazione residente, l'indice di vecchiaia, l'età media. I dati delle imprese appartenenti alla filiera ittica per i codici ATECO 2007 sopra riportati, la Fonte è il servizio Stockview di Infocamere, ovvero un ambiente di navigazione sui dati che, tramite semplici comandi, permette di costruire tavole statistiche in base ai parametri scelti. L'aggiornamento delle informazioni statistiche è trimestrale. Il servizio è riservato ad utenti abilitati.

* Imprese appartenenti ai codici ATECO 2007: 0311 Pesca marina, 0321 Acqualcoltura marina.

** Dati calcolati per le imprese appartenenti alla filiera ittica di cui i codici ATECO 2007: 0311 Pesca marina, 0321 Acqualcoltura marina, 102 Lavoraz. Conservaz. Pesce, 1085 Produz. Preparati, 108502 Produz. Pasti pronti con pesce, 1394 Fabbricaz corde e reti,

281111 Fabbricazione motori, 281112 Fabbricaz. carburatori e parti, 28112 Fabbric. Turbine, 3011 Costruz. navi e imbarcazioni, 301102 Costruz. Pescherecci, 3315 Riparaz. e manutenzione, 38311 Demolizioni navali, 46381 Commercio ingrosso prodotti freschi, 46382 Commercio ingrosso prodotti congelati, 46383 Commercio ingrosso prodotti pronti, 4723 Commercio dettaglio pesci, 4781 Commercio ambulante.

Capacità di pesca del naviglio per ufficio di iscrizione ricadente nel territorio della SSL. I dati si riferiscono a tutte le tipologie di imbarcazioni.

Ufficio marittimo di iscrizione	Numero battelli			Stazza (GT)			Potenza (KW)		
	2007	2015	Var. %	2007	2015	Var. %	2007	2015	Var. %
Ancona	228	182	-20.2%	7.945	5.159	-34.6%	3.2444	24.043	-25.9%
Civitanova Marche	119	58	-51.3%	3.788	1625	-57.1%	16.143	7.622	-52.8%
Numana	18	27	+50.0%	22	32	+45.5%	281	433	+53.7%
Porto Recanati	27	21	-22.2%	32	22	-31.3%	712	127	-82.1%
Totale	392	288	-26.5%	11.787	6.874	-41.7%	49.580	32.225	-35.0%

(Fonte: EU Fleet Register <http://ec.europa.eu/fisheries/fleet/index.cfm>)

Numerosità dei natanti da piccola pesca (métier GNS e GND, ovvero reti da posta e reti derivanti) per ufficio di iscrizione ricadente nel territorio della SSL per l'anno 2015 (Fonte: EU Fleet Register).

Ufficio marittimo di iscrizione	N. natanti di piccola pesca
Ancona	47
Civitanova Marche	23
Numana	13
Porto Recanati	17
Totale	100

(Fonte: EU Fleet Register <http://ec.europa.eu/fisheries/fleet/index.cfm>)

4.2 Fonti utilizzate ed elementi di indagine

Camera di Commercio Ancona – 2016. Rapporto 2015. L'economia reale dal punto di osservazione della Camera di Commercio di Ancona – 14° Giornata dell'Economia, 6 Giugno 2016.

Camera di Commercio Macerata – Banca dati imprese di produzione provincia Macerata

Comune di Numana. Piano Regolatore Portuale (ai sensi della Legge 84/94). Regione Marche – Servizio Governo del territorio, mobilità ed infrastrutture.

GFCM (General Fisheries Commission for the Mediterranean), 2014. Report of the working group on stock assessment of demersal and small pelagic. GFCM, Rome, Italy, 24–27 November 2014. <http://www.fao.org/gfcm/reports/technical-meetings/en/>

GFCM (General Fisheries Commission for the Mediterranean), 2015. Report of the working group on stock assessment of demersal and small pelagic. GFCM, Rome, Italy, 23–28 November 2015. <http://www.fao.org/gfcm/reports/technical-meetings/en/>

ISMEA, 2016. Osservatorio settore ittico. Prezzi nazionali, annuali, mercati alla produzione. <http://www.ismea.it/flex/FixedPages/IT/WizardPescaMercati.php/L/IT#MenuV>

Mappa di comunità archi – Ancona. “Con la mia storia scrivo il futuro” – Progetto “El riò de j’Archi d’Ancona – laboratorio di connessione urbana” finanziato dal Fondo dell’Osservatorio Nazionale per il Volontariato – Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali – legge 266/1991. <http://www.mappadicomunita-ancona.org/joomla/storia/la-pesca-nel-rione-archi>

Piano Regionale Infrastrutture, Trasporto Merci, Logistica. Regione Marche. http://www.consiglio.marche.it/banche_dati_e_documentazione/iter_degli_atti/paa/pdf/d_am19_9.pdf

www.turismomarche.it

5 ANALISI SWOT DEL TERRITORIO DI RIFERIMENTO E INDIVIDUAZIONE DEI FABBISOGNI PRIORITARI

Nella matrice SWOT è stata indicata la rilevanza di ciascun elemento secondo la scala di valori di seguito riportata.

Scala di rilevanza	
1	Nulla o molto bassa
2	Medio-bassa
3	Medio-alta
4	Alta

ANALISI SWOT	
PUNTI DI FORZA (fattori interni al territorio)	Rilevanza
Produzione ittica locale di qualità	3,6
Patrimonio culturale nelle zone di pesca e acquacoltura	3,5
Flotta peschereccia importante: attività peschereccia dei piccoli pelagici importante nel medio Adriatico	3,3
Qualità delle produzioni	3,2
2 mercati ittici importanti	3,2
Infrastrutture portuali importanti (Ancona e Civitanova) per: la pesca marittima (approdi per pescherecci), cantieristica navale, traffico merci e passeggeri (traghetti), con presenza	3

di spazi associativi, per le manutenzioni e stabilimenti di trasformazione	
PUNTI DI DEBOLEZZA (fattori interni al territorio)	Rilevanza
Scarsa capacità di investimento del pescatore/ Sottocapitalizzazione imprese di pesca/ Ridotta dimensione economica delle imprese di pesca	3,5
Filiera frammentata e poco cooperativa	3,5
Quadro normativo europeo e nazionale penalizzante per il settore	3,4
Deficit formativo per sbocchi occupazionali alternativi/ Deficit competenze manageriali / trasversali	3,3
Uso delle imbarcazioni / delle attrezzature vetuste e poco ecocompatibili	3,2
Mancanza di dati “validati” oggettivi certi sul settore	2,8
OPPORTUNITÀ (possibilità che vengono offerte dal contesto e possono offrire occasioni di sviluppo)	Rilevanza
Adeguamento del mercato ittico anche ad attività di ristorazione	3,5
Progetto di riqualificazione urbana “Waterfront” (Lungomare delle eccellenze)	3,4
Contesto macroregione Adriatico Ionica	3,3
L’amministrazione regionale ha già attivato percorsi per la sensibilizzazione sulla qualità del pescato ittico locale e attività di promozionali	3,2
Attivazione servizi comuni infra-aziendali e in rete	3,2
Politiche di certificazione e tracciabilità	3,2
Produzione ittica locale vs sviluppo del turismo enogastronomico / Multifunzionalità, pescaturismo, ittiturismo, maricoltura	3,2
Coordinamento con altri GAC/GAL	3,2
Competenze del gruppo di ricerca nel settore della biologia della riproduzione di pesci e invertebrati	3,1
MINACCE (rischi da valutare e da affrontare, perché potrebbero peggiorare e rendere critica una situazione)	Rilevanza
Produzione in competizione con importazioni	3,5
Risorse marine sfruttate intensamente / Relativa diminuzione degli stock disponibili di pescato	3,4
Rischio impresa in forte aumento	3,3
Obsolescenza conoscenze/competenze professionali	3,1
Stato dell’ambiente marino	3

5.1 Commento sull'analisi SWOT

5.2 Descrizione dei punti di forza

A partire dall'analisi del contesto socio economico dell'area e dagli elementi scaturiti dalla consultazione con gli stakeholder (cfr. Par. 9.4) durante i tavoli di concertazione, risulta che la qualità delle produzioni rappresenta il punto di forza del territorio FLAG MARCHE CENTRO sul quale impernare la SSL.

La produzione ittica locale di qualità è data dalle caratteristiche organolettiche, chimiche e nutrizionali del prodotto ittico, rappresentato perlopiù dai piccoli pelagici (come alici e sardine), rispetto alla quale sono state già intraprese a livello di politica regionale azioni per la valorizzazione della qualità del pescato fresco locale (es. marchio QM, progetto pappafish), volte ad accrescere una maggiore consapevolezza nel consumatore finale sulle proprietà del pesce fresco. Sono da perseguire azioni per l'introduzione e l'applicazione di soluzioni tecnologiche innovative, al fine di migliorare la qualità del prodotto fresco (es. congelazione a bordo) e sviluppare sistemi di tracciabilità e di sicurezza alimentare a garanzia sia del luogo di provenienza che delle modalità di gestione sostenibile della raccolta al fine di incrementare il valore del pescato sul mercato. Esigenza obbligatoria per gli operatori di tutta la filiera è, infatti, l'assicurazione della rintracciabilità e di una corretta ed esaustiva informazione tramite l'identificabilità del prodotto ittico locale e delle sue specificità per consentire un aumento della marginalità degli operatori economici.

La promozione del prodotto passa anche per la promozione del territorio e dell'identità storico culturale che la pesca riveste nell'area del FLAG MARCHE CENTRO. Il vasto patrimonio culturale legato alle tradizioni della pesca e della cucina marinara è considerato un punto forte da valorizzare in chiave turistica, agevolando forme di turismo enogastronomico, di pescaturismo, ittiturismo, spingendo la stessa attività di pesca verso nuove forme di diversificazione del reddito. La forte cultura marinara dell'area può rappresentare un volano di sviluppo dell'impresa, consentendo di diversificare l'attività prevalente, con l'opportunità di ottenere un miglioramento del reddito e contemporaneamente, di promuovere la cultura del mare, valorizzare la tradizione della pesca, per educare al rispetto dell'ambiente e alla salvaguardia della specie. L'aspetto della diversificazione può essere letto in chiave di un nuovo modello di impresa ittica.

Al riguardo, la consistente flotta peschereccia dell'area (seppur in diminuzione, negli anni, a seguito anche di indicazioni comunitarie) può rappresentare un potenziale da utilizzare a favore delle nuove forme di turismo esperienziale (pescaturismo/ittiturismo) promosse dalle imprese del "leisure", rispondendo al duplice bisogno di una maggiore valorizzazione turistica dell'area costiera e di una nuova forma d'integrazione al reddito per lo stesso pescatore.

5.2.1 Descrizione dei punti di debolezza

Il contesto socio-economico del settore ittico dell'area FLAG MARCHE CENTRO è contraddistinto da imprese che si caratterizzano per essere dimensionalmente strutturate come micro-imprese; dall'utilizzo di modelli d'impresa di tipo adattivo rispetto all'applicazione delle disposizioni previste dalle norme; da un invecchiamento degli addetti ai lavori nel settore pesca, con scarsa prospettiva di ricambio generazionale, e un tasso di scolarizzazione piuttosto basso. La percezione generale, emersa nel corso dei workshop, è quella che i vari dispositivi normativi hanno un forte impatto sull'assetto operativo e amministrativo dell'impresa, la quale è costretta ad una presa in carico degli adempimenti formali e sostanziali, che difficilmente possono essere esternalizzati e che comportano gravi equilibri gestionali. In questo senso le imprese di piccola pesca mostrano comportamenti organizzativi di natura passiva rispetto all'eccessiva burocratizzazione del quadro regolatorio del settore pesca e hanno

bisogno di interventi formativi, che permettono agli operatori del settore di adeguarsi alle principali disposizioni obbligatorie in materia di pesca e ad orientarsi fra i diversi adempimenti obbligatori in ambito aziendale, semplificando i percorsi di adeguamento e supportando la scelta delle modalità di intervento, diminuendone gli impatti e i costi.

Accanto ad un quadro normativo europeo e nazionale sempre più stringente per il settore, l'impresa si trova ad operare su un mercato globale, con una maggiore concorrenza di prodotti ittici provenienti da Paesi extra europei con un quadro normativo meno stringente rispetto a quello comunitario. L'elevata resistenza culturale al cambiamento, l'obsolescenza dei sistemi di pesca, una scarsa propensione ad investire nelle stesse attrezzature di pesca ed imbarcazioni (es. con l'utilizzo di tecnologie innovative) hanno frenato l'impresa a compiere un cambiamento del proprio profilo aziendale, permettendole di essere più competitiva sul mercato e a cogliere nuove opportunità di sbocchi lavorativi e per la diversificazione della propria attività (es. acquacoltura).

Il livello di conoscenza e, soprattutto, di consapevolezza, da parte dei pescatori degli orientamenti e strumenti messi in campo dall'Unione Europea per difendere, orientare e sostenere, in ottica di sostenibilità, il comparto della pesca, e al suo interno della piccola pesca costiera, ha frenato il processo di adeguamento strutturale dell'impresa ittica a favore di una rinnovata visione aziendale orientata alla multifunzionalità degli operatori ittici. Di fronte agli elevati costi di gestione dell'impresa e alla scarsa redditività del settore, il primo anello della filiera ittica è, dunque, quello che nel tempo ha maggiormente risentito degli effetti globali della crisi.

5.2.2 Descrizione delle opportunità

La presenza nell'area FLAG MARCHE CENTRO dei due mercati ittici di Ancona e Civitanova, rispettivamente primo e terzo per importanza dei mercati regionali del pesce, rappresenta un'opportunità da valorizzare nell'ottica sia dell'integrazione delle diverse imprese operanti nella filiera, che come luoghi da valorizzare per una riscoperta dell'identità culturale e sociale del pescatore e del settore della pesca nell'economia delle comunità di costa. Gli stessi edifici dei mercati ittici, infatti, possono essere ulteriormente sfruttati per accogliere attività differenziate: al riguardo, è in valutazione l'opportunità di adattare lo stabile del mercato ittico anconetano per ospitare attività/imprese di ristorazione.

Il mercato ittico, può diventare oltre che il luogo fisico per la commercializzazione, anche il luogo dello scambio e della crescita professionale per gli stessi operatori della filiera ittica, ospitando attività di orientamento e di formazione professionale. La commercializzazione è un aspetto importante della filiera ittica, in quanto richiama una forma di micro imprenditorialità femminile da esplorare e accrescere, in un'ottica sia di interventi di formazione professionale sia di opportunità lavorativa. Il mercato ittico potrebbe, inoltre, essere ulteriormente valorizzato in chiave didattico-formativa per le scuole, offrendo percorsi di conoscenza *en plein air* sia della materia prima che della figura/e del pescatore. Il mercato diventa, quindi, il luogo da valorizzare per far conoscere l'attività della pesca e dare un significato più ampio al lavoro del pescatore professionista, un'occasione per far comprendere il modo di vita, le abitudini e le specificità di chi vive il mare e con il mare. La presenza dei due mercati ittici prospicienti i centri Città rappresenta quindi un'ulteriore opportunità per la valorizzazione dei porti e delle aree portuali nel quadro di un più ampio piano di riqualificazione turistica delle città (progetto Waterfront 3.0), anche in virtù del loro ruolo di vie d'ingresso per le aree interne della regione.

Il contesto della macro-regione adriatico-ionica può offrire grandi potenzialità al comparto dell'economia blu (Pilastro 1 "*Blue Growth*"), alla connettività e al turismo. Il comparto dell'economia blu può dare importanti contributi per lo sviluppo delle tecnologie blu, la produzione e consumo sostenibile dei prodotti ittici; la connettività è rafforzata su scala territoriale dalla rilevante dotazione infrastrutturale di area FLAG MARCHE CENTRO, potenziata recentemente anche dalla

nuova direttrice di collegamento con il versante umbro (superstrada Civitanova-Foligno), che permetterà un trasporto più agevole e tempestivo del prodotto ittico fresco e la possibilità di mercato anche da parte di piccoli dettaglianti.

Infine, nell'ambito della nascente macro-regione adriatico-ionica, il turismo può trarre beneficio da una cooperazione potenziata e sostenibile per espandere il proprio prodotto ittico sul mercato, attraverso la creazione di un *brand* di qualità. La stessa area FLAG Marche Centro può diventare una vetrina per prodotti e servizi turistici sostenibili, responsabili e diversificati.

5.2.3 Descrizione delle minacce

Le minacce che possono insorgere nell'area del FLAG Marche Centro sono relative al cambiamento climatico, che impatta in maniera preponderante sulla qualità e disponibilità degli stock ittici del medio Adriatico, che al contesto economico globale che determina cambiamenti strutturali per l'impresa. In merito al depauperamento della risorsa alieutica, le due marinerie di Ancona e Civitanova Marche hanno adottato già da tempo azioni di sostenibilità della risorsa, attuando sistemi di gestione per la salvaguardia e il ripopolamento delle specie ittiche.

Relativamente al cambiamento climatico, questo influisce sia sul rischio perdita di biodiversità marina, sia in un'accentuazione del rischio di erosione costiera. Alcune zone dell'area (Porto Recanati, Numana, Porto Potenza) sono state già interessate a fenomeni erosivi, con perdite ingenti sia a livello di porzioni di litorale che di attività economiche del settore che insistono sulla costa.

Infine, il nuovo contesto economico globale, accompagnato da un quadro normativo europeo che non tiene sufficientemente conto delle peculiarità dell'area Adriatica, pone le imprese del settore in una forte posizione di svantaggio competitivo, aggravato da un aumento dei costi di gestione. A ciò si aggiunge l'elevata concorrenza del prodotto ittico proveniente da Paesi extra EU a basso costo.

5.3 Bisogni/Obiettivi

Bisogni	Obiettivi	Azioni come da proposta di rimodulazione
Descrivere i bisogni prioritari di intervento coerentemente con l'analisi del territorio e l'analisi SWOT	Individuare gli obiettivi di intervento coerentemente con l'analisi del territorio e l'analisi SWOT	Individuare le azioni di intervento coerentemente con i relativi bisogni e obiettivi
Fabbisogno 1: Incrementare il tasso di innovazione tecnologica, tecnica e gestionale nelle diverse fasi della filiera	OBT.1.A: Sostenere lo sviluppo di modelli e processi innovativi volti a stimolare la creatività progettuale e la costituzione di PPP nel settore dei servizi alla pesca marittima.	Azione 1.1: Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all'attivazione di laboratori d'innovazione ed alla Realizzazione di Progetti Pilota
	OBT.1.B: Valorizzare la tipicità del prodotto ittico locale, affinando la raccolta, la strutturazione e la restituzione di dati ed informazioni disponibili al fine di tracciare il prodotto, migliorarne la qualità e incrementarne il valore.	Azione 1.1: Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all'attivazione di laboratori d'innovazione ed alla Realizzazione di Progetti Pilota <u>Sub-intervento: Realizzazione di azioni pilota definite nell'ambito del laboratorio "Certificazione e produzione di qualità"</u>
	OBT.1.E Incentivare l'innovazione di processo e di prodotto favorendo la filiera corta e pratiche di commercializzazione e distribuzione a kilometro zero	Azione 1.1: Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all'attivazione di laboratori d'innovazione ed alla Realizzazione di Progetti Pilota <u>Sub-intervento: Realizzazione di azioni pilota definite nell'ambito del laboratorio "Innovazione tecnologica, di prodotto e di processo"</u>
	OBT.1.F Sostenere la ricerca, la sperimentazione e l'avviamento di pratiche di acquacoltura finalizzata a conseguire il potenziale ripopolamento delle specie ittiche attraverso l'introduzione di pratiche innovative di riproduzione e allevamento	Azione 1.1: Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all'attivazione di laboratori d'innovazione ed alla Realizzazione di Progetti Pilota <u>Sub-intervento: Realizzazione di azioni pilota definite nell'ambito del laboratorio "Innovazione tecnologica, di prodotto e di processo"</u>
Fabbisogno 2: Migliorare la performance ambientale ed energetica del sistema pesca	OBT.1.D. Favorire l'economia circolare e l'eco-innovazione nei servizi legati al sistema pesca nelle aree	Azione 1.1: Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all'attivazione

	portuali.	di laboratori d'innovazione ed alla Realizzazione di Progetti Pilota <u>Sub-intervento: Realizzazione di azioni pilota definite nell'ambito del laboratorio "Eco-innovazione"</u>
Fabbisogno 3: Incentivare la nuova imprenditoria, la diversificazione dell'impresa ittica e l'attivazione di nuovi modelli di business nel settore della pesca	OBT.1.C: Rivitalizzare il settore ittico favorendo nuove forme di imprenditoria nel settore della pesca marittima e della blue economy	Azione 1.2: Incentivi per l'avvio di start up, potenziamento e sviluppo di micro, piccolo, medie imprese (MPMI) già esistenti, nel settore della pesca e nei settori collegati (<i>blue economy</i>) <u>Sub-intervento: contributi alla realizzazione di investimenti per le imprese beneficiarie</u>
Fabbisogno 4: legare la qualità del prodotto alla tipicità del territorio valorizzando al massimo gli <i>asset</i> culturali, storici e ambientali	OBT.2.A Incentivare la promozione del territorio per rafforzarne l'identità	Azione 2.1: Costruzione del <i>Brand Ombrello</i> e sviluppo iniziative integrate di marketing e promozione territoriale Azione 2.2: Sostegno a progetti di promozione del territorio, dei prodotti ittici locali, della cultura locale e del dialogo sociale finalizzate alla riscoperta delle tradizioni della pesca e alla tutela del mare
	OBT.2.B Valorizzare e tutelare il patrimonio storico, culturale e ambientale legato alla pesca	Azione 2.2 Sostegno a progetti di promozione del territorio, dei prodotti ittici locali, della cultura locale e del dialogo sociale finalizzate alla riscoperta delle tradizioni della pesca e alla tutela del mare
	OBT.2.C Riqualificare i luoghi di sbarco e di identificazione del mondo della pesca.	Azione 2.3: I luoghi della pesca e di sbarco
Fabbisogno 5: aumentare le competenze professionali e manageriali	OBT.1.G Aggiornamento, riqualificazione e formazione degli operatori della pesca	Azione 1.1: Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all'attivazione di laboratori d'innovazione ed alla Realizzazione di Progetti Pilota <u>Sub-intervento: Realizzazione di azioni pilota definite nell'ambito del laboratorio "Formazione e sviluppo di competenze"</u>

	OBT.1.H Stimolare l’iniziativa imprenditoriale, la diversificazione delle attività mediante attività di orientamento/formazione professionale, mirata in particolare a giovani imprenditori, alle donne della pesca, agli artigiani del settore.	Azione 1.2: Incentivi per l’avvio di start up, potenziamento e sviluppo di micro, picco, medie imprese (MPMI) già esistenti, nel settore della pesca e nei settori collegati (<i>blue economy</i>) <u>Sub-intervento: contributi all'acquisto di servizi di sostegno allo sviluppo di capacità imprenditoriali nelle imprese beneficiarie</u>
Fabbisogno 6: Incrementare la conoscenza delle proprietà del pesce azzurro e la cultura di una sana e corretta alimentazione tra i giovani	OBT.2.B Valorizzare e tutelare il patrimonio storico, culturale e ambientale legato alla pesca	Azione 2.2 Sostegno a progetti di promozione del territorio, dei prodotti ittici locali, della cultura locale e del dialogo sociale finalizzate alla riscoperta delle tradizioni della pesca e alla tutela del mare
Fabbisogno 7: Rafforzare la cooperazione regionale, interregionale e transazionale	OBT.5.A Migliorare la Cooperazione internazionale, lo scambio di buone pratiche e la collaborazione con altri FLAG	Azione 3.1: Azioni a sostegno della cooperazione e dello sviluppo di network e partenariati internazionali.

6 STRATEGIA: DESCRIZIONE DEGLI OBIETTIVI, DEGLI OBIETTIVI INTERMEDI E DELLE AZIONI

6.1 Descrizione della Strategia e degli obiettivi

Il settore della pesca attraversa una fase di profonda crisi sia di ordine congiunturale che strutturale. In Italia, le **attività imprenditoriali sul fronte ittico e della pesca** stanno sempre più assumendo **carattere commerciale**, dato che gran parte del **lavorato** in Italia è **acquisito dall'estero**. Inoltre, **l'acquisizione di molti operatori italiani da parte di imprese estere** genera una **potenziale perdita di capitale imprenditoriale locale**, che rischia di minare le prospettive di competitività economica del settore nel medio periodo. Tale rischio permane anche in presenza di una sistematica azione a sostegno delle attività innovative basate sulla tecnologia. È importante dunque recuperare la capacità organizzativa e imprenditoriale che ha generato e sostenuto nel tempo la competitività della pesca in ambito locale. Ciò è emerso anche dall'analisi SWOT e dei fabbisogni condotta nell'area di interesse del FLAG Marche Centro. La "necessità di innovazione" deve assolutamente essere declinata lungo tutta la filiera, in particolare per ciò che concerne:

- **l'ampliamento del portafoglio prodotti** attraverso l'introduzione/sviluppo di nuovo **prodotti innovativi**, sia sul fronte commerciale e/o del packaging e confezionamento, sia sul fronte della qualità intrinseca e delle sulle componenti biologiche e organolettiche
- **l'innovazione nei modelli organizzativi e imprenditoriali**, stimolando nuove forme di aggregazione, recuperando attrattività e vitalità attraverso lo sviluppo di più opportune e adeguate competenze, diversificando le attività anche in settori di elevato potenziale competitivo come il turismo e l'economia green che potrebbero ridare maggiore *appeal* al settore che attualmente offre una redditività molto bassa, non facilitando i processi di entrata spontanea.

"Bisogna riscoprire la narrazione del mestiere del pescatore": su questa immagine evocativa, scaturita dal confronto con il mondo dei pescatori, è stata costruita la visione strategica di sviluppo Locale del FLAG Marche Centro. L'obiettivo prioritario della strategia è rivitalizzare il settore, incrementandone la sua attrattività, valorizzandone le specificità che esso offre, non solo in termini di prodotto, ma anche di cultura, tradizioni e di luoghi. Ciò con l'intento di costruire un progetto di territorio in grado di esaltarne tutto il potenziale di innovazione, ancora inespresso. E' importante al contempo muovere verso il recupero e la valorizzazione del ricchissimo patrimonio di tradizioni, di storia e di cultura che la pesca può offrire per costruirci sopra un progetto di rilancio del settore che passi anche attraverso la promozione del territorio e delle proprie tipicità. Perché solo attraverso il perfetto mix tra 3 variabili quali innovazione (capitale tecnologico/organizzativo), promozione del territorio (capitale culturale/storico/ambientale) e competenze professionali (capitale umano) si può garantire il rilancio dell'economia del settore e lo sviluppo di nuova imprenditoria.

Su questa visione triangolare (Innovazione – Promozione territoriale – Sviluppo Competenze) la strategia del FLAG mira a perseguire i seguenti Obiettivi Generali:

- **OBT1:** Valorizzare, creare occupazione, attrarre i giovani e promuovere l'innovazione in tutte le fasi della filiera dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura
- **OBT2:** Promuovere il benessere sociale e il patrimonio culturale nelle zone di pesca e acquacoltura, inclusi la pesca, l'acquacoltura e il patrimonio culturale marittimo
- **OBT3:** Sostenere la diversificazione, all'interno o all'esterno della pesca commerciale, l'apprendimento permanente e la creazione di posti di lavoro nelle zone di pesca e acquacoltura

Il perseguimento di questi 3 obiettivi generali verrà perseguito attraverso la gestione di 3 misure (due verticali ed 1 trasversale) che si articolano in 6 Azioni:

M1. COMPETENZE, INNOVAZIONE E SVILUPPO DI SERVIZI PER LA FILIERA DELLA PESCA E DELL'ACQUACOLTURA

A1.1. Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all'attivazione di laboratori d'innovazione ed alla realizzazione di progetti pilota

Questi si svilupperanno su 5 aree tematiche prioritarie che fanno riferimento a:

- Internazionalizzazione, cooperazione e sviluppo territoriale
- Certificazione e produzioni di qualità
- Innovazione tecnologica, di prodotto e di processo.
- Eco-innovazione
- Formazione e sviluppo di competenze

A1.2. Incentivi per l'avvio di start up, potenziamento e sviluppo di micro, piccole, medie imprese (MPMI) già esistenti, nel settore della pesca e nei settori collegati (blue economy)

M2. PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO STORICO E CULTURALE DELLA PESCA

A2.1. Costruzione del Brand Ombrello e sviluppo iniziative integrate di marketing e promozione territoriale

A2.2. Sostegno a progetti di promozione del territorio, dei prodotti ittici locali, della cultura locale e del dialogo sociale finalizzate alla riscoperta delle tradizioni della pesca e alla tutela del mare

A2.3. I luoghi della pesca e di sbarco

M3. COOPERAZIONE INTERNAZIONALE

A3.1. Azioni a sostegno della cooperazione e dello sviluppo di network e partenariati internazionali

6.2 Quadro logico

OBIETTIVI	MISURE	OBIETTIVI SPECIFICI	AZIONI
OBT1: Valorizzare, creare occupazione, attrarre i giovani e promuovere l'innovazione in tutte le fasi della filiera dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura	M1. COMPETENZE, INNOVAZIONE E SVILUPPO DI SERVIZI PER LA FILIERA DELLA PESCA E DELL'ACQUACOLTURA – Sostenere l'innovazione nell'intera filiera della pesca e dell'acquacoltura, stimolando: la costituzione di partenariati pubblico-privati; la gestione di living labs tematici su temi di particolare interesse per lo sviluppo competitivo del settore; la realizzazione di azioni pilota e di interventi dimostrativi; la creazione di apprendimenti condivisi, nonché lo sviluppo di competenze e capacità evolute sia sul versante tecnico che imprenditoriale; la diffusione ed il trasferimento dei risultati conseguiti.	OBT.1.A: Sostenere lo sviluppo di modelli e processi innovativi volti a stimolare la creatività progettuale e la costituzione di PPP nel settore dei servizi alla pesca marittima	Azione 1.1: Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all'attivazione di laboratori d'innovazione ed alla Realizzazione di Progetti Pilota
		OBT.1.B: Valorizzare la tipicità del prodotto ittico locale, affinando la raccolta, la strutturazione e la restituzione di dati ed informazioni disponibili al fine di tracciare il prodotto, migliorarne la qualità e incrementarne il valore	Azione 1.1: Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all'attivazione di laboratori d'innovazione ed alla Realizzazione di Progetti Pilota <u>Sub-intervento: Realizzazione di azioni pilota definite nell'ambito del laboratorio "Certificazione e produzione di qualità"</u>
		OBT.1.C: Rivitalizzare il settore ittico favorendo nuove forme di imprenditoria nel settore della pesca marittima e della blue economy	Azione 1.2: Incentivi per l'avvio di start up, potenziamento e sviluppo di micro, picco, medie imprese (MPMI) già esistenti, nel settore della pesca e nei settori collegati (<i>blue economy</i>) <u>Sub-intervento: contributi alla realizzazione di investimenti per le imprese beneficiarie</u>
		OBT.1.D. Favorire l'economia circolare e l'eco-innovazione nei servizi legati al sistema pesca nelle aree portuali .	Azione 1.1: Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all'attivazione di laboratori d'innovazione ed alla Realizzazione di Progetti Pilota <u>Sub-intervento: Realizzazione di azioni pilota definite nell'ambito del laboratorio "Eco-innovazione"</u>

		OBT.1.E Incentivare l'innovazione di processo e di prodotto favorendo la filiera corta e pratiche di commercializzazione e distribuzione a kilometro zero	Azione 1.1: Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all'attivazione di laboratori d'innovazione ed alla Realizzazione di Progetti Pilota <u>Sub-intervento: Realizzazione di azioni pilota definite nell'ambito del laboratorio "Innovazione tecnologica, di prodotto e di processo"</u>
		OBT.1.F Sostenere la ricerca, la sperimentazione e l'avviamento di pratiche di acquacoltura finalizzata a conseguire il potenziale ripopolamento delle specie ittiche attraverso l'introduzione di pratiche innovative di riproduzione e allevamento	Azione 1.1: Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all'attivazione di laboratori d'innovazione ed alla Realizzazione di Progetti Pilota <u>Sub-intervento: Realizzazione di azioni pilota definite nell'ambito del laboratorio "Innovazione tecnologica, di prodotto e di processo"</u>
	M3. COOPERAZIONE	OBT.3.A Migliorare la Cooperazione internazionale, lo scambio di buone pratiche e la collaborazione con altri FLAG	Azione 3.1: Azioni a sostegno della cooperazione e dello sviluppo di network e partenariati internazionali.
OBT2. Promuovere il benessere sociale e il patrimonio culturale nelle zone di pesca e acquacoltura, inclusi la pesca, l'acquacoltura e il patrimonio culturale marittimo	M2. PROMOZIONE e VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO STORICO e CULTURALE DELLA PESCA. – Riscoprire la narrazione del mestiere del pescatore valorizzandone maggiormente le competenze professionali, il ruolo culturale e sociale di presidio del mare e della costa anche attraverso la riscoperta e la valorizzazione della cultura dei luoghi e delle tradizioni locali.	OBT.2.A Incentivare la promozione del territorio per rafforzarne l'identità	Azione 2.1: Costruzione del <i>Brand Ombrello</i> e sviluppo iniziative integrate di marketing e promozione territoriale
		OBT.2.B Valorizzare e tutelare il patrimonio storico, culturale e ambientale legato alla pesca	Azione 2.2 Sostegno a progetti di promozione del territorio, dei prodotti ittici locali, della cultura locale e del dialogo sociale finalizzate alla riscoperta delle tradizioni della pesca e alla tutela del mare

		OBT.2.C Riqualificare i luoghi di sbarco e di identificazione del mondo della pesca.	Azione 2.3: I luoghi della pesca e di sbarco
	M3. COOPERAZIONE	OBT.3.A Migliorare la Cooperazione internazionale, lo scambio di buone pratiche e la collaborazione con altri FLAG	Azione 3.1: Azioni a sostegno della cooperazione e dello sviluppo di network e partenariati internazionali.
OBT3. Sostenere la diversificazione, all'interno o all'esterno della pesca commerciale, l'apprendimento permanente e la creazione di posti di lavoro nelle zone di pesca e acquacoltura	M1. COMPETENZE, INNOVAZIONE E SVILUPPO DI SERVIZI PER LA FILIERA DELLA PESCA E DELL'ACQUACOLTURA – Sostenere l'innovazione nell'intera filiera della pesca e dell'acquacoltura, stimolando: la costituzione di partenariati pubblico-privati; la gestione di living labs tematici su temi di particolare interesse per lo sviluppo competitivo del settore; la realizzazione di azioni pilota e di interventi dimostrativi; la creazione di apprendimenti condivisi, nonché lo sviluppo di competenze e capacità evolute sia sul versante tecnico che imprenditoriale; la diffusione ed il trasferimento dei risultati conseguiti.	OBT.1.G Aggiornamento, riqualificazione e formazione degli operatori della pesca	Azione 1.1: Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all'attivazione di laboratori d'innovazione ed alla Realizzazione di Progetti Pilota <u>Sub-intervento: Realizzazione di azioni pilota definite nell'ambito del laboratorio "Formazione e sviluppo di competenze"</u>
		OBT.1.H Stimolare l'iniziativa imprenditoriale, la diversificazione delle attività mediante attività di orientamento/formazione professionale, mirata in particolare a giovani imprenditori, alle donne della pesca, agli artigiani del settore	Azione 1.2: Incentivi per l'avvio di start up, potenziamento e sviluppo di micro, picco, medie imprese (MPMI) già esistenti, nel settore della pesca e nei settori collegati (<i>blue economy</i>) <u>Sub-intervento: contributi all'acquisto di servizi di sostegno allo sviluppo di capacità imprenditoriali nelle imprese beneficiarie</u>
	M3. COOPERAZIONE	OBT.3.A Migliorare la Cooperazione internazionale, lo scambio di buone pratiche e la collaborazione con altri FLAG	Azione 3.1: Azioni a sostegno della cooperazione e dello sviluppo di network e partenariati internazionali.

6.3 Ambiti Tematici

Indicare l'ambito o gli ambiti tematici definiti dall'Accordo di partenariato sul quale o sui quali interviene la Strategia. **Barrare non più di tre caselle.**

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

Gli ambiti tematici scelti dal FLAG Marche Centro sono l'ambito tematico 1 e l'ambito tematico 12. La scelta di selezionarli entrambi come ambiti prioritari è motivata dall'obiettivo di sviluppare una strategia integrata in grado di declinare al meglio il processo di innovazione attraverso sia la valorizzazione del territorio e del prodotto ittico locale come *asset* unico di qualità, sia lo sviluppo di competenze professionali adeguate a potenziare l'attività imprenditoriale e sostenere l'avvio di nuove iniziative nel settore della pesca e nei settori collegati

Dall'analisi SWOT presentata nei documenti istruttori del programma FLAG emergono due aspetti che giustificano ulteriormente la scelta fatta. Da un lato, la **limitata cultura d'impresa** – intesa in senso lato come capacità di gestire una organizzazione industriale beneficiando delle interazioni con il sistema locale – appare debole e non sufficientemente reattiva a quelle che possono essere le **opportunità imprenditoriali**. D'altro lato, la generazione imprenditoriale che attualmente è alla guida delle imprese appare distante dai tratti tipici delle **nuove generazioni imprenditoriali** che sono più vicine all'uso di **nuovi strumenti tecnologici – incluse le ICT** – e più sensibili a nuovi **modelli organizzativi e commerciali**. L'evidenza, non solo di letteratura scientifica ma anche di osservazione diretta, desumibile dalla dinamica dell'industria della pesca in aree simili alla nostra regione ha mostrato che il rinnovamento del modello di business è il più delle volte transitato attraverso un cambiamento della leadership aziendale, a seguito di un cambiamento della *governance* dell'impresa. Partendo da quest'ottica, la strategia del FLAG mira a sostenere:

1. **Innovazione della filiera della pesca e dell'acquacoltura**, spingendo verso l'attivazione di nuovi modelli di business nel settore. L'obiettivo è quello di rivitalizzare e sostenere lo sviluppo

competitivo del settore, favorendo l'emergere di **nuovi modelli di organizzazione e commercializzazione del prodotto**, evitando di rimanere intrappolati nei modelli di business basati unicamente sul prelievo e la vendita immediata. Alcune delle azioni inserite nella Misura 1 della SSL sono finalizzate a:

- Incentivare **l'innovazione del prodotto** ittico, sia sul fronte della commerciabilità che della composizione qualitativa dello stesso (azione 1.1 – laboratorio “*Certificazione e produzione di qualità*”)
- Sostenere attività di **partnership orizzontale** tra i poli che esprimono l'avanguardia della ricerca e della conoscenza e le imprese in possesso di diverse competenze produttive e in grado di generare un ampliamento del portafoglio prodotti di area FLAG (azione 1.1 – laboratori “*Certificazione e produzione di qualità*” e “*Innovazione tecnologica, di prodotto e di processo*”)
- Sostenere attività di **partnership verticale** tra imprese a monte (pesca), di filiera e a valle (confezionatori e distributori). Tale aspetto appare di estrema importanza per il sistema produttivo in quanto l'area limitrofa al territorio di definizione FLAG appare estremamente ricca di imprese che operano con successo nell'industria alimentare e per le quali partnership verticali con le imprese della pesca appaiono lo sviluppo naturale (azione 1.1 – laboratorio “*Innovazione tecnologica, di prodotto e di processo*”)
- Sostenere lo sviluppo di progetti eco-compatibili e lo sviluppo di servizi legati alla blue economy (azione 1.1 – laboratorio “*Eco-innovazione*”)

2. La promozione del territorio, della cultura, delle tradizioni e dei luoghi come *asset* competitivo e identificativo in grado di valorizzare ulteriormente la qualità e la specificità del prodotto ittico locale nei mercati nazionali/esteri. Su questo aspetto sono da ricondursi tutte le azioni contenute nella misura 2 della SSL.

3. Lo sviluppo di nuove competenze attraverso la **formazione degli imprenditori e dei nuovi imprenditori**. Questa misura d'intervento ha l'obiettivo di accrescere e consolidare il capitale imprenditoriale locale. È da questo *asset* infatti che dipendono direttamente la sorti della singola impresa e la capacità delle imprese più competitive di spostarsi verso approcci più innovativi e meno legati a modelli di business tradizionali. Su questo fronte sono state previste:

- interventi a supporto dello sviluppo del capitale professionale ed imprenditoriale esistente (azione 1.1 – laboratorio “*Formazione e sviluppo di competenze*”)
- interventi per lo sviluppo di nuove attività imprenditoriali, incluso l'incentivo alla diversificazione nei settori connessi alla pesca (azione 1.2 – Incentivi allo start up: realizzazione di investimenti e lo sviluppo di capacità imprenditoriali)
- agevolazioni e interventi per lo sviluppo e/o l'aggregazione delle attività produttive al fine di ampliarne la scala e renderle più idonee a svolgere attività commerciali su scala più ampia (azione 1.2 – Incentivi allo sviluppo di MPMI già esistenti).

6.4 Obiettivi della strategia (Art. 63 Reg. UE n. 508/2014)

Indicare almeno uno degli obiettivi previsti dall'art. 63 par. 1 del Reg. (UE) n. 508/2014.

a)	Valorizzare, creare occupazione, attrarre i giovani e promuovere l'innovazione in tutte le fasi della filiera dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura	X
b)	Sostenere la diversificazione, all'interno o all'esterno della pesca commerciale, l'apprendimento permanente e la creazione di posti di lavoro nelle zone di pesca e acquacoltura	X
c)	Migliorare e sfruttare il patrimonio ambientale delle zone di pesca e acquacoltura, inclusi gli interventi volti a mitigare i cambiamenti climatici	
d)	Promuovere il benessere sociale e il patrimonio culturale nelle zone di pesca e acquacoltura, inclusi la pesca, l'acquacoltura e il patrimonio culturale marittimo	X
e)	Rafforzare il ruolo delle comunità di pescatori nello sviluppo locale e nella governance delle risorse di pesca locali e delle attività marittime	

6.5 Rispetto dei principi orizzontali

Il FLAG Marche Centro, coerentemente con i dettami del PO FEAMP, sostiene il principio di "Promozione della parità fra uomini e donne e non discriminazione", ex art. 7 del Reg. UE n. 1303/2013, per prevenire qualsiasi discriminazione fondata su sesso, razza o origine etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale. La piena operatività del principio verrà garantita valorizzando il ruolo delle donne nelle comunità di pescatori, favorendo lo sviluppo di capitale umano e il ricambio generazionale; rafforzando il dialogo sociale che integra la strategia locale di tipo partecipativo alle esigenze dei gruppi presenti nel settore pesca; individuando specifici criteri nelle procedure di selezione delle operazioni.

Il FLAG, ai sensi dell'art. 6 del Reg. UE n. 508/2014, promuove il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile previsti dalla Strategia Europa2020 e della PCP, nonché del "buono stato ambientale" delle acque marine europee, ai sensi della direttiva MSFD e a livello nazionale, della Strategia nazionale sulla Biodiversità. Il FLAG assicura, l'integrazione delle tematiche ambientali con le componenti sociali ed economiche, promuovendo una pesca e un'acquacoltura in ottica ambientalmente sostenibile, efficiente in termini di risorse, innovativa, competitiva e basata sulle conoscenze, anche in riferimento alle attività connesse.

Coerentemente nella strategia sono previste azioni:

- volte ad accrescere la consapevolezza ambientale, favorendo biodiversità e servizi eco-sistemici;
- di adattamento e mitigazione dei cambiamenti climatici, che aumentino il valore e la composizione del pescato, in caso di riduzione dello sfruttamento delle risorse ittiche;
- che migliorino la pianificazione territoriale degli spazi costieri, per prevedere gli impatti dei cambiamenti climatici sui diversi comparti produttivi. Verranno previsti criteri di premialità ai beneficiari che contribuiranno alla protezione della biodiversità marina, ad una migliore gestione o conservazione, installazione o ammodernamento di elementi fissi o mobili.

6.6 Cooperazione

Considerata l'importanza di potenziare l'azione del FLAG, la SSL presentata prevede una misura trasversale (M3) interamente dedicata alla cooperazione, **con un budget di 250.000,00 euro (modalità a titolarità)**.

Con tali fondi saranno attivabili progetti di cooperazione su scala transazionale, regionale e interregionale sui temi riguardanti:

- Food, enogastronomia, valorizzazione delle tradizioni culinarie e dei prodotti tipici locali
- Internazionalizzazione e innovazione tecnologica del sistema pesca
- Acquacoltura
- Turismo sostenibile, cultura e storia della pesca.

L'Obiettivo primario del FLAG è di sviluppare progettazione su ciascuna MISURA, riuscendo ad avviare almeno 2 progetti di cooperazione transazionale e 1 di cooperazione regionale/interregionale nell'arco dei 4 anni (2017-2020).

Un altro obiettivo del FLAG è di attivare ulteriori risorse finanziarie sviluppando progettazione su altri programmi europei di riferimento.

Tra i programmi di riferimento individuati e già analizzati ci sono:

- **Programma HORIZON2020**. Su questo programma il FLAG vorrebbe sviluppare almeno 1 progetto ricadente nella Misura 1 della SSL, essendo il tema dell'Innovazione prioritario su entrambi i 3 pillar del programma. In particolare le progettualità da sviluppare in via prioritaria sono relative all'innovazione di prodotto/processo e allo sviluppo e sperimentazione progetti e pratiche di acquacoltura. La presenza di organismi scientifici (Università degli Studi di Camerino e Università Politecnica delle Marche) all'interno del partenariato del FLAG garantisce un elevato valore aggiunto in termini di know-how sull'innovazione e di accesso a reti e partenariati internazionali, elemento essenziale per poter essere competitivi nell'ambito del programma HORIZON2020. Anche l'azione 1.1 Creazione del Centro per l'Innovazione e lo Sviluppo della Pesca (CISP) potrebbe trovare un importante sostegno all'interno del programma HORIZON in particolare su progetti di ricerca sperimentale e/o applicata al settore dell'innovazione tecnologica e della sicurezza in mare.
- **Programma LIFE**. Su questo programma si vorrebbe sviluppare almeno 1 progetto a sostegno dell'eco-innovazione. Tra i principali temi di interesse del FLAG ci sono quelli legati allo sviluppo di pratiche di economia circolare, all'attivazione di servizi e pratiche innovative in ambito ambientale, alla riduzione dello spreco alimentare, al riuso dell'invenduto e degli scarti dei mercati ittici, e alla riduzione degli impatti sul cambiamento climatico del sistema pesca.
- **Programmi CTE**. Attenzione particolare è rivolta al Programma Italia-Croazia. In questo programma (di prossima uscita), il FLAG prevede di candidare almeno 1 progetto nella Asse 1 del programma. Tra le priorità identificate c'è l'attivazione di partenariati in area Adriatico per scambi di buone pratiche, lo sviluppo di progetti di internazionalizzazione e promozione del prodotto ittico locale. Più in generale, su tutti i programmi della CTE potrebbero essere sviluppate in modo prioritario la Misura 2 della SSL del FLAG.
- **Programma ERASMUS+**. Su questo programma il FLAG vorrebbe attivare almeno 1 progetto di staff exchange e di mobilità all'estero in particolare per i giovani che vogliono fare impresa nel settore del turismo legato al mondo della pesca.

7 PIANO DI AZIONE

7.1 Descrizione delle azioni

Azione 1.1 (art. 28)	
1 – Titolo e descrizione misura	Titolo: Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all’attivazione di laboratori d’innovazione ed alla Realizzazione di Progetti Pilota Descrizione: Il CISP è uno <u>spazio organizzativo</u> funzionale a sviluppare e accedere all’innovazione attraverso l’attivazione di <u>laboratori tematici</u> e lo sviluppo di <u>Progetti Pilota/dimostrativi</u> pensati per pilotare soluzioni nuove e sostenibili utili ad affrontare sfide e opportunità nell'economia blu. L’azione mira a sostenere lo sviluppo di un nuovo modo di lavorare. Nei laboratori, mondo della ricerca, industria e stakeholder locali si mettono insieme per implementare soluzioni e progetti innovativi che sostengano lo sviluppo competitivo della pesca, dell’acquacoltura e della Blue Economy, ponendo attenzione alla tutela delle risorse marine e degli ecosistemi.
2 – Obiettivi e finalità	Motivazioni: La previsione di questo intervento è stata guidata dall’esigenza di colmare importanti criticità e rischi (cfr. analisi SWOT) che caratterizzano il territorio di riferimento del FLAG. Nello specifico, gli elementi di debolezza emersi nell’ambito del percorso partecipativo sono: - l’autoreferenzialità e le resistenze culturali che caratterizzano gli operatori economici del settore e che compromettono la possibilità di formulare strategie sistemiche, utili a sostenere lo sviluppo competitivo della pesca, dell’acquacoltura e della blue economy; - la carenza di spazi e tempi di confronto, nonché la mancanza di un processo di dialogo strutturato tra tutti gli attori, indispensabili per attivare processi collaborativi, per generare apprendimenti condivisi e formulare progettualità partecipate; - la debolezza delle relazioni che legano le imprese con l’avanguardia della ricerca e della conoscenza, da cui deriva uno scarso orientamento all’innovazione e l’attaccamento a modelli imprenditoriali che rischiano di divenire rapidamente obsoleti; - la scarsa integrazione (sia orizzontale che verticale) di tutti i segmenti della filiera, che impedisce di cogliere sinergie ed opportunità in grado di accrescere l’impatto sociale, economico ed occupazionale del settore. - La carenza di strategie e dispositivi che possano agevolare il trasferimento delle competenze e delle capacità necessarie ad avviare processi efficaci e sostenibili di sviluppo

Alla luce di queste osservazioni, si rileva come l'azione si connota per la sua forte aderenza alle specificità territoriali, intendendo affrontare la sfida dei cambiamenti in atto attraverso un processo pervasivo che porti a far evolvere cultura, competenze, relazioni, strumenti e risorse disponibili.

La non condivisione di una strategia comune, di obiettivi condivisi ha infatti fortemente compromesso in questi anni, a livello locale, la capacità di progettare l'innovazione nel settore della pesca. Questa mancanza di concertazione tra diversi attori del comparto, tra mondo scientifico, pubblico e privato ha rappresentato uno dei punti di debolezza emersi in fase di ascolto e recepimento delle istanze del territorio.

Obiettivo:

Attivare rapporti collaborativi e reti multistakeholders che consentano di agevolare concreti processi di innovazione e di sviluppo competitivo nei settori della pesca, dell'acquacoltura e della blue economy, accrescendone l'impatto sociale, economico ed occupazionale per il territorio.

In questa prospettiva il CISP non si configura come una nuova "struttura organizzativa", bensì come un più evoluto "modello funzionale" in grado di generare cooperazione e sinergie tra i diversi attori in una prospettiva multistakeholders.

In questo senso il CISP mira a sviluppare ambiziosi progetti collaborativi, in grado di alimentare ed arricchire il dominio di competenze nel settore della Pesca, inteso quale infrastruttura di conoscenze, capacità e servizi, basata sull'attivazione di sinergie tra:

1. L'avanguardia della ricerca e della conoscenza
2. Le imprese e gli operatori economici della filiera della pesca;
3. Gli enti di formazione impegnati nello sviluppo delle professionalità del settore;
4. La governance urbana, con la sua domanda di innovazione, strumentale ad accompagnare lo sviluppo socio-economico e la competitività del territorio.

Il CISP rappresenta quindi lo strumento attraverso il quale diviene possibile sostenere iniziative di avanguardia, condotte con metodologie collaborative ed in grado di valorizzare le specializzazioni del settore, attraverso:

- Il sostegno al dialogo tra tutti gli operatori della filiera, per garantirne una efficace e virtuosa integrazione;
- La messa in rete delle strutture di eccellenza regionali e nazionali;
- Il potenziamento dell'infrastruttura e dei risultati della ricerca, sostenendo anche processi di trasferimento dell'innovazione, dei risultati conseguiti e del know how maturato;
- La valorizzazione dei risultati delle attività realizzate dal punto di vista industriale e commerciale, contribuendo a sostenere lo sviluppo competitivo della Pesca;

	- Lo sviluppo di competenze distintive nel territorio, capaci di generare processi sostenibili di innovazione, grazie all'implementazione di un contesto abilitante. - Lo sviluppo di partnership e rapporti collaborativi in grado di migliorare la governance pubblica del settore e generare significativi effetti moltiplicatori sul versante delle risorse e delle competenze disponibili. Il progetto CISP sarà gestito a regia del FLAG, attraverso la pubblicazione di un avviso pubblico e prevede: ➤ la messa a disposizione degli spazi e delle risorse infrastrutturali necessarie alla realizzazione delle attività programmate; ➤ l'attivazione di almeno 5 laboratori tematici individuati in via prioritaria dal FLAG ➤ lo sviluppo di progetti pilota e di azioni dimostrative sui temi prioritari di innovazione e sviluppo emerse nell'ambito dei laboratori ➤ azioni di diffusione e di trasferimento dei risultati a tutti gli operatori potenzialmente interessati. Finalità: ➤ <u>Favorire il trasferimento dell'innovazione</u> all'interno dei sistemi della pesca, dell'acquacoltura e della blue economy, stimolando la ricerca applicata, il trasferimento di competenze e l'innovazione di filiera ➤ Stimolare (seguendo approccio multidisciplinare) <u>l'elaborazione di progetti di sviluppo e competitività</u> del settore favorendo, attraverso la costituzione di living labs tematici, il <i>matching</i> tra investitori, imprese, istituzioni, enti di ricerca, mondo della pesca ➤ <u>Sviluppare progetti pilota ed azioni dimostrative</u> in ambiti di intervento prioritari, che possono contribuire allo sviluppo competitivo del settore ed alla crescita economica ed occupazionale del territorio ➤ <u>Consolidare la capacità delle cooperative di intraprendere progetti di investimento</u> che necessitano di massa critica elevata per rendere sopportabile il rischio imprenditoriale che ne deriva ➤ <u>Incentivare il dialogo fra gli operatori della filiera</u> per perseguire un'effettiva integrazione dell'offerta e l'accorciamento della filiera che va dalla fase produttiva alla vendita finale con conseguente alleggerimento degli oneri a carico del consumatore ➤ <u>Promuovere la diffusione ed il trasferimento delle innovazioni e dei risultati generati</u>, affinché possano tradursi in concrete opportunità di sviluppo ed innovazione per gli operatori del settore
3 – Beneficiari	➤ Pescatori ➤ Organizzazioni di pescatori

	➤ Organismi di diritto pubblico - Organizzazioni non governative
4 – Interventi ammissibili nel dettaglio	<u>FASE 1: COSTITUZIONE e AVVIO DEL CENTRO</u> ➤ Individuazione delle risorse logistiche ed organizzative strumentali al corretto ed efficace funzionamento del CISP ➤ Definizione del Piano di Gestione, monitoraggio e controllo delle attività del centro ➤ Definizione Piano di lavoro e individuazione degli ambiti tematici di pertinenza dei Laboratori ➤ Definizione di una “Carta dei Servizi / Protocollo di Agreement” che identifichi i servizi offerti, le attività svolte e le modalità di accesso e partecipazione (ruoli, funzioni e responsabilità di tutti gli attori coinvolti) <u>FASE 2: COSTITUZIONE E GESTIONE DI “LABORATORI TEMATICI”</u> I laboratori tematici prevedono l’attivazione di veri e propri “living labs” che consentano di stimolare la creazione di rapporti collaborativi tra tutti gli attori, conferendo valore aggiunto alle attività del CISP in una prospettiva multidisciplinare e multistakeholders. In questa prospettiva, i living labs che saranno attivati si sostanziano in un ecosistema collaborativo che si caratterizza per 5 aspetti fondamentali: • l’innovazione aperta (“<i>open innovation</i>”), intesa quale nuovo paradigma che si contrappone a quello più tradizionale dell’innovazione “chiusa”, fondata sui laboratori interni di ricerca e sviluppo, ritenuti insufficienti a sviluppare tutto il potenziale innovativo delle imprese. L’innovazione aperta si affida invece a tutte le possibili fonti di innovazione, favorendo il loro coinvolgimento in processi trasparenti, collaborativi e sovente non codificati, in cui l’uso delle tecnologie assume spesso un ruolo preponderante; • le situazioni di vita reale (“<i>real-life settings</i>”). Essenziale per l’approccio Living Lab è che gli utenti finali non vengano chiamati in causa occasionalmente, all’interno delle mura dei laboratori di ricerca e sviluppo, al fine di trarre fugaci impressioni e parziali commenti circa le funzionalità e l’usabilità di prototipi, a valle di brevi sessioni di lavoro in cui l’uso dei prodotti o servizi viene simulato, se non addirittura “raccontato”, ai potenziali acquirenti futuri. Al contrario, si ritiene che i risultati migliori in termini di validazione e verifica provengano dalla messa a disposizione dei prototipi per un tempo sufficientemente lungo e nelle stesse condizioni “di vita reale” in cui i corrispondenti prodotti o servizi sarebbero utilizzati una volta immessi nel mercato. Ciò consente di aumentare la quantità e qualità del feedback lato utente, in una fase di sviluppo in cui apportare modifiche migliorative è ancora fattibile e relativamente economico, e può essere a volte determinante nello

	scongiurare inattesi e indesiderati fallimenti di mercato; • il coinvolgimento attivo degli utenti finali (“<i>end user engagement</i>”). Per quanto detto sopra, non è sufficiente, secondo l’approccio Living Lab, che agli operatori economici sia dato un ruolo circoscritto e limitato nei processi di innovazione. Nell’approccio Living Lab, vi è l’interesse a dare spazio agli utenti finali, con voce almeno pari rispetto agli altri attori di innovazione; • la co-creazione e l’innovazione guidata dagli utenti (“<i>user-driven innovation</i>”). Naturale portata di questi cambiamenti sotto il profilo metodologico e organizzativo è l’istituzione di nuovi “format” per i processi di ricerca e sviluppo, chiamati “co-creativi” o di “innovazione guidata dagli utenti”, al fine di sottolineare il ruolo se non prevalente, quanto meno paritetico dei beneficiari o destinatari ultimi rispetto agli inventori o sviluppatori di prodotti, servizi e infrastrutture sociali; • la generazione di servizi, prodotti e infrastrutture sociali. I Living Labs si pongono l’obiettivo di imprimere una svolta positiva nelle capacità dei processi di innovazione di radicarsi durevolmente nel mercato a cui fanno riferimento. L’esperienza sta dimostrando che la probabilità con cui i risultati della ricerca e sviluppo si trasformano in prodotti e servizi di successo aumentano notevolmente qualora l’approccio Living Lab venga integrato (a parità di tutte le altre condizioni) nel processo lineare classico di innovazione. I laboratori del CISP divengono quindi un’opportunità inedita di scambio, confronto e co-ideazione di soluzioni innovative, in grado di valorizzare la contaminazione tra conoscenze scientifiche e pratiche imprenditoriali, consentendo di promuovere sostenibili percorsi di innovazione e di sviluppo competitivo del settore. Gli ambiti tematici di riferimento dei living labs (gli stessi potranno essere parzialmente rivisti e/o specificati in fase di avvio) fanno riferimento ai seguenti aspetti: ➤ Internazionalizzazione, cooperazione e sviluppo territoriale ➤ Certificazione e produzioni di qualità ➤ Innovazione tecnologica, di prodotto e di processo. ➤ Eco-innovazione ➤ Formazione e sviluppo di competenze I laboratori dovranno essere: ➤ orientati ai risultati: confluendo in un prodotto finale tangibile, come servizi, prodotti di mercato o progetti pilota; ➤ innovativi: avere una dimensione guida e/o dimostrativa ➤ multidisciplinari: devono essere sviluppati da un team di ricercatori e tutor con esperienza nel settore economico e/o pubblico ➤ guidati dagli stakeholder: designati e implementati in consultazione con gruppi di partner (enti di ricerca, imprese, autorità economiche e locali) Lo scopo di tale laboratori sarà quello di stimolare il confronto, il dibattito, lo scambio e la cooperazione negli specifici settori
--	--

d'intervento, oltreché realizzare progetti di sviluppo e competitività per il sistema della pesca, dell'acquacoltura e della blue economy, favorendo il *matching* tra investitori, imprese, istituzioni, enti di ricerca. I laboratori opereranno a livello di interfaccia tra l'avanguardia della conoscenza e gli operatori economici, così che i risultati della ricerca siano portati sul mercato e contribuiscano a generare opportunità di lavoro e di business.

FASE 3: REALIZZAZIONE DI PROGETTI PILOTA ED AZIONI DIMOSTRATIVE

Sulla base del confronto che si svilupperà nell'ambito dei diversi laboratori tematici, si prevede la realizzazione di Progetti Pilota e Azioni Dimostrative che consentano di:

- valorizzare i risultati del dibattito emerso, in termini di fabbisogni, proposte e possibili soluzioni, attivando percorsi in grado di sostenere logiche di "*demand driven innovation*";
- garantire il coinvolgimento del maggior numero di operatori economici in tutte le fasi di realizzazione dell'intervento, quali potenziali destinatari delle soluzioni ideate;
- sostenere la più ampia trasferibilità dei risultati e delle innovazioni ideate, rendendo pubblici i risultati degli interventi condotti e quindi agevolmente accessibili da tutti i potenziali attori interessati (cfr fase 4)

La natura, gli ambiti e le modalità di gestione dei diversi progetti pilota risulta ovviamente condizionata in ragione delle tematiche che saranno affrontate nei diversi laboratori. Nel dettaglio, e a titolo meramente esemplificativo, si prevede:

1. Laboratorio: "**Internazionalizzazione, cooperazione e sviluppo territoriale**"
 - Attivazione di un servizio di supporto on demand al settore della Pesca, che consenta di accompagnare tutti gli operatori nella mobilitazione di opportunità complementari disponibili a valere su diverse fonti di finanziamento (FEAMP, FSE, ...)
 - Elaborazione di proposte progettuali formulate su programmi diretti dell'Unione Europea (Horizon 2020, Life, CTE, Erasmus +, ...)
 - Definizione di strategie di internazionalizzazione condivise a livello di area FLAG
 - Messa a disposizione di un'offerta di informazioni strategiche sull'evoluzione dei mercati, delle tecnologie, delle normative tecniche, dell'internazionalizzazione, etc.
2. Laboratorio: "**Certificazione e produzioni di qualità**"

I progetti pilota saranno orientati a migliorare la conoscenza del settore pesca, valorizzare la tipicità del prodotto ittico locale (anche nel rispetto della stagionalità delle specie ittiche), affinando e promuovendo sistemi e modelli a garanzia della tracciabilità e della qualità del prodotto. Nello specifico, le azioni intraprese dovranno perseguire le

seguenti finalità:

- valorizzazione del prodotto ittico locale, promuovendo sistemi di certificazione che partano dalle molteplici esperienze e dispositivi oggi disponibili
- differenziare il prodotto ittico locale, migliorandone anche l'immagine attraverso l'utilizzo di marchi che risultino, riconoscibili dallo stesso consumatore che crea la domanda sul mercato
- promuovere sistemi di tracciabilità dei prodotti a garanzia della qualità degli stessi;
- sviluppare nuovi canali commerciali alternativi per i prodotti ittici regionali, in considerazione del turismo (in crescita nella Regione Marche) e all'aumento dell'interesse di un turismo legato a percorsi enogastronomici ed altri prodotti tipici/tradizionali del territorio

3. Laboratorio: Innovazione tecnologica, di prodotto e di processo.

I progetti pilota saranno finalizzati a:

- Promuovere l'innovazione nelle diverse fasi della filiera, con particolare interesse allo sviluppo di pratiche di acquacoltura, trasformazione e commercializzazione.
 - Sostegno all'innovazione del prodotto ittico,
 - ✓ Azioni di ricerca e sviluppo delle possibili trasformazioni tecnologiche innovative del pesce fresco, l'incremento della shelf life mediante packaging e metodi di conservazione a basso impatto
 - ✓ Interventi di valorizzazione della filiera pesce azzurro e bianco attraverso la trasformazione di prodotti ittici "*minimally processed*"
 - Sostegno all'innovazione gestionale e organizzativa sostenendo:
 - ✓ attività di partnership orizzontale tra imprese in possesso di diverse competenze produttive e in grado di generare un ampliamento del portafoglio prodotti di area FLAG
 - ✓ attività di partnership verticale tra imprese a monte (pesca), di filiera e a valle (confezionatori e distributori)
- Promuovere la ricerca, la sperimentazione e l'avviamento di pratiche di acquacoltura finalizzata a conseguire il potenziale ripopolamento delle specie ittiche attraverso l'introduzione di pratiche innovative di riproduzione e allevamento. In particolare, gli interventi dovranno essere orientati a:
 - Studiare e definire tecniche di reperimento di molluschi, di interesse per il consumo alimentare, orientate alla salvaguardia delle popolazioni naturali insediate nel medio Adriatico

	▪ Ideare tecniche responsabili di allevamento dei molluschi, per sostenere gli operatori del settore della pesca e diversificare la produzione della molluschicoltura marchigiana ▪ Definizione dei criteri di mantenimento in cattività delle diverse fasi di sviluppo con particolare enfasi in relazione alle condizioni chimico fisiche ambientali dell'alimentazione 4. Laboratorio: Eco-innovazione I progetti pilota che saranno realizzati mirano a favorire l'economia circolare e l'eco-innovazione nei servizi legati al sistema pesca nelle aree portuali, consentendo di ridurre l'impronta ecologica e le emissioni inquinanti. A titolo esemplificativo, le attività realizzate saranno specificatamente orientate a: - migliorare la sostenibilità ambientale ed energetica delle aree portuali dedicate all'attività di pesca e alle attività turistiche (es. efficienza di processo/prodotto; produzione di energia rinnovabile, riduzione carbon footprint), - Migliorare i sistemi di aspirazione e depurazione delle acque nere e delle acque utilizzate per lavaggio delle imbarcazioni - Sviluppare nuove pratiche di economia circolare nel settore ittico (es. raccolta/riciclo/riuso materiali di scarto, raccolta scarti alimentari, recupero dei grassi, degli oli, dei carburanti e sostanze varie provenienti dalle attività cantieristiche) 5. Laboratorio: Formazione e sviluppo di competenze Si prevede la realizzazione di alcuni corsi formativi "pivot" su ambiti di particolare interesse strategico per il settore e finalizzati a soddisfare le esigenze di aggiornamento e riqualificazione degli operatori. I percorsi potranno essere organizzati anche in modalità seminariale, aperti a tutti gli operatori del settore ed organizzati sulla base di specifici ambiti di contenuto ritenuti prioritari. Tale setting consente infatti di qualificare l'utilizzo di metodologie di cooperative learning che enfatizzano le logiche collaborative attivate nell'ambito dei laboratori. L'offerta consentirà di contribuire al rilancio di specifici profili professionali, alla valorizzazione del mestiere, favorendone anche l'accesso da parte delle nuove generazioni. I progetti ed i contenuti didattici (che non ricomprenderanno aree di formazione obbligatoria) saranno sviluppati nell'ambito del laboratorio e, di seguito, si esplicitano alcune possibili aree di <i>compliance</i> e di opportunità emerse nel corso del processo partecipativo: - area di compliance "<i>eLogBook</i>" ed informatica" - area di compliance "<i>Ecologia Marina e gestione delle Risorse marine</i>"
--	--

	- area di opportunità “FEAMP Programmazione Comunitaria 2014-2020” - area di opportunità “Aggiornamento normativo e legale - area opportunità “Corso di lingua inglese” FASE 4: DIFFUSIONE DEI RISULTATI E SOSTEGNO ALLA LORO TRASFERIBILITA’ Al fine di assicurare la massima trasferibilità dei risultati generati dal CISP, si prevede la realizzazione di azioni ed eventi di comunicazione e divulgazione scientifica, presso associazioni ed operatori della pesca e dell’acquacoltura. In particolare, per ogni laboratorio tematico dovrà essere garantito: - un workshop intermedio che dia conto delle attività gestite e delle ulteriori azioni programmate - un seminario finale di diffusione dei risultati conseguiti; - la predisposizione di un report (anche in formato e-book), nel quale dovranno essere sistematizzati i lavori ed il dibattito sviluppato nel corso dei living labs, nonché i risultati delle azioni pilota realizzate.
5 – Localizzazione degli interventi	Area FLAG Marche Centro
6 – Tipologia di spese ammissibili	In merito alle spese ammissibili, si farà riferimento alle “Linee guida per l’ammissibilità delle spese del Programma Operativo FEAMP 2014-2020”. Le spese dovranno inoltre essere ricomprese in un progetto che abbia le caratteristiche di un lotto funzionale. Infine, le spese sono ammissibili se pertinenti alle finalità ed obiettivi perseguiti con la misura e strumentali rispetto agli interventi indicati nella scheda-misura”.
7 – Tipologia di spese escluse	➤ Interessi passivi ➤ Acquisto di terreni non edificati e di terreni edificati ➤ IVA salvo nei casi in cui non sia recuperabile a norma della normativa nazionale sull’IVA ➤ Costi relativi a multe, penali, ammende, sanzioni pecuniarie, oneri e spese processuali e di contenziosi ➤ Deprezzamenti e le passività ➤ Costi relativi alle composizioni amichevoli, gli arbitrati e gli interessi in mora ➤ Commissioni per operazioni finanziarie, le perdite di cambio e gli altri oneri finanziari
8 – Intensità di contributo	€ 800.000,00 (75% FEAMP pari a 600.000,00; 25% cofinanziamento pari a 200.000,00)
9 – Criteri di ammissibilità	CRITERI GENERALI DI AMMISSIBILITÀ ➤ Applicazione del CCNL di riferimento nel caso in cui il richiedente utilizzi personale dipendente ➤ Il richiedente non rientra tra i casi di esclusione di cui all'art. 106 del Reg. (UE) n. 966/2012 CRITERI DI AMMISSIBILITÀ ATTINENTI AL SOGGETTO

	<i>RICHIEDENTE</i> ➤ Il richiedente non rientra nei casi di inammissibilità previsti dai paragrafi 1 e 3 dell'art. 10 del Reg. (UE) n. 508/2014 (ai sensi del paragrafo 5 del medesimo articolo) <i>CRITERI DI AMMISSIBILITÀ RELATIVI ALL'OPERAZIONE</i> ➤ L'operazione concorre al raggiungimento degli obiettivi di cui al PO FEAMP
10 – Criteri di selezione	<i>CRITERI TRASVERSALI</i> ➤ L'operazione prevede interventi coerenti (Ic) con almeno un'azione/topic di un pilastro del Piano di Azione Eusair (applicabile per le Regioni rientranti nella strategia EUSAIR) ➤ Il soggetto richiedente è di sesso femminile ovvero la maggioranza delle quote di rappresentanza negli organi decisionali è detenuta da persone di sesso femminile, se diversi da organismi di diritto pubblico ➤ Minore età del richiedente ovvero minore età media dei componenti dell'organo decisionale, se diversi da organismo pubblico ➤ L'operazione si inserisce in una strategia/progetto/piano finanziato anche con altre risorse finanziarie con particolare riferimento a Fondi SIE <i>CRITERI RELATIVI ALL'OPERAZIONE</i> ➤ L'operazione prevede un maggior numero di pescatori in caso di domanda collettiva ➤ Numero di organismi tecnici o scientifici coinvolti ➤ L'operazione prevede iniziative volte alla creazione di reti tra esperti scientifici e pescatori ➤ L'operazione prevede iniziative volte alla creazione di accordi di partenariato o di associazioni tra esperti scientifici e pescatori ➤ L'operazione prevede iniziative di divulgazione (seminari, sito internet, animazione, pubblicazione dei risultati) ➤ L'operazione ricade in un'area che è stata oggetto di un Piano di Gestione approvato ➤ L'operazione prevede iniziative volte alla creazione di poli tecnologici o strutture tecniche dedicate allo studio di particolari ambiti produttivi, sia a valenza territoriale, sia per gruppi di specie, in grado di approfondire le problematiche di tali ambiti ➤ L'operazione prevede iniziative per l'innovazione che perseguono l'aumento del valore aggiunto ➤ L'operazione è volta a sviluppare o introdurre sistemi di gestione e organizzativi innovativi o migliorati ➤ L'operazione prevede innovazioni volte ad introdurre nuove conoscenze tecniche ed organizzative che riducano l'impatto delle attività di pesca sull'ambiente ➤ L'operazione prevede il collegamento in rete e lo scambio di esperienze e buone pratiche fra le imprese o le organizzazioni professionali
11 – Procedura per la selezione	La selezione verrà effettuata previa emanazione di una procedura ad evidenza pubblica finalizzata ad individuare la migliore proposta progettuale per le diverse azioni previste, per tutta la

	durata della strategia.
12 – Sezione aiuti di stato	Le attività finanziate, nella misura in cui siano considerate quali “collegate alla pesca” (art. 42 TFUE), non saranno soggette alle normative sugli aiuti di Stato. Nel caso in cui vengano finanziate attività non collegabili alla pesca, si applicheranno le relative normative di settore.
13 – Piano finanziario distinto per annualità	260.000,00 - 2018 260.000,00 – 2019 280.000,00 - 2020
14 – Prodotti e risultati attesi	Prodotti: Prodotti trasversali: ➤ Attivazione di un Centro per l’Innovazione e lo Sviluppo della Pesca ➤ Attivazione di almeno 5 laboratori tematici funzionali a produrre studi, approfondimenti, analisi scientifiche e progetti per l’attuazione della strategia del FLAG ➤ Attivazione di una piattaforma online come strumento di gestione e diffusione delle informazioni e di accesso ai servizi ➤ Cinque workshop intermedi che diano conto delle attività gestite e delle ulteriori azioni programmate nell’ambito dei laboratori ➤ Cinque seminari finali di diffusione dei risultati conseguiti nei laboratori tematici attivati; ➤ la predisposizione di cinque reports (in formato e-book), nei quali dovranno essere sistematizzati i lavori ed il dibattito sviluppato nel corso dei singoli living labs, nonché i risultati delle azioni pilota realizzate. I prodotti specifici riconducibili ai singoli laboratori tematici possono essere così identificati: ➤ Internazionalizzazione, cooperazione e sviluppo territoriale • Erogazione di servizi di supporto al settore della Pesca, che consenta di accompagnare tutti gli operatori nella mobilitazione di opportunità complementari disponibili a valere su diverse fonti di finanziamento (FEAMP, FSE, ...) • Elaborazione di proposte progettuali formulate su programmi diretti (Horizon 2020, Life, CTE, Erasmus +,...) • Definizione di una strategia di internazionalizzazione condivisa a livello di area FLAG ➤ Certificazione e produzioni di qualità • Filiera/prodotto ittico certificato/valorizzato/tracciato • Riconoscibilità del prodotto sul mercato dal consumatore anche tramite il marchio QM della Regione Marche che identifichi tutto il percorso di filiera dal pescato al consumatore ➤ Innovazione tecnologica, di prodotto e di processo. • Promozione dell’innovazione nei diversi segmenti della filiera

	- Progetto pilota di trasformazione e/o integrazione di filiera • Promuovere la ricerca, la sperimentazione e l'avviamento di pratiche di acquacoltura - Sviluppo e/o miglioramento protocolli per la captazione, e/o la riproduzione e/o l'allevamento - Materiale didattico divulgativo (schede sul ciclo vitale schede sulle proprietà nutrizionali) ➤ Eco-innovazione • Attivazione di progetti innovativi volti a migliorare la sostenibilità ambientale nel settore della pesca e del turismo legato al mare ➤ Formazione e sviluppo di competenze • Almeno 25 destinatari di interventi formativi "pivot" Risultati: Risultati trasversali: ➤ Rafforzamento della collaborazione tra mondo della ricerca e della scienza e i pescatori ➤ Sviluppo processi/progetti integrati di innovazione del sistema pesca ➤ Miglioramento del dialogo e della collaborazione tra <i>Stakeholder</i> del territorio ➤ Rafforzamento della <i>governance</i> sull'innovazione ➤ Sviluppo ricerca applicata funzionale al miglioramento del sistema pesca I Risultati specifici riconducibili ai singoli laboratori tematici possono essere così identificati: ➤ Internazionalizzazione, cooperazione e sviluppo territoriale • Migliore orientamento all'internazionalizzazione della filiera per renderla più competitiva • Maggiore disponibilità un'offerta di informazioni strategiche sull'evoluzione dei mercati, delle tecnologie, delle normative tecniche, dell'internazionalizzazione, etc. ➤ Certificazione e produzioni di qualità • Incremento del valore della produzione ittica locale • Ottimizzazione della modalità di commercializzazione e distribuzione del prodotto ittico locale • Maggiore consapevolezza nei modelli di consumo e delle qualità organolettiche e di freschezza delle diverse alternative di acquisto presenti sul mercato (stagionalità del pescato). • Miglioramento della qualità dell'alimentazione • Incremento della diffusione del prodotto dotato di marchio rispetto al totale commercializzato • Maggiore riconoscibilità del prodotto/filiera ittica regionale, anche attraverso la promozione di marchi identificativi (QM) che garantisca la riconoscibilità dell'origine del territorio marchigiano/mare Adriatico • Una maggiore consapevolezza per gli operatori del settore
--	---

	dell'importanza del loro ruolo nella filiera produttiva ittica regionale per dare un prodotto con maggiore valore aggiunto dato anche dalla tracciabilità e freschezza/stagionalità del pescato ➤ Innovazione tecnologica, di prodotto e di processo. • Promozione dell'innovazione nei diversi segmenti della filiera - Razionalizzazione della filiera ittica; - Miglioramento della qualità tramite l'introduzione di tecniche innovative della conservazione del prodotto ittico fresco o minimamente processato; • Promuovere la ricerca, la sperimentazione e l'avviamento di pratiche di acquacoltura - Miglioramento delle condizioni di insediamento e sviluppo degli stadi giovanili - Perfezionamento delle tecniche di captazione e allevamento nel medio Adriatico ➤ Eco-innovazione • Sviluppo nuove pratiche di economia circolare nel settore ittico • Miglioramento della performance ambientale del sistema pesca ➤ Formazione e sviluppo di competenze • Miglioramento delle competenze degli operatori di filiera
15 – Quando dovranno aver luogo le azioni e in quale ordine	A seguito dell'avviso si prevede di attivare le azioni nel mese di febbraio 2018. Le attività si svilupperanno come segue FASE 1: entro sei mesi dall'approvazione del Piano FASE 2: entro i primi 12 mesi dall'approvazione del Piano FASE 3: entro i 2 anni dall'approvazione del Piano FASE 4: entro il 30.09.2020
16 – Titolarità dell'intervento	A Regia

Azione 1.2	
1 – Titolo e descrizione misura	Titolo: Incentivi per l'avvio di start up, potenziamento e sviluppo di Micro Piccole e Medie Imprese (MPMI) già esistenti nel settore della pesca e nei settori collegati (blue economy). Descrizione: Combinare tradizione e innovazione, al fine di rigenerare e rivitalizzare il settore, attraverso il sostegno a progetti imprenditoriali innovativi.
2 – Obiettivi e finalità	Obiettivo: Favorire nuove forme di imprenditoria, potenziare e diversificare quelle esistenti, nel settore della blue economy, ittico e della pesca. Finalità: L'azione mira a sostenere la diversificazione e la nuova imprenditoria nei settori della blue economy, attraverso la concessione di incentivi destinati a: - promuovere lo start up di nuove realtà imprenditoriali in grado di portare innovazione tecnologica, organizzativa e gestionale direttamente nel settore della pesca e nei settori ad essa collegati: ambientale, turistico-culturale, dei servizi tecnologici e dell'artigianato. Saranno previsti criteri di premialità per giovani imprenditori e per le imprese femminili. - Sostenere la realizzazione di specifici piani di innovazione e di sviluppo competitivo di Micro e Piccole Medie Imprese (MPMI) già esistenti, finalizzati a rafforzare il posizionamento sullo specifico mercato. I contributi potranno sostenere la realizzazione di investimenti e l'acquisto di servizi di sostegno allo sviluppo delle capacità imprenditoriali degli operatori, necessari per la realizzazione del progetto di avvio o di innovazione aziendale.
3 – Beneficiari	Micro, piccole e medie imprese di cui alla raccomandazione della Commissione europea 2003/361/CE della Commissione come nel dettaglio recepita dal DM 18 aprile 2005. Tali beneficiari possono presentare proposte per la realizzazione di specifici piani di innovazione e di sviluppo competitivo
4 – Interventi ammissibili	➤ Interventi funzionali rivolti ad acquisire/rilevare iniziative esistenti, sia nella forma di ricambio generazionale, sia di management buyout, attraverso la costituzione di consorzi di sviluppo e commercializzazione di nuovi prodotti ➤ Sviluppo di nuova imprenditoria nel settore dell'artigianato della pesca e dei mestieri (retai, falegnami, manovali) ➤ Sviluppo di start up innovative e tecnologiche nel settore della pesca e dei servizi collegati ➤ Iniziative di innovazione e di sviluppo competitivo legati all'attuazione di specifici piani aziendali di imprese esistenti ➤ Sostegno all'aggregazione di attività produttive per ampliare e/o potenziare la gamma dei servizi/prodotti offerti
5 – Localizzazione degli interventi	Area FLAG Marche Centro
6 – Tipologia di spese ammissibili	In merito alle spese ammissibili, si farà riferimento alle "Linee guida per l'ammissibilità delle spese del Programma Operativo FEAMP

	2014-2020". Le spese dovranno inoltre essere ricomprese in un progetto che abbia le caratteristiche di un lotto funzionale. Infine, le spese sono ammissibili se pertinenti alle finalità ed obiettivi perseguiti con la misura e strumentali rispetto agli interventi indicati nella scheda-misura".
7 – Tipologia di spese escluse	➤ Interessi passivi; ➤ I costi relativi a multe, penali, ammende, sanzioni pecuniarie, oneri e spese processuali e di contenzioni; ➤ I deprezzamenti e le passività; ➤ Spese per acquisto di beni mobili usati; ➤ I costi relativi alle composizioni amichevoli, agli arbitrati e gli interessi di mora; ➤ Le commissioni per operazioni finanziarie, le perdite di cambio e gli altri oneri finanziari; ➤ nel caso di acquisto con leasing: i costi connessi al contratto (garanzia del concedente, costi di rifinanziamento degli interessi, spese generali, oneri assicurativi, ecc.); ➤ spese relative a beni, consulenze e servizi forniti da società controllate e/o collegate; ➤ •spese relative a beni, consulenze e servizi forniti dai soci; ➤ •spese relative a beni, consulenze e servizi forniti dal legale rappresentante o dai componenti del consiglio di amministrazione ➤ spese relative a beni, consulenze forniti dal convivente del legale rappresentante o da soggetto a lui legato da vincolo di parentela fino al terzo grado o di affinità fino al secondo grado; ➤ acquisto di arredi ed attrezzature d'ufficio diverse da quelle informatiche e di laboratorio; ➤ costi per la manutenzione ordinaria e per le riparazioni (ad esclusione delle spese di pulizia straordinaria necessaria alla realizzazione degli interventi di progetto); ➤ servizi continuativi, periodici, o connessi alle normali spese di funzionamento dell'impresa (come la consulenza fiscale ordinaria, i servizi regolari di consulenza legale e le spese di pubblicità); ➤ realizzazione di opere tramite commesse interne; ➤ spese relative a parti o componenti di macchine ed impianti a meno che non siano finalizzati alla realizzazione del prototipo/impianto pilota previsto dal progetto ➤ opere di abbellimento e spazi verdi ➤ adeguamenti a obblighi di legge: gli interventi del progetto devono essere aggiuntivi e di ulteriore miglioramento rispetto ai limiti di legge e alle norme vigenti; ➤ opere provvisorie non direttamente connesse all'esecuzione del progetto.
8 – Intensità di contributo	€ 185.800,00 (50% FEAMP pari a euro 92.900,00; 50% cofinanziamento privato pari a euro 92.900,00). Saranno finanziati progetti da un minimo di € 10.000,00 ad un massimo di € 40.000,00

9 – Criteri di ammissibilità	CRITERI GENERALI DI AMMISSIBILITÀ ➤ Applicazione del CCNL di riferimento nel caso in cui il richiedente utilizzi personale dipendente ➤ Il richiedente non rientra tra i casi di esclusione di cui all'art. 106 del Reg. (UE) n.966/2012 CRITERI DI AMMISSIBILITÀ ATTINENTI AL SOGGETTO RICHIEDENTE ➤ Il richiedente non rientra nei casi di inammissibilità previsti dai paragrafi 1.c e 3 dell'art. 10 del Reg. (UE) n.508/2014 (ai sensi del paragrafo 5 del medesimo articolo) CRITERI DI AMMISSIBILITÀ RELATIVI ALL'OPERAZIONE ➤ L'operazione concorre al raggiungimento degli obiettivi di cui al PO FEAMP
10 – Criteri di selezione	CRITERI TRASVERSALI ➤ minore età del rappresentante legale ovvero minore età media dei componenti degli organi decisionali ➤ Il soggetto richiedente è di sesso femminile ovvero la maggioranza delle quote di rappresentanza negli organismi decisionali è detenuta da persone di sesso femminile ➤ L'operazione si inserisce in una strategia/progetto/piano finanziato anche con altre risorse finanziarie con particolare riferimento a Fondi SIE CRITERI SPECIFICI DEL RICHIEDENTE ➤ L'azienda è in possesso di certificazioni di prodotto o di processo (se rilevante) CRITERI RELATIVI ALL'OPERAZIONE ➤ L'iniziativa prevede interventi a diversi stadi della filiera ➤ L'operazione prevede interventi che contribuiscono a risparmiare energia o a ridurre l'impatto sull'ambiente, incluso il trattamento dei rifiuti ➤ L'operazione prevede interventi che migliorano la sicurezza, l'igiene, la salute e le condizioni di lavoro ➤ L'operazione prevede interventi che sostengono la trasformazione delle catture di pesce commerciale che non possono essere destinate al consumo umano ➤ L'operazione prevede interventi che sostengono la trasformazione dei sottoprodotti risultanti dalle attività di trasformazione principali ➤ L'operazione prevede interventi che sostengono la trasformazione di prodotti dell'acquacoltura biologica conformemente agli articoli 6 e 7 del Reg. (CE) n.834/2007 ➤ L'operazione prevede interventi finalizzati alla produzione di prodotti nuovi o migliorati, a processi nuovi o migliorati o a sistemi di gestione e di organizzazione nuovi o migliorati ➤ L'operazione prevede l'ottenimento di certificazioni di prodotto o di processo ➤ L'operazione prevede interventi volti all'utilizzo di prodotto proveniente dagli sbarchi delle flotte locali o da impianti acquicoli della Regione

11 – Procedura di selezione	La selezione verrà effettuata previa emanazione di una procedura ad evidenza pubblica finalizzata ad individuare i beneficiari e le operazioni da ammettere a finanziamento
12 – Aiuti di Stato	Sovvenzione a fondo perduto con intensità del 50% (Reg. 1407/2013 <i>de minimis</i>)
13 – Piano finanziario per annualità	Bando Dicembre 2017 per € 185.800,00 fino ad esaurimento risorse
14 – Prodotti e risultati attesi	Risultati ➤ Incremento dell'imprenditoria giovanile e femminile ➤ Incremento del numero di imprese di servizi nei settori collegati alla pesca ➤ Incremento del numero di imprese che fanno innovazione nel settore della pesca e nei settori collegati ➤ Maggiori capacità imprenditoriali per la gestione, innovazione e diversificazione delle attività legate alla pesca Prodotti ➤ 2 MPMI di nuova costituzione ➤ 2 MPMI in espansione con potenziale contenuto innovativo ➤ Servizi consulenziali e di accompagnamento allo sviluppo di attitudini e capacità imprenditoriali
15 – Quando dovranno aver luogo le azioni	Dicembre 2017 pubblicazione dell'avviso Settembre 2019 ultimazione delle attività
16 – Titolarità dell'intervento	Regia

Attività 2.1	
1 – Titolo e descrizione misura	Titolo: Costruzione di un <i>Brand Ombrello</i> e sviluppo iniziative integrate di marketing e promozione territoriale. Descrizione: Sostenere la promozione del territorio, della cultura, delle tradizioni e dei luoghi come <i>asset</i> competitivo e identificativo in grado di valorizzare ulteriormente la qualità e la specificità del prodotto ittico locale nei mercati nazionali/esteri.
2 – Obiettivi e finalità	Finalità: Incrementare la notorietà del territorio e delle sue eccellenze ittiche, alimentari, storico-culturali, naturalistiche e turistiche. Obiettivo: A tale scopo l'obiettivo prioritario che ci si pone è quello di sviluppare una <u>strategia complessiva di marketing territoriale</u> in grado di evidenziare e rendere <i>asset</i> di mercato gli aspetti premianti del territorio, quelli di unicità, identità, qualità a beneficio dei pescatori e di tutta la comunità locale. In particolare: ➤ Definizione di un Brand identificativo dell'area FLAG, che dovrà rappresentare sinergicamente le potenzialità di questo territorio, agendo dentro il “<i>Cluster Mare. Le Marche in Blu</i>” della Regione Marche ➤ Sviluppo attività di Promozione e co-Promozione del brand e del territorio attraverso iniziative locali, nazionali ed internazionali Contemporaneamente saranno sviluppate partnership con grandi player locali, regionali, nazionali ed internazionali per azioni di co-marketing e co-branding.
3 – Beneficiari	FLAG Marche Centro
4 – Interventi ammissibili nel dettaglio	➤ Definizione di un brand ombrello che racchiuda le specificità del territorio in termini di pesca, società, tradizione, turismo, cultura, artigianato, commercio ➤ Studio e individuazione delle caratteristiche distintive della realtà marinara nel territorio di riferimento ➤ Studio e realizzazione del “<i>concept</i>” o immagine riconoscibile di territorio “<i>di alta qualità, a vocazione marinara</i>” ➤ Piano di marketing e promo-commercializzazione ➤ Sviluppo Marketing tool-kit (video/brochures/gadgets) ➤ Riconfigurazione e gestione della piattaforma web di progetto, nonché di specifiche pagine dedicate sui principali social ➤ Organizzazione di eventi promozionali locali, nazionali e/o internazionali. In particolare potranno essere finanziate: • <u>Azioni su mass media</u>: edu-tour, concorsi, ufficio stampa (Obiettivo: visibilità, “blasone”, autorevolezza di realtà a vocazione marinara) • <u>Azioni su target professionali</u>: contest enogastronomici per chef, edu tour per operatori del turismo “esperienziale,

	partecipazione a rassegne di settore (Obiettivo: utilizzo del pescato da parte della ristorazione, proposta turistica del territorio) • <u>Azioni su pubblico finale</u>: eventi di promozione sul territorio, packaging “ombrello” per pescato, campagne social di fidelizzazione (obiettivo: incentivare la richiesta sul mercato di pesce proveniente dal territorio)
5 – Localizzazione degli interventi	Area FLAG Marche Centro
6 – Tipologia di spese ammissibili	In merito alle spese ammissibili, si farà riferimento alle “Linee guida per l’ammissibilità delle spese del Programma Operativo FEAMP 2014-2020”. Le spese dovranno inoltre essere ricomprese in un progetto che abbia le caratteristiche di un lotto funzionale. Infine, le spese sono ammissibili se pertinenti alle finalità ed obiettivi perseguiti con la misura e strumentali rispetto agli interventi indicati nella scheda-misura”.
7 – Tipologia di spese escluse	Non pertinente
8 – Intensità di contributo	€ 97.600,00 (100% FEAMP)
9 – Criteri di ammissibilità	La selezione dei partecipanti sarà fatta attraverso un’indagine di mercato volta ad acquisire almeno 5 proposte progettuali. L’indagine sarà avviata tenendo in considerazione i seguenti criteri - CV aziendale - Fatturato ultime 3 annualità
10 – Criteri di selezione	Criterio Offerta Economicamente più vantaggiosa (art.95 Codice Unico degli appalti Pubblici). I partecipanti alla gara d’appalto verranno valutati sulla base dei seguenti criteri: OFFERTA TECNICA (punti max 80/100): • Qualità dell’offerta tecnica (le specifiche di valutazione saranno individuate in sede di bando) • CV Aziendale / team proposto • Proposte migliorative Offerta ECONOMICA (punti max 20/100)
11 – Procedura per la selezione	Procedura negoziata (art. 36 D.Lgs. 50/2016)
12 – Sezione aiuti di stato	NO
13 – Piano finanziario distinto per annualità	Bando previsto gennaio 2018 Si prevede la possibilità di affidare il servizio attraverso due distinti avvisi di gara, che rispondono ad attività diverse seppur complementari

14 – Prodotti e risultati attesi	Prodotti: Studio e realizzazione del Brand e della Strategia Ombrello 1 brand territoriale FLAG Marche Centro ➤ 1 logo ➤ 1 pay-off ➤ 1 manuale / disciplinare per utilizzo del marchio ➤ 1 Piano Marketing Promozionale ➤ 1 Video Promo (15'', 30'', 60'') ➤ Gadget Virale ➤ Sito internet FLAG Marche Centro ➤ Storytelling: compendio dell'identità marinara del FLAG Marche Centro ➤ Almeno 2 Campagne/Eventi Promozionali
15 – Quando dovranno aver luogo le azioni e in quale ordine	Si prevede la pubblicazione del primo bando di gara nel mese di gennaio 2018 con conclusione delle attività previsto per il mese di settembre 2020. Alcune attività (tipo eventi promozionali) potranno essere oggetto di una distinta procedura di gara
16 – Titolarità dell'intervento	Titolarità

Azione 2.2	
1 – Titolo e descrizione misura	Titolo: Sostegno a progetti di promozione del territorio, dei prodotti ittici locali, della cultura locale e del dialogo sociale, finalizzati alla riscoperta delle tradizioni della pesca e della tutela del mare. Descrizione: Riscoprire la narrazione del mestiere del pescatore, valorizzandone maggiormente le competenze professionali, il ruolo culturale e sociale di presidio del mare e della costa, anche attraverso la riscoperta e la valorizzazione della cultura dei luoghi e delle tradizioni locali. In questo contesto, particolarmente importante diviene anche la realizzazione di progetti di promozione per le famiglie, nonché iniziative di sensibilizzazione per il consumatore, volte a creare sapere, cultura rispetto al mondo della pesca e della risorsa ittica locale.
2 – Obiettivi e finalità	Obiettivo: Incentivare la promozione del territorio per rafforzarne l'identità, valorizzando e tutelando il patrimonio storico, culturale, ambientale ed enogastronomico legato alla pesca. L'azione intende confermare l'importanza vitale e strategica dell'attività di pesca e del suo indotto nella cultura locale, comunicandone il ruolo e le funzioni a tutti quei soggetti che consumano il prodotto ittico, ma che spesso non ne apprezzano appieno gli elementi legati al lavoro, alla professionalità, alle tecniche di cattura, alla tradizione e alla cultura, anche culinaria ed enogastronomica, che permea il settore. Specifica attenzione verrà prestata a promuovere scelte di acquisto consapevole, anche in funzione delle buone pratiche in mare, della salvaguardia degli ecosistemi marini, dell'importanza e della tutela della pesca artigianale in quanto espressione di una tradizione locale da non perdere. Finalità: Questa azione ha la finalità di valorizzare e sostenere le attività di promozione del territorio e di diventare uno strumento per gli attori locali di iniziative culturali e linee d'intervento atte ad accrescere il potenziale turistico ed enogastronomico endogeno dell'area FLAG Marche Centro. In questo contesto, sarà dunque possibile: ➤ Sostenere, anche attraverso progetti educativi, le scelte di consumo consapevole da parte delle famiglie, al fine di innescare a livello locale scelte sostenibili, sia dal punto di vista economico che ambientale. ➤ valorizzare il prodotto ittico fresco ➤ sensibilizzare i consumatori su aspetti nutrizionali, filiere produttive e aspetti economici del pescato

3 – Beneficiari	➤ Pescatori e Imprese della pesca ➤ Organizzazione di produttori riconosciute ➤ Associazioni di organizzazioni di produttori ➤ MPMI ➤ Organismi di diritto pubblico ➤ Enti locali in forma singola o associata ➤ Associazioni turistico-culturali
4 – Interventi ammissibili nel dettaglio	L'azione mira a realizzare un progetto sistemico di sviluppo territoriale, attraverso percorsi culturali e attività di innovazione sociale rivolte a rafforzare il senso di comunità e di appartenenza ai luoghi della pesca. Tra gli interventi ammissibili: ➤ individuazione di percorsi marittimi, in grado di avvicinare i turisti e/o visitatori alle aree dei mercati ittici regionali e coinvolgendoli in un pezzo di vita cittadina e di conoscenza del prodotto ittico locale secondo la stagionalità ➤ iniziative di sinergie enogastronomiche, tra il prodotto ittico e gli altri prodotti tipici dell'area geografica di riferimento, anche enologici, al fine di esaltare le qualità organolettiche, alimentari, salutistiche e culinarie del pescato ➤ azioni dirette alla promozione della risorsa mare (prodotto e territorio): organizzazione e/o partecipazione a convegni, seminari, fiere nazionali e internazionali di prodotti ittici, manifestazioni enogastronomiche, mostre promozionali per il turismo e l'artigianato legati al mare ➤ interventi volti a stimolare l'interazione tra diversi operatori economici nell'organizzazione di una offerta ecoturistica integrata (itinerari del gusto, culturali, ambientali, subacquei, sportivi, ecc.). Tra gli interventi la realizzazione e diffusione di materiale illustrativo e promozionale e di mappa tematica sulla pesca e sui luoghi della pesca (ved. sopra percorsi marittimi) ➤ progetti culturali e museali che mirino a valorizzare e diffondere il patrimonio delle tradizioni delle arti e dei mestieri legati al mondo della pesca: interventi mirati a recuperare e/o conservare le memorie legate alla cultura marinara, alle professionalità tipiche del settore e alle ricette tradizionali ➤ Interventi volti ad incentivare la riscoperta di luoghi della pesca anche per finalità turistico-culturali, attraverso la realizzazione di eventi di richiamo ma totalmente <i>eco-friendly</i>: gli ambienti portuali come "palcoscenici" atti alla valorizzazione degli spazi portuali quali luoghi cerniera tra il settore ittico e la comunità; con conseguenti positive ricadute su una grande pluralità di destinatari senza impatti negativi sugli ambienti stessi ➤ Attività di informazione e sensibilizzazione rivolte ai consumatori: da realizzarsi attraverso giochi/laboratori didattici da svolgersi nel fine settimana, destinati alle famiglie (es. pesca al tesoro da svolgersi in aree portuali, siti di sbarco) ➤ Organizzazione di conferenze e seminari con oggetto il tema

	del mare e della risorsa ittica: considerare le buone pratiche in mare al momento dell'acquisto, lo spreco alimentare, la salvaguardia degli ecosistemi marini e la gestione della fascia costiera, la tutela della pesca artigianale in quanto espressione di una tradizione locale possono essere alcuni dei temi oggetto dei seminari.
5 – Localizzazione degli interventi	Area FLAG Marche Centro ed entroterra (GAL)
6 – Tipologia di spese ammissibili	In merito alle spese ammissibili, si farà riferimento alle “Linee guida per l’ammissibilità delle spese del Programma Operativo FEAMP 2014-2020”. Le spese dovranno inoltre essere ricomprese in un progetto che abbia le caratteristiche di un lotto funzionale. Infine, le spese sono ammissibili se pertinenti alle finalità ed obiettivi perseguiti con la misura e strumentali rispetto agli interventi indicati nella scheda-misura”.
7 – Tipologia di spese escluse	➤ beni e servizi forniti da società controllate e/o collegate e/o con assetti proprietari sostanzialmente coincidenti; ➤ acquisto di macchinari e impianti se non espressamente e direttamente finalizzati al raggiungimento degli obiettivi del progetto; ➤ acquisto di arredi ed attrezzature; ➤ costi per la manutenzione ordinaria e per le riparazioni (ad esclusione delle spese di pulizia); ➤ servizi continuativi, periodici, o connessi alle normali spese di funzionamento dell'impresa (come la consulenza fiscale ordinaria, i servizi regolari di consulenza legale e le spese di pubblicità); ➤ realizzazione di opere tramite commesse interne; ➤ tutte le spese che hanno una funzionalità solo indiretta al progetto e/o riconducibili a normali attività funzionali del beneficiario; ➤ spese relative a parti o componenti di macchine ed impianti a meno che non siano finalizzate alla realizzazione del prototipo/impianto pilota previsto dal progetto; ➤ acquisto di impianti, macchinari, attrezzature usati, fatto salvo quanto previsto dalle “Linee guida per l’ammissibilità delle spese del Programma Operativo FEAMP 2014/2020”, in tema di “Acquisto di materiale usato”; ➤ spese relative all'acquisto di impianti, macchinari ed attrezzature che rappresentino mera sostituzione di beni della stessa tipologia già posseduti dal beneficiario; ➤ opere provvisorie non direttamente connesse all’esecuzione del progetto; ➤ costruzione di strutture; ➤ software non specialistico e non connesso all’attività del progetto; ➤ spese di perfezionamento e di costituzione di prestiti; ➤ oneri finanziari di qualsiasi natura sostenuti per il finanziamento del progetto; ➤ oneri riconducibili a revisioni prezzi o addizionali per inflazione;

	➤ nel caso di acquisto con leasing, i costi connessi al contratto (garanzia del concedente, costi di rifinanziamento degli interessi, spese generali, oneri assicurativi, ecc.); ➤ spese relative ad opere in sub-appalto per operazioni diverse da quelle realizzate da Enti Pubblici, e da tutti i soggetti previsti dal D.Lgs del 18 aprile 2016 n. 50; ➤ materiali di consumo connessi all'attività ordinaria del beneficiario e per i quali non sia dimostrata l'inerenza alle operazioni finanziate; ➤ tributi o oneri (in particolare le imposte dirette e i contributi per la previdenza sociale su stipendi e salari) che derivano dal cofinanziamento FEAMP, a meno che essi non siano effettivamente e definitivamente sostenuti dal beneficiario finale; ➤ spese inerenti operazioni materialmente concluse alla data di presentazione della domanda di sostegno; ➤ interessi passivi, a eccezione di quelli relativi a sovvenzioni concesse sotto forma di abbuono d'interessi o di un bonifico sulla commissione di garanzia; ➤ imposta sul valore aggiunto salvo nei casi in cui non sia recuperabile a norma della normativa nazionale sull'IVA.
8 – Intensità di contributo	€ 286.375,44 (82% FEAMP pari a euro 234.875,44; 18% cofinanziamento privato pari a euro 51.500,00)
9 – Criteri di ammissibilità	➤ regolarità contributiva ai sensi della normativa vigente ➤ assenza alla data di presentazione dell'istanza, di esposizioni debitorie derivanti da provvedimenti di revoca dei benefici ➤ assenza, negli ultimi cinque anni, di sentenza di condanna passata in giudicato o di decreto penale di condanna ➤ presenza di tutti i presupposti, previsti dalle vigenti disposizioni di legge, per contrarre impegni con la Pubblica Amministrazione ➤ non aver percepito contributi individuati dalla Commissione Europea quali illegali o incompatibili
10 – Criteri di selezione	➤ L'operazione prevede investimenti finalizzati alla realizzazione di attività turistico-culturali legate alla pesca ➤ L'operazione prevede il ricorso a nuove tecnologie e/o applicazioni web che possono accrescere la visibilità/fruizione del patrimonio da parte dei residenti e di nuove categorie di potenziali visitatori ➤ L'operazione ha la capacità di creare/potenziare aggregazioni pubblico private nella filiera turistica (es. interconnessione con le iniziative a favore delle imprese culturali/turistiche/dello spettacolo) ➤ L'operazione ha la capacità di creare una fruizione di rete su sistemi interconnessi di risorse (numero di enti/soggetti coinvolti, numero di beni interessati, differenti tipologie di beni messi in rete) ➤ L'operazione prevede interventi eco-compatibili e con minori impatti sull'ambiente ➤ L'operazione prevede servizi aggiuntivi specificamente

	indirizzati alle persone con disabilità ➤ Coerenza con la strategia dell’Azione 3.1 “Brand Ombrello”. ➤ Coerenza con il PSL del Gal territorialmente vicino all’area FLAG d’intervento
11 – Procedura per la selezione	La selezione verrà effettuata previa emanazione di n. 3 avvisi ad evidenza pubblica finalizzata ad individuare i beneficiari e le operazioni da ammettere a finanziamento
12 – Sezione aiuti di stato	Se rilevante in ragione della natura giuridica del beneficiario, gli aiuti verranno concessi nella forma di sovvenzione a fondo perduto con intensità del 50% (Reg. 1407/2013 <i>de minimis</i>)
13 – Piano finanziario distinto per annualità	Bando dicembre 2017 per € 200.000,00 Le risorse residue saranno distribuite in due diversi avvisi emanati nel corso del 2018 e 2019
14 – Prodotti e risultati attesi	Prodotti: ➤ Nuovi itinerari turistici a terra e via mare tra i porti di Ancona, Numana e Civitanova Marche ➤ Realizzazione di eventi turistici, anche rilevanza culturale, rispettosi dell’ambiente marino e portuale ➤ Iniziative e progetti legati all’enogastronomia e alle tipicità del territorio ➤ Iniziative volte a stimolare l’interazione tra diversi operatori economici nell’organizzazione di una offerta eco-turistica integrata ➤ Esperienze di ittiturismo e albergo diffuso ➤ Iniziative volte ad incentivare la riscoperta di luoghi della pesca ➤ Iniziative educative-culturali e museali Risultati: ➤ rafforzamento del processo aggregativo in filiera mediante la promozione del territorio e la valorizzazione dei prodotti locali della pesca ➤ recupero e conservazione delle memorie legate alla cultura marinara, alle professionalità tipiche del settore e alle ricette tradizionali (es. allestimenti mostre fotografiche; musei della marineria etc.) ➤ Incremento e valorizzazione del brand FLAG Marche Centro a livello regionale, nazionale, europeo e internazionale
15 – Quando dovranno aver luogo le azioni e in quale ordine	Si prevede l’emanazione di tre avvisi, uno per ogni annualità (2017, 2018, 2019), finalizzati a sostenere la realizzazione di iniziative diffuse su tutta l’area Flag.
16 – Titolarità dell’intervento	A Regia

Azione 2.3	
1 – Titolo e descrizione misura	Titolo: I luoghi della pesca e di sbarco Descrizione: Il mestiere di pescatore è intrinsecamente connesso al luogo dello sbarco per la vendita del proprio pescato. L’asset strategico della promozione territoriale vuole dunque riqualificare e valorizzare i piccoli porticcioli, gli spazi e le attività di vendita e/o luoghi di sbarco, restituendoli alla fruizione sicura e qualificata da parte degli operatori e dell’intera comunità territoriale.
2 – Obiettivi e finalità	Motivazioni: L’area FLAG Marche Centro si caratterizza per la presenza di una pluralità di luoghi di sbarco e di piccoli porti che presentano un forte valore evocativo della cultura del mare. Gli stessi versano spesso in condizioni obsolete e di semi-degrado che ne compromettono la fruizione in qualità e sicurezza da parte di operatori, cittadini e turisti. Nonostante i cospicui finanziamenti concessi dalla Regione Marche per finanziare interventi analoghi, gli stessi risultano sistematicamente sottodimensionati rispetto alle esigenze del territorio, lasciando così eluse numerose proposte di significativo valore. Tale situazione genera una importante perdita del patrimonio identitario dell’area ed incide anche sul degrado delle infrastrutture, inducendo un crescente abbandono di contesti che potrebbero essere diversamente valorizzati. Obiettivo: Riqualificare i luoghi di sbarco, i piccoli porticcioli e gli spazi della vendita, come luoghi di identificazione del pescatore artigianale. L’azione è finalizzata alla sistemazione dei punti di sbarco degli operatori e al miglioramento dei servizi offerti nei punti di sbarco della piccola pesca esistenti nell’area e che presentano un interesse per i pescatori che li utilizzano, ma anche per i cittadini e i turisti dell’area interessati a fruirne quale luogo simbolico ed evocativo della cultura territoriale. Finalità: L’azione ha lo scopo di migliorare: ➤ la <u>sicurezza dei pescatori</u>, l’azione contempla anche investimenti finalizzati alla costruzione o all’ammodernamento di piccoli ripari di pesca, che permettano anche di allestire temporanei laboratori per imparare alcune tecniche di conservazione del pescato (es. al marinatura delle alici) a cucire le reti, ad appropriarsi di tutti i gesti che da millenni accompagnano la vita del pescatore; ➤ <u>qualità, il controllo e la tracciabilità dei prodotti sbarcati</u>, accrescere l’efficienza energetica, contribuire alla protezione dell’ambiente ➤ le <u>sale per la vendita all’asta, i siti di sbarco e i ripari di pesca</u>, inclusi gli investimenti destinati a strutture per la raccolta di scarti e rifiuti marini

3 – Beneficiari	➤ Enti pubblici, ivi incluse le autorità portuali; ➤ MPMI operanti nel settore della pesca e dell'acquacoltura, in forma singola e associata, e loro associazioni; ➤ MPMI di servizi nel settore dei servizi alla pesca e all'acquacoltura in forma singola e associata, e loro associazioni; ➤ Altri organismi designati a tale scopo
4 – Interventi ammissibili nel dettaglio	Gli interventi ammissibili sono: ➤ acquisto di nuove attrezzature per la riparazione e la manutenzione dei pescherecci e per lo sbarco del pescato, per il deposito e trattamento degli scarti ➤ acquisto attrezzature per la conservazione del pescato ➤ ammodernamento e ampliamento delle banchine per migliorare la sicurezza delle operazioni di sbarco o carico ➤ ristrutturazione/ammodernamento di porti e luoghi di sbarco ➤ costruzione o ammodernamento di piccoli ripari di pesca ➤ riqualificazione dei punti vendita del pescato e punti acqua
5 – Localizzazione degli interventi	Area FLAG Marche Centro
6 – Tipologia di spese ammissibili	In merito alle spese ammissibili, si farà riferimento alle “Linee guida per l'ammissibilità delle spese del Programma Operativo FEAMP 2014-2020”. Le spese dovranno inoltre essere ricomprese in un progetto che abbia le caratteristiche di un lotto funzionale. Infine, le spese sono ammissibili se pertinenti alle finalità ed obiettivi perseguiti con la misura e strumentali rispetto agli interventi indicati nella scheda-misura”.
7 – Tipologia di spese escluse	➤ beni e servizi forniti da società controllate e/o collegate e/o con assetti proprietari sostanzialmente coincidenti; ➤ industrializzazione dei prototipi e dei progetti sviluppati; ➤ adeguamenti a obblighi di legge: gli interventi del progetto devono essere aggiuntivi e di ulteriore miglioramento rispetto ai limiti di legge e alle norme vigenti; ➤ acquisto di macchinari e impianti di produzione se non espressamente e direttamente finalizzati al raggiungimento degli obiettivi del progetto; ➤ costi per la manutenzione ordinaria e per le riparazioni (ad esclusione delle spese di pulizia); ➤ servizi continuativi, periodici, o connessi alle normali spese di funzionamento dell'impresa (come la consulenza fiscale ordinaria, i servizi regolari di consulenza legale e le spese di pubblicità); ➤ realizzazione di opere tramite commesse interne; ➤ consulenze, servizi e prodotti fornite da soci; ➤ tutte le spese che hanno una funzionalità solo indiretta al progetto e/o riconducibili a normali attività funzionali del beneficiario; ➤ spese relative a parti o componenti di macchine ed impianti a meno che non siano finalizzate alla realizzazione del prototipo/impianto pilota previsto dal progetto; ➤ acquisto di impianti, macchinari, attrezzature usati, fatto salvo quanto previsto dalle “Linee guida per l'ammissibilità delle spese

	del Programma Operativo FEAMP 2014/2020”, in tema di “Acquisto di materiale usato”; ➤ opere provvisorie non direttamente connesse all’esecuzione del progetto; ➤ software non specialistico e non connesso all’attività del progetto; ➤ spese di perfezionamento e di costituzione di prestiti; ➤ oneri finanziari di qualsiasi natura sostenuti per il finanziamento del progetto; ➤ oneri riconducibili a revisioni prezzi o addizionali per inflazione; ➤ nel caso di acquisto con leasing, i costi connessi al contratto (garanzia del concedente, costi di rifinanziamento degli interessi, spese generali, oneri assicurativi, ecc.); ➤ materiali di consumo connessi all’attività ordinaria del beneficiario e per i quali non sia dimostrata l’inerenza alle operazioni finanziate; ➤ tributi o oneri (in particolare le imposte dirette e i contributi per la previdenza sociale su stipendi e salari) che derivano dal cofinanziamento FEAMP, a meno che essi non siano effettivamente e definitivamente sostenuti dal beneficiario finale; ➤ costi/spese/oneri connessi alla costruzione nuovi porti, nuovi siti di sbarco o nuove sale per la vendita all’asta; ➤ spese inerenti operazioni materialmente concluse alla data di presentazione della domanda di sostegno. ➤ interessi passivi, a eccezione di quelli relativi a sovvenzioni concesse sotto forma di abbuono d'interessi o di un bonifico sulla commissione di garanzia; ➤ imposta sul valore aggiunto salvo nei casi in cui non sia recuperabile a norma della normativa nazionale sull’IVA.
8 – Intensità di contributo	Euro 238.000,00 (50% FEAMP pari ad euro 119.000,00, 50% cofinanziamento privato pari ad euro 119.000,00)
9 – Criteri di ammissibilità	CRITERI GENERALI DI AMMISSIBILITÀ ➤ Applicazione del CCNL di riferimento nel caso in cui il richiedente utilizzi personale dipendente ➤ Il richiedente non rientra tra i casi di esclusione di cui all'art. 106 del Reg. (UE) n. 966/2012 CRITERI DI AMMISSIBILITÀ ATTINENTI AL SOGGETTO RICHIEDENTE ➤ Il richiedente non rientra nei casi di inammissibilità previsti dai paragrafi 1 e 3 dell’art. 10 del Reg. (UE) n. 508/2014 (ai sensi del paragrafo 5 del medesimo articolo) CRITERI DI AMMISSIBILITÀ RELATIVI ALL'OPERAZIONE ➤ L'operazione concorre al raggiungimento degli obiettivi di cui al PO FEAMP
10 – Criteri di selezione	CRITERI TRASVERSALI ➤ L’operazione prevede interventi coerenti (Ic) con almeno un’azione/topic di un pilastro del Piano di Azione EUSAIR (applicabile per le Regioni rientranti nella strategia EUSAIR) ➤ L’operazione contribuisce alla strategia macro regionale (ove pertinente)

	➤ Et� del rappresentante legale, nel caso che il richiedente sia un soggetto privato, ovvero minore et� media dei componenti degli organi decisionali; ➤ Il rappresentante legale � di sesso femminile, nel caso in cui il richiedente sia un privato, ovvero la maggioranza delle quote di rappresentanza negli organismi decisionali � detenuta da persone di sesso femminile; ➤ L'operazione si inserisce in una strategia/progetto/piano finanziato anche con altre risorse finanziarie con particolare riferimento a Fondi SIE. CRITERI SPECIFICI DEL RICHIEDENTE ➤ L'azienda � in possesso di certificazioni di prodotto o di processo CRITERI RELATIVI ALL'OPERAZIONE ➤ Numero di pescherecci iscritti nell'ufficio marittimo ricadente nell'ambito portuale oggetto dell'iniziativa (Par.1) ➤ Numero di GT dei pescherecci iscritti nell'ufficio marittimo ricadente nell'ambito portuale oggetto dell'iniziativa(Par.1) ➤ Iniziative che prevedono investimenti per la realizzazione/ammodernamento di strutture per la raccolta di scarti e rifiuti marini ➤ Iniziative che prevedono investimenti finalizzati alla protezione dell'ambiente ➤ Iniziative che prevedono investimenti finalizzati ad accrescere l'efficienza energetica ➤ Iniziative che prevedono investimenti finalizzati a migliorare la sicurezza dei pescatori ➤ Investimenti finalizzati all'adeguamento e/o ammodernamento della sale per la vendita all'asta ➤ Iniziative finalizzati alla costruzione di piccoli ripari di pesca (par.3) ➤ Iniziative finalizzati all'ammodernamento di piccoli ripari di pesca (par.3) ➤ Numero di posti barca creati e/o ammodernati (par.3)
11 – Procedura per la selezione	La selezione verr� effettuata previa emanazione di n. 1 o pi� avvisi ad evidenza pubblica finalizzati ad individuare i beneficiari e le operazioni da ammettere a finanziamento
12 – Sezione aiuti di stato	Se rilevante in ragione della natura giuridica del beneficiario, gli aiuti verranno concessi nella forma di sovvenzione a fondo perduto con intensit� del 50% (Reg. 1407/2013 <i>de minimis</i>)
13 – Piano finanziario distinto per annualit�	Bandi previsti per dicembre 2017 e maggio 2018
14 – Prodotti e risultati attesi	Risultati: ➤ miglioramento delle condizioni di sbarco, trattamento, magazzinaggio nei porti dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura e della loro messa all'asta ➤ miglioramento della qualit� delle strutture e dei servizi a terra con un impatto diretto sui costi di gestione dell'attivit� di pesca ➤ miglioramento della sicurezza e delle condizioni di lavoro ➤ promozione della gestione informatizzata delle attivit� di pesca

	➤ miglioramento del deposito e trattamento degli scarti, con conseguente riduzione dei rigetti in mare
15 – Quando dovranno aver luogo le azioni e in quale ordine	Si prevede la pubblicazione del primo avviso nel corso del mese di dicembre 2017 e il secondo nel maggio 2018
16 – Titolarità dell'intervento	A Regia

Attività 3.1 (art. 64)	
1 – Titolo e descrizione misura	Titolo: Azioni a sostegno della cooperazione e dello sviluppo di network e partenariati internazionali. Descrizione: Migliorare la Cooperazione transazionale, lo scambio di buone pratiche e la collaborazione con altri FLAG.
2 – Obiettivi e finalità	Obiettivo: attraverso la costruzione di partenariati locali/nazionali e internazionali favorire la creazione di una rete tra FLAG operanti in ambito Adriatico e Mediterraneo ed in generale sul territorio europeo. Finalità: ➤ Facilitare lo scambio di buone pratiche e il trasferimento di competenze e di esperienze, tra operatori del settore e pescatori ➤ Incentivare processi di innovazione delle imprese del settore e la costruzione di filiere innovative ➤ Favorire l'internazionalizzazione delle imprese del settore ittico locale, potenziando la loro capacità di penetrazione di nuovi mercati extra locali ➤ Favorire lo sviluppo di nuove tecniche specifiche di produzione, trasformazione e commercializzazione del pescato locale. ➤ Promuovere il territorio, le tradizioni e la qualità dei prodotti ittici locali.
3 – Beneficiari	FLAG Marche Centro, anche per il tramite per le proprie organizzazioni associate
4 – Interventi ammissibili nel dettaglio	Saranno attivabili progetti di cooperazione su scala transazionale, regionale e interregionale sui temi riguardanti: - Food, enogastronomia, valorizzazione delle tradizioni culinarie e dei prodotti tipici locali - Internazionalizzazione e innovazione tecnologica del sistema pesca - Acquacoltura - Turismo sostenibile, cultura e storia della pesca I vari progetti potranno prevedere i seguenti interventi ammissibili: ➤ <u>Sviluppo progetti pilota e testing e applicazione di nuove tecnologie e/o prodotti innovativi e/o modelli gestionali innovativi</u> ➤ <u>Campagne di sensibilizzazione</u> e relative attività di comunicazione e divulgazione quali campagne pubblicitarie ed eventi, sviluppo e aggiornamento di siti web, piattaforme di parti interessate ➤ <u>Sostegno a costituzione di reti e partenariati transazionali</u> per la condivisione delle informazioni e dei dati relativi al settore della pesca e dell'acquacoltura ➤ <u>Progetti di formazione per lo sviluppo delle conoscenze</u> e delle qualifiche professionali e misure miranti a promuovere lo sviluppo professionale nel settore marittimo ➤ <u>Visite studio da una zona di pesca all'altra, con possibile</u>

	coinvolgimento dei soggetti imprenditori locali ➤ <u>Conferenze/workshop tematici, scambio di buone pratiche e altre iniziative</u> volte a migliorare e rafforzare la cooperazione territoriale nel settore della pesca e dell’acquacoltura
5 – Localizzazione degli interventi	Area Macro Regione Adriatico Ionica
6 – Tipologia di spese ammissibili	In merito alle spese ammissibili, si farà riferimento alle “Linee guida per l’ammissibilità delle spese del Programma Operativo FEAMP 2014-2020”. Le spese dovranno inoltre essere ricomprese in un progetto che abbia le caratteristiche di un lotto funzionale. Infine, le spese sono ammissibili se pertinenti alle finalità ed obiettivi perseguiti con la misura e strumentali rispetto agli interventi indicati nella scheda-misura”.
7 – Tipologia di spese escluse	Le seguenti spese sono considerate non ammissibili (riferimento all'art. 69 del regolamento CE n 1303/2014 e l'art. 2 del regolamento delegato CE n 481/2014: ➤ Contributi in natura (sotto forma di fornitura di opere, beni, servizi, terreni e beni immobili per i quali nessun pagamento in denaro giustificato da fatture o documenti di valore probatorio equivalente, è stato fatto) ➤ gli interessi passivi ➤ acquisto di terreni ➤ IVA, salvo nei casi in cui non sia recuperabile, in conformità alla legislazione nazionale del settore ➤ Multe, sanzioni pecuniarie e le spese per controversie legali e contenzioso ➤ Costi per i regali, ad eccezione di quelli non superiore a 50,00 Euro per regalo dove legate alla promozione, comunicazione, pubblicità o informazioni ➤ I costi relativi alle fluttuazioni del tasso di cambio ➤ Oneri per transazioni finanziarie nazionali Sono considerate non ammissibili anche le seguenti spese: ➤ Linea di Bilancio “viaggio e alloggio”, il costo del taxi non è rimborsato, a meno che: (i) può essere dimostrato che nessun mezzo pubblici era disponibile al momento e nel luogo necessario o (ii) il trasporto locale è coperto da una diaria previsto dalle regole interne del partner in questione ➤ Costi per le bevande alcoliche ➤ investimenti in infrastrutture e opere pesanti, come descritto dalla direttiva 2014/24 / CE (allegato II)
8 – Intensità di contributo	€ 250.000,00 (100% FEAMP)
9 – Criteri di ammissibilità	Non pertinente
10 – Criteri di selezione	Non pertinente
11 – Procedura per la selezione (a bando o regia)	Non pertinente

12 – Sezione aiuti di stato	NO
13 – Piano finanziario distinto per annualità	Anno 2017: € 20.000,00 Anno 2018: € 110.000,00 Anno 2019: € 120.000,00
14 – Prodotti e risultati attesi	Risultati: - Sviluppo di almeno 2 progetti strategici collegati alle Misure previste dalla strategia in particolare sui temi relativi alla tematica “Turismo sostenibile, cultura e storia e tradizioni della pesca” e, “Internazionalizzazione e innovazione tecnologica del sistema pesca” - Rafforzamento della collaborazione con altri stati membri in particolare per quanto riguarda la cooperazione in ambito Adriatico/Ionico/Mediterraneo - 1 progetto di cooperazione locale con gli altri FLAG e GAL relativo al tema “Food e valorizzazione delle tradizioni culinarie e dei prodotti tipici locali”
15 – Quando dovranno aver luogo le azioni e in quale ordine	2017: formulazione di accordi e protocolli 2018: elaborazione e start up dei progetti di cooperazione 2019-2020: gestione delle iniziative di cooperazione
16 – Titolarità dell'intervento	Titolarità

Attività 3.2	
1 – Titolo e descrizione misura	Titolo: Gestione e Animazione del FLAG MARCHE CENTRO Descrizione: Il FLAG MARCHE CENTRO è responsabile dell'attuazione del PdA e del rispetto delle normative comunitarie, nazionali e regionali. Il FLAG sarà dotato, quindi, di una struttura organizzativa che sarà adeguata alle risorse da gestire e basata su idonee professionalità in modo da essere in grado di assicurare l'espletamento delle funzioni tecniche, amministrative e contabili in riferimento all'attuazione delle Azioni previste nel PdA.
2 – Obiettivi e finalità	Obiettivo: Permettere una corretta ed efficace gestione amministrativa-finanziaria ed operativa del FLAG MARCHE CENTRO in ottemperanza alle direttive impartite del Consiglio di amministrazione del FLAG. Finalità: • Rafforzare le capacità dei soggetti locali di elaborare e attuare operazioni anche stimolando la capacità di gestione dei progetti. • Elaborare una procedura di selezione trasparente e non discriminatoria e criteri oggettivi di selezione. • Garantire la coerenza con la strategia di sviluppo locale di tipo partecipativo nella selezione delle operazioni, stabilendo l'ordine di priorità di tali operazioni in funzione del loro contributo al conseguimento degli obiettivi e del target di tale strategia. • Preparare e pubblicare gli inviti a presentare proposte o un bando permanente per la presentazione di progetti, compresa la definizione dei criteri di selezione. • Ricevere, valutare le domande di sostegno e selezionare le operazioni e fissare l'importo del sostegno e, se pertinente, presentare le proposte all'organismo responsabile della verifica finale dell'ammissibilità prima dell'approvazione. • Verificare l'attuazione della strategia di sviluppo locale di tipo partecipativo e delle operazioni finanziate e condurre attività di valutazione specifiche legate a tale strategia.
3 – Beneficiari	FLAG MARCHE CENTRO

	L'Azione prevede un sostegno alle iniziative legate all'elaborazione e all'attuazione delle strategie di sviluppo locale, compensando le spese sostenute dal FLAG MARCHE CENTRO per il proprio funzionamento, attività di animazione, formazione e informazione, eventi promozionali e per la formazione del personale, al fine di: - favorire l'acquisizione di competenze e l'animazione del territorio da parte del FLAG; - sostenere l'attività del FLAG come promotore dello sviluppo sostenibile delle zone di pesca. Il FLAG in particolare: - opera in qualità di attuatore delle operazioni con procedura a "TITOLARITA'"; - garantisce per le operazioni con procedura a "REGIA" tutte le fasi istruttorie di selezione, approvazione delle graduatorie, rendicontazione e relativa verifica amministrativa e controllo in loco dei progetti;
4 – Interventi ammissibili nel dettaglio	- assicura il supporto tecnico alla Regione Marche per l'implementazione del sistema informativo e di monitoraggio finanziario e fisico a supporto della gestione del Programma Operativo Nazionale e del controllo degli obblighi dei beneficiari/destinatari finali riguardo i vincoli di alienabilità e destinazione dei beni finanziati e di eventuali irregolarità accertate; - assicura un'adeguata informazione e pubblicità delle attività in ottemperanza alla regolamentazione comunitaria. Il FLAG adotterà inoltre idonee azioni per la trasparenza delle decisioni assunte e per evitare il conflitto d'interessi da parte dei componenti dell'organo decisionale nella fase di approvazione di progetti relativi a potenziali beneficiari ad essi ricollegabili (o delle graduatorie in cui questi sono inseriti). In particolare il FLAG attuerà tutti gli adempimenti amministrativi e finanziari che scaturiscono dall'attuazione del PdA, ivi compresi gli adempimenti connessi alle gare e alle procedure di cui al decreto legislativo n. 50/2016.
5 – Localizzazione degli interventi	Area FLAG Marche Centro
6 – Tipologia di spese ammissibili	In merito alle spese ammissibili, si farà riferimento alle "Linee guida per l'ammissibilità delle spese del Programma Operativo FEAMP 2014-2020". Le spese dovranno inoltre essere ricomprese in un progetto che abbia le caratteristiche di un lotto funzionale. Infine, le spese sono ammissibili se pertinenti alle finalità ed obiettivi perseguiti con la misura e strumentali rispetto agli interventi indicati nella scheda-misura".
7 – Tipologia di spese escluse	Le seguenti spese sono <u>considerate non ammissibile</u> (riferimento all'art. 69 del regolamento (UE) n 1303/2014 e l'arte. 2 del regolamento delegato (UE) n 481/2014): - Contributi in natura (sotto forma di fornitura di opere, beni, servizi, terreni e beni immobili per i quali nessun pagamento in denaro giustificato da fatture o documenti di valore probatorio

	equivalente, è stato fatto); - gli interessi passivi; - acquisto di terreni; - per il recupero dell'IVA aggiunto (IVA), a meno che non sia recuperabile ai sensi della legislazione nazionale dell'IVA; - Multe, sanzioni pecuniarie e le spese per controversie legali e contenzioso; - Costi per i regali, ad eccezione di quelli non superiore a 50 EUR per regalo dove legate alla promozione, comunicazione, pubblicità o informazioni; - I costi relativi alle fluttuazioni del tasso di cambio; - Oneri per transazioni finanziarie nazionali.
8 – Intensità di contributo	€ 464.791,80 (100% FEAMP)
9 – Criteri di ammissibilità	NON RILEVANTE
10 – Criteri di selezione	NON RILEVANTE
11 – Procedura per la selezione (a bando o regia)	NON RILEVANTE
12 – Sezione aiuti di stato	NO
13 – Piano finanziario distinto per annualità	Anno 2017: € 37.183,34 Anno 2018: € 139.437,54 Anno 2019: € 144.085,46 Anno 2020: € 144.085,46
14 – Prodotti e risultati attesi	- Efficace ed efficiente gestione della strategia FLAG - Corretta, trasparente gestione delle risorse pubbliche affidate - Qualificato coinvolgimento di tutti gli attori territoriali nell'attuazione del Piano di Azione
15 – Quando dovranno aver luogo le azioni e in quale ordine	Le azioni si svilupperanno sincronicamente per tutta la durata del progetto.
16 – Titolarità dell'intervento	Titolarità

7.2 Caratteristiche innovative della strategia e delle azioni

La SSL ha molteplici elementi innovativi. In particolare la Misura 1 è pensata per avviare progetti innovativi di tutto il sistema pesca.

1. **Innovazione legata a nuovi modi di operare.** La costituzione del CISP è forse l'elemento più caratterizzante della strategia in quanto evidenzia la forte volontà del territorio di avvicinare mondo della ricerca e mondo della pesca in un processo di dialogo e di collaborazione volto a contemplare l'innovazione in un'ottica olistica e sistemica. Il CISP infatti può essere definito come *“lo strumento per accedere all'innovazione”* nel settore della Pesca. L'intuizione di creare questo strumento di innovazione è partita dalla considerazione all'interno degli attori del FLAG che il “sistema ittico locale”, costituito da piccole e medie imprese si trova spesso nell'impossibilità di avviare processi di innovazione sia di processo che di prodotto su larga scala. Grazie a questo strumento prioritario negli obiettivi del FLAG si potrà declinare l'innovazione in modalità diffusa. Questo strumento avrà tra le principali finalità quella di:
 - Favorire il trasferimento dell'innovazione all'interno del sistema ittico, stimolando la ricerca applicata, il trasferimento di competenze, e l'innovazione di filiera
 - Stimolare (seguendo approccio multidisciplinare) l'elaborazione di progetti di sviluppo e competitività del sistema pesca favorendo, attraverso la costituzione di laboratori tematici, il *matching* tra investitori, imprese, istituzioni, enti di ricerca, mondo della pesca;
 - Promuovere la gestione di progetti pilota e di azioni dimostrative in settori di particolare interesse strategico che saranno identificati nell'ambito dei laboratori tematici
 - Consolidare la capacità delle cooperative di intraprendere progetti di investimento che necessitano di massa critica elevata per rendere sopportabile il rischio imprenditoriale che ne deriva;
 - Incentivare il dialogo fra gli operatori della filiera per perseguire un'effettiva integrazione dell'offerta e l'accorciamento della filiera che va dalla fase produttiva alla vendita finale con conseguente alleggerimento degli oneri a carico del consumatore;
 - Ampliare i mercati di sbocco e, contestualmente, realizzare economie di scala che consentano il rafforzamento dei margini economici delle cooperative, condizione indispensabile per agevolare il ricorso al credito necessario al finanziamento di nuovi investimenti;
2. **Innovazione nel comparto dei servizi.** Altri elementi di innovazione sono previsti per quanto riguarda lo sviluppo di servizi collegati all'economia green del settore pesca. Tutto il tema dell'eco-innovazione e dell'economia circolare saranno contemplati attraverso il laboratorio tematico “Eco-innovazione” previsto nell'ambito dell'azione 1.1 che mira a sostenere progetti finalizzati alla riduzione degli impatti ambientali e alla mitigazione dei cambiamenti climatici attraverso interventi a sostegno dell'Efficientamento energetico dei pescherecci.
3. **Innovazione di filiera** che riguarderà in particolare:
 - a) Innovazione di prodotto (azione 1.1 - Laboratorio: Innovazione tecnologica, di prodotto e di processo)
 - b) Innovazione tecnologica (azione 1.2 e 1.1)
 - c) Innovazione produttiva (azione 1.1 - Laboratorio: Innovazione tecnologica, di prodotto e di processo)
 - d) Innovazione organizzativa (1.1 e 1.2)

Altri elementi innovativi della SSL possono essere ritrovati anche nella modalità organica di costruire un progetto promozionale integrato finalizzato a valorizzare come unico asset distintivo la qualità del prodotto ittico locale e la tipicità del territorio. Questo è senza dubbio un approccio nuovissimo, funzionale ad attuare un processo di sviluppo culturale e sociale, prim'ancora che economico.

7.3 Diagramma di GANTT

[illegible]

7.4 Coerenza ed adeguatezza del cronoprogramma

Il cronoprogramma sopra descritto evidenzia come intende agire il FLAG rispetto allo sviluppo e all'attuazione della strategia. Tutte le azioni trasversali saranno messe in campo da subito:

- **Animazione del territorio.** L'attività di animazione durerà anche nei mesi successivi alla consegna della strategia e si svilupperà fino a dicembre 2016 con l'obiettivo di delineare Piano di Azione definitivo. Dal 2017 l'animazione sarà rivolta in particolar modo a preparare il terreno per l'avvio della fase attuativa della strategia e per far partire le prime azioni progettuali intorno la seconda metà dell'anno. Il lavoro sarà rivolto principalmente a rafforzare il dialogo con gli stakeholder e a stimolare le progettualità. L'animazione da parte del FLAG continuerà regolarmente per tutto il periodo di attuazione della strategia sia prima dell'uscita dei bandi per presentarli adeguatamente, sia durante per fornire a tutti i partecipanti un servizio di supporto alla preparazione delle proposte progettuali.
- **Assistenza tecnica e gestione del FLAG.** Nei mesi successivi alla consegna della strategia saranno attivate da subito le procedure per selezionare le figure a supporto del Direttore e del RAF, con funzioni di assistenza tecnica e di supporto alla gestione. La struttura verrà completata nella sua interezza entro la fine del 2016. Figure di supporto saranno attivate con contratti di consulenza e/o contratti spot nei momenti di maggior necessità e/o per questioni ritenute rilevanti dal Direttivo del FLAG.
- **Attività di Cooperazione.** Al fine di sfruttare da subito le opportunità dei programmi Europei, il FLAG ha intenzione di lavorare fin da subito per avviare progetti sulla cooperazione. L'apertura della call 2017 nell'ambito del Programma Italia-Croazia di prossima apertura deve essere un'occasione da cogliere. Il FLAG ha già individuato un paio di tematiche prioritari su cui andare a sviluppare una proposta progettuale adeguata.

Vista la tardiva sottoscrizione della convenzione tra Flag Marche Centro ed Organismo Intermedio, si prevede una tempestiva attivazione di tutte le misure del Piano di Azione, i cui avvisi sono previsti in pubblicazione tra il mese di dicembre e gennaio 2018.

Le misure di cooperazione prenderanno avvio nel secondo trimestre 2018 a seguito della definizione dei protocolli in fase di sottoscrizione nell'ambito della Rete Nazionale Flag.

8 DESCRIZIONE DEGLI INDICATORI DI RISULTATO, DI REALIZZAZIONE, DI IMPATTO

OBIETTIVI

Obiettivo specifico	1.A: Sostenere lo sviluppo di modelli e processi innovativi volti a stimolare la creatività progettuale e la costituzione di PPP nel settore dei servizi alla pesca
INDICATORI DI RISULTATO: Interventi sull'innovazione e creazione di laboratori di innovazione	
Descrizione	Implementazione di un "Centro Innovazione e Sviluppo della Pesca" (CISP) costituito dall'attivazione di laboratori volti a sviluppare progetti pilota ed azioni dimostrative
Unità di misura	N.
Target (2023)	Costituzione di 1 centro di coordinamento del settore denominato "Centro Innovazione e Sviluppo della Pesca" (CISP)
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO

Obiettivo specifico	1.B: Valorizzare la tipicità del prodotto ittico locale, affinando la raccolta, la strutturazione e la restituzione di dati ed informazioni disponibili al fine di tracciare il prodotto, migliorarne la qualità e incrementarne il valore
INDICATORI DI RISULTATO: Interventi di valorizzazione del prodotto ittico locale	
Descrizione	Interventi di valorizzazione del prodotto ittico mediante certificazione e/o etichettatura
Unità di misura	N.
Target (2023)	2 interventi di valorizzazione mediante iniziative di sviluppo e promozione di certificazione e/o etichettatura
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO

Obiettivo specifico	1.C: Rivitalizzare il settore ittico favorendo nuove forme di imprenditoria nel settore della pesca marittima e della blue economy
INDICATORI DI RISULTATO: - Incremento dell'imprenditoria giovanile e femminile; - incremento del numero di imprese che fanno innovazione nel settore della Blue economy; - Nuove imprese costituite e nuovi servizi attivati	
Descrizione	Incremento dell'iniziativa imprenditoriale nel settore della Blue-Economy
Unità di misura	%
Target (2023)	- + 1% di incremento imprese di settore - + almeno 2 imprese start up (imprenditoria giovanile e femminile)
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO su dati CCIAA

Obiettivo specifico	1.D: Favorire l'economia circolare e l'eco-innovazione nei servizi legati al sistema pesca nelle aree portuali .
INDICATORI DI RISULTATO Numero interventi di sostenibilità ambientale attuati	
Descrizione	interventi di miglioramento della sostenibilità ambientale
Unità di misura	N.
Target (2023)	N. 2 Progetti pilota sui temi dell'eco-innovazione. I contenuti tecnici delle azioni dimostrative saranno sviluppati nell'ambito dello specifico laboratorio tematico e, a titolo esemplificativo, gli ambiti di intervento potranno essere: efficientamento energetico, miglioramento della raccolta e della depurazione delle acque di scarico delle imbarcazioni, economia circolare
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO

Obiettivo specifico	1.E: Incentivare l'innovazione di processo e di prodotto favorendo la filiera corta e pratiche di commercializzazione e distribuzione a chilometro zero
INDICATORI DI RISULTATO N° di innovazioni di processo/prodotto attivate	
Descrizione	Monitoraggio del numero di innovazioni di filiera attivate (processo e/o prodotto)
Unità di misura	N.
Target (2023)	1 progetto sulla trasformazione di prodotto e/o sull'integrazione della filiera
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO

Obiettivo specifico	1.F: Sostenere la ricerca, la sperimentazione e l'avviamento di pratiche di acquacoltura finalizzata a conseguire il potenziale ripopolamento delle specie ittiche attraverso l'introduzione di pratiche innovative di riproduzione e allevamento
INDICATORI DI RISULTATO Numero di sperimentazioni di pratiche innovative	
Descrizione	Sperimentazioni di pratiche innovative per il miglioramento di fase nella catena di produzione ittica in acquacoltura
Unità di misura	N.
Target (2023)	2 Interventi di ricerca e sperimentazioni in ambiente acquacoltura
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO su dati Enti di Ricerca

Obiettivo specifico	2.A: Incentivare la promozione del territorio per rafforzarne l'identità
INDICATORI DI RISULTATO: - Numero di iniziative promozionali	
Descrizione	L'indicatore è volto a misurare l'incremento della notorietà del territorio (brand index)
Unità di misura	N.
Target (2023)	2 iniziative promozionali volte a valorizzare il BRAND
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO

Obiettivo specifico	2.B: Valorizzare e tutelare il patrimonio storico, culturale e ambientale legato alla pesca
INDICATORI DI RISULTATO - Numero di iniziative/ manifestazioni / eventi realizzate/i, - Numero di visitatori/turisti/cittadini/ coinvolti	
Descrizione	Indicatore mira a misurare la capacità dell'azione di valorizzare il patrimonio storico, culturale e ambientale legato alla pesca
Unità di misura	N.
Target (2023)	- 3 progetti attivati
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO

Obiettivo specifico	2.C: Riqualificare i luoghi di sbarco e di identificazione del mondo della
INDICATORI DI RISULTATO - Numero di approdi di piccola pesca valorizzati, - numero di servizi attivati	
Descrizione	Adeguamenti di approdi di piccola pesca
Unità di misura	N.
Target (2023)	- 3 siti di sbarco valorizzati (es. migliore qualità delle strutture/miglioramento sicurezza e condizioni lavoro/miglioramento delle condizioni di sbarco)
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO

Obiettivo specifico	1.G: Aggiornamento, riqualificazione e formazione degli operatori della pesca
INDICATORI DI RISULTATO: - N corsi frequentati	
Descrizione	Misura il numero di soggetti che intraprendono percorsi di formazione continua per la riqualificazione professionale

Unità di misura	N.
Target (2023)	- Soggetti coinvolti nei percorsi di formazione continua
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO

Obiettivo specifico	1.H: Stimolare l'iniziativa imprenditoriale, la diversificazione delle attività mediante attività di orientamento/formazione professionale, mirata in particolare a giovani imprenditori, alle donne della pesca, agli artigiani del settore
INDICATORI DI RISULTATO: - - Numero di giovani imprenditori, donne della pesca, e artigiani del settore formati	
Descrizione	Misura il numero di soggetti coinvolti nell'azione formativa
Unità di misura	N.
Target (2023)	- 10 giovani - 10 donne - 10 artigiani
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO

AZIONI

Azione	1.1: Creazione del Centro Innovazione e Sviluppo della Pesca (CISP) e sostegno all'attivazione di laboratori d'innovazione
INDICATORI DI REALIZZAZIONE - numero di progetti, studi realizzati - numero di laboratori attivati	
Descrizione	Attivazione laboratori per l'innovazione nel settore pesca.
Unità di misura	N.
Target (2023)	- n 5 progetti esecutivi di innovazione nei temi relativi ai laboratori attivati - n 5 studi di settore relativi ai temi sviluppati nei laboratori e finalizzati a focalizzare lo "state of the art" nello specifico ambito di intervento
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO

Azione	Azione 1.1: Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all'attivazione di laboratori d'innovazione ed alla Realizzazione di Progetti Pilota <u>Sub-intervento: Realizzazione di azioni pilota definite nell'ambito del laboratorio "Certificazione e produzione di qualità"</u>
INDICATORI DI REALIZZAZIONE - Sviluppo e/o adozione di un sistema di tracciabilità	
Descrizione	Attuazione di un sistema di tracciabilità informatizzato
Unità di misura	N.
Target (2023)	- 1 sistema per la tracciabilità sviluppato o promosso nella sua adozione - Individuazione di almeno 1 filiera ittica per cui è applicabile la certificazione
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO su dati Regione Marche

Azione	Azione 1.2: Incentivi per l'avvio di start up, potenziamento e sviluppo di micro, piccolo, medie imprese (MPMI) già esistenti, nel settore della pesca e nei settori collegati (<i>blue economy</i>) <u>Sub-intervento: contributi alla realizzazione di investimenti per le imprese beneficiarie</u>
INDICATORI DI REALIZZAZIONE: - N° MPMI attivate	
Descrizione	Sostegno alla costituzione, espansione di MPMI
Unità di misura	N.
Target (2023)	- 2 MPMI di nuova costituzione - 2 MPMI in espansione con potenziale di contenuto innovativo

Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO su dati CCIAA
--------------	---

Azione	Azione 1.1: Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all'attivazione di laboratori d'innovazione ed alla Realizzazione di Progetti Pilota <u>Sub-intervento: Realizzazione di azioni pilota definite nell'ambito del laboratorio "Eco-innovazione"</u>
INDICATORI DI REALIZZAZIONE - servizi/progetti innovativi volti a migliorare la sostenibilità ambientale nei porti e del sistema pesca	
Descrizione	Incremento della sostenibilità ambientale nel settore della pesca e del turismo legato al mare.
Unità di misura	N.
Target (2023)	N. 2 Progetti pilota sui temi dell'eco-innovazione. I contenuti tecnici delle azioni dimostrative saranno sviluppati nell'ambito dello specifico laboratorio tematico e, a titolo esemplificativo, gli ambiti di intervento potranno essere: efficientamento energetico, miglioramento della raccolta e della depurazione delle acque di scarico delle imbarcazioni, economia circolare
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO

Azione	Azione 1.1: Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all'attivazione di laboratori d'innovazione ed alla Realizzazione di Progetti Pilota <u>Sub-intervento: Realizzazione di azioni pilota definite nell'ambito del laboratorio "Innovazione tecnologica, di prodotto e di processo"</u>
INDICATORI DI REALIZZAZIONE: - Progetto pilota di trasformazione	
Descrizione	Razionalizzazione della filiera ittica; miglioramento della qualità con l'introduzione di tecniche innovative nella conservazione del prodotto ittico fresco o minimamente processato
Unità di misura	N.
Target (2023)	- 1 Progetto pilota di trasformazione e/o integrazione dei processi produttivi e commerciali della filiera della pesca
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO

Azione	Azione 1.1: Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all'attivazione di laboratori d'innovazione ed alla Realizzazione di Progetti Pilota <u>Sub-intervento: Realizzazione di azioni pilota definite nell'ambito del laboratorio "Innovazione tecnologica, di prodotto e di processo"</u>
---------------	--

INDICATORI DI REALIZZAZIONE - progetto pilota di acquacoltura	
Descrizione	Miglioramento delle condizioni di insediamento e sviluppo degli stadi giovanili, perfezionamento delle tecniche di captazione e allevamento nel medio Adriatico
Unità di misura	N.
Target (2023)	2 progetti pilota sul tema acquacoltura
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO

Azione	2.1: Costruzione del <i>Brand Ombrello</i> e sviluppo iniziative integrate di marketing e promozione territoriale
INDICATORI DI REALIZZAZIONE - Studio ed realizzazione del progetto di marketing territoriale	
Descrizione	Progetto di marketing territoriale caratterizzato da: - Definizione della Brand Identity - concorsi; - contest enogastronomici; - partecipazione a rassegne di settore; - eventi di promozione sul territorio
Unità di misura	N.
Target (2023)	- 1 brand territoriale FLAG Marche Centro - 1 logo - 1 pay-off - 1 Manuale/disciplinare per utilizzo marchio - 1 Piano di Marketing Promozionale - Rivisitazione e aggiornamento costante del sito web Flag Marche Centro, secondo lo <i>Standard Brand</i> ideato - 2 azioni promozionali
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO

Azione	2.2: Sostegno a progetti di promozione del territorio, dei prodotti ittici locali, della cultura locale e del dialogo sociale finalizzate alla riscoperta delle tradizioni della pesca e alla tutela del mare.
INDICATORI DI REALIZZAZIONE - Numero di progetti e iniziative Promozionali attivati	
Descrizione	Posizionamento del brand territoriale FLAG Marche Centro a livello regionale, nazionale, europeo e internazionale
Unità di misura	N.
Target (2023)	- 5 progetti/iniziative/manifestazioni di promozione territoriale
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO su dati CCIAA

Azione	2.3: I luoghi della pesca e di sbarco
INDICATORI DI REALIZZAZIONE - Progetti di miglioramento e di valorizzazione	
Descrizione	Interventi volti a potenziare le aree di sbarco e a migliorare la qualità delle strutture e dei servizi offerti
Unità di misura	N.
Target (2023)	- 3 progetti di adeguamento e valorizzazione delle aree di sbarco e dei porti in area FLAG Marche Centro
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO

Azione	Azione 1.1: Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all'attivazione di laboratori d'innovazione ed alla Realizzazione di Progetti Pilota Sub-intervento: Realizzazione di azioni pilota definite nell'ambito del laboratorio <u>"Formazione e sviluppo di competenze"</u>
INDICATORI DI REALIZZAZIONE - Operatori della pesca formati	
Descrizione	- Numero di operatori della pesca che fruiranno dell'offerta formativa
Unità di misura	N.
Target (2023)	- 25 Operatori della pesca formati
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO

Azione	Azione 1.2: Incentivi per l'avvio di start up, potenziamento e sviluppo di micro, piccolo, medie imprese (MPMI) già esistenti, nel settore della pesca e nei settori collegati (<i>blue economy</i>)
INDICATORI DI REALIZZAZIONE:	
- Interventi formativi attuati e numero dei partecipanti	
Descrizione	Creare competenze idonee a sviluppare attività imprenditoriali e percorsi di diversificazione del reddito nei settori individuati dalle strategie FLAG.
Unità di misura	N.
Target (2023)	- Gestione di almeno 2 piani di accompagnamento allo sviluppo di competenze, capacità ed attitudini imprenditoriali
Fonte	Elaborazione FLAG MARCHE CENTRO

INDICATORI D'IMPATTO

INDICATORI DI IMPATTO: Posti di lavoro mantenuti	
Descrizione	Sostenere il mantenimento dei posti di lavoro nel settore pesca
Unità di misura	N.
Target (2023)	1.513 addetti
Fonte	Fonte ISTAT demo, elaborazione da CCIAA Ancona

.....

INDICATORI DI IMPATTO: Posti di lavoro creati	
Descrizione	Aumento % del numero degli addetti del comparto
Unità di misura	%
Target (2023)	+ 1% di posti di lavoro creati
Fonte	Elaborazione da CCIAA

.....

INDICATORI DI IMPATTO: % di Incremento MPMI imprese nel settore della blue economy	
Descrizione	Sostegno alla creazione di nuove forme di imprenditoria nel settore della blue economy
Unità di misura	%
Target (2023)	+ 0,9% rispetto a numero imprese attive nel 2016
Fonte	Elaborazione da CCIAA

9 DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA' CHE HANNO PORTATO ALLA DEFINIZIONE DELLA STRATEGIA

9.1 Lezioni apprese

La pregressa esperienza del partenariato, in percorsi di “governance” partecipativa e nell’ottica del principio di sviluppo sostenibile, ha condotto ad un risultato positivo nella costruzione della SSL. Le precedenti esperienze implementate hanno insegnato che la forza propulsiva dell’approccio “bottom-up” genera un effetto moltiplicatore in cui gli attori del processo non rappresentano i beneficiari passivi della strategia, ma i protagonisti principali, nonché artefici del suo sviluppo, contribuendo alla soluzione dei problemi evidenziati. Favorisce l’emersione dell’identità locale che stimola senso di responsabilità e un ruolo attivo nell’implementazione delle politiche, consolidando i rapporti tra gli intervenuti e innescando un meccanismo di fiducia anche verso le istituzioni. Tra le esperienze più rilevanti: la sottoscrizione del Patto dei Sindaci per il Clima e l’Energia, e l’adozione dei rispettivi PAES; Agenda21 locale; il Piano di Sviluppo per l’Area Metropolitana Medio Adriatica (PSAMMA); la Strategia per l’Investimento Territoriale Integrato “Waterfront 3.0”, frutto di un percorso ampio e qualificato di ascolto del territorio confluito nel “Piano Strategico”, per il rilancio socioeconomico dell’area urbana prospiciente il mare; Il Piano di Adattamento al Cambiamento Climatico costruito attraverso un percorso partecipato e gestito tramite il LAB / Local Adaptation Board.

9.2 Descrizione delle tappe principali della pianificazione

- **27/07/16:** presentazione manifestazione d’interesse per la costituzione del FLAG MARCHE CENTRO da parte del Comune di Ancona (soggetto capofila)
- **05/08/16:** incontro con i potenziali partner pubblici, privati e della società civile per la costituzione del FLAG MARCHE CENTRO
- **22/08/16:** incontro tra i territori aderenti alla strategia per esaminare e valutare le bozze dei testi dello Statuto e Atto costitutivo
- **26/08/16:** I° incontro di co-design strategico/progettuale con gli stakeholder
- **02/09/16:** II° incontro di co- design strategico/progettuale con gli stakeholder
- **07/09/16:** Tavolo di co-working con gli operatori della pesca (Federcoop Pesca Marche; Legacoop Pesca Marche; Federpesca Marche) sul tema (2) “*Valorizzazione/Promozione del Prodotto e del Territorio – Riscoperta della narrazione della figura del pescatore*”;
- **08/09/16:** Tavolo di co-working con operatori turistici di settore (Marina Dorica) sul tema (2) “*Valorizzazione/Promozione del Prodotto e del Territorio – Riscoperta della narrazione della figura del pescatore*”;
- **12/09/16:** Tavolo di co-working con gli operatori del mondo della formazione (FLAI CGIL; FLAI CISL) sul tema (4) “*Sviluppo competenze e nuova professionalità*”.
- **13/09/16:** III° incontro di co-design strategico/progettuale con gli stakeholder
- **14/09/16:** Tavolo di co-working con gli operatori del mondo della ricerca (UNIVPM-Facoltà di agraria/Cluster Agroalimentare) e della pesca sul tema (1) “*Innovazione e Sviluppo per la Pesca*”;
- **19/09/16:** Stipula atto costitutivo e statuto FLAG MARCHE CENTRO
- **22/09/16:** Tavolo di co-working con gli operatori del mondo della ricerca (UNIVPM-DISVA, Università di Camerino) sul tema numero (3) “*Sviluppo acquacoltura*”;
- **24/09/16:** Workshop “*Benefici e opportunità per le aziende - Innovazione di prodotto, di processo e di filiera*”

9.3 Coinvolgimento dei soggetti che compongono il partenariato

I soggetti coinvolti nel processo di partenariato sono stati: Comune di Montemarciano; Comune di Falconara Marittima; Comune di Numana; Comune di Sirolo; Comune di Porto Recanati; Comune di Porto Potenza Picena; Comune di Civitanova Marche; Camera di Commercio di Ancona e Macerata; Università Politecnica delle Marche; Università di Camerino; Federpesca Marche; Federcoop Pesca Confcooperative; Legacoop Pesca Marche; Associazione produttori pesca Ancona; A.R.L. Co.Ge.Vo. Ancona e Civitanova; Associazione civitanovese produttori ittici; Organizzazione produttori della Pesca Civitanova; ACGI-AGRITAL; UBI Banca Popolare di Ancona; Banca di Credito Cooperativo Ancona; Associazione Penelope; CNR-ISMAR; FLAI CGIL; FLAI CISL; Associazione Marinerie d'Italia.

Di questi, 19 soggetti sono entrati formalmente nella compagine partenariale già nel primo step, che si è concluso con la stipula dell'Atto costitutivo il 19 settembre 2016. Altri potenziali partner entreranno compatibilmente con i vincoli previsti dalla normativa. Il processo di coinvolgimento, avvenuto con modalità fortemente trasparenti e partecipative, si è attuato mediante azione diretta con i soggetti istituzionali, e indiretta con tutte le Parti del mondo economico e civile del settore d'intervento. Il Comune di Ancona, in qualità di Ente capofila, con una PEC ha portato a conoscenza degli Enti l'opportunità di partecipare a questo nuovo strumento di progettualità territoriale per l'area costiera e di promuoverlo verso la componente economica e sociale del proprio territorio. I comunicati stampa (n. 4), la realizzazione di un sito web ufficiale del FLAG www.flagmarchecentro.eu, di una pagina facebook <https://facebook.com/flagmarchecentro> e l'effetto moltiplicatore degli stessi soggetti istituzionali partecipanti hanno di fatto catalizzato nell'area di riferimento, il partenariato pubblico-privato, che ha portato alla nascita dell'Associazione FLAG MARCHE CENTRO.

Gli incontri finalizzati alla condivisione dello Statuto e dell'Atto costitutivo sono stati 3, di cui 1 in sede di stipula dell'Atto costitutivo dell'Associazione FLAG MARCHE CENTRO.

Nel corso del 2017, l'Associazione ha poi proceduto a:

- ampliare la propria compagine sociale, attraverso l'adesione del Comune di Porto Recanati e del CNR;
- dotarsi di una veste istituzionale più adeguata alla gestione della SSL e del relativo PdA, trasformandosi in data 06.10.2017 in Società Consortile a responsabilità limitata

9.4 Coinvolgimento della comunità locale

Le modalità per il coinvolgimento e la partecipazione della comunità locale è avvenuta dapprima con la costituzione del Gruppo Locale di coordinamento Intersettoriale e Multidisciplinare (GLIM) e successivamente con l'attivazione del percorso di **stakeholder engagement**. Il GLIM è stato costituito includendo i referenti dei principali stakeholder diretti, con l'obiettivo di supportare operativamente e fattivamente il FLAG nella definizione della strategia e del PdA, con un ruolo guida nell'orientamento e svolgimento delle attività. I principali Enti e/o Organismi coinvolti sono stati: Comune di Ancona; CNR ISMAR; UNIVPM; Camera di Commercio di Ancona, con il supporto di Eurocube Srl, in qualità di AT esterna per la definizione della SSL prevista dal bando (Avviso DDPF Caccia e Pesca n.88 del 25/07/2016). In totale sono stati calendarizzati 5 incontri di lavoro del GLIM, attraverso i quali è stato definito il piano di lavoro, le modalità di attuazione del processo partecipato, gli obiettivi prioritari da sviluppare come previsto dall'art. 63 par. 1 del Reg. UE n. 508/2014.

Il processo di *stakeholder engagement* si è concretizzato attraverso l'organizzazione di incontri

pubblici a cui sono stati invitati a partecipare le imprese locali, i soggetti pubblico istituzionali, i soggetti portatori di interessi collettivi e la cittadinanza più in generale. Tali eventi hanno avuto l'obiettivo promuovere lo strumento del CLLD e far emergere direttamente dai partecipanti i fabbisogni del settore e le idee progettuali funzionali alla definizione della SSL e del PdA. Gli stakeholder coinvolti sono stati selezionati seguendo un percorso di analisi multi-criteri e multi-fattoriale utilizzando la metodologia prevista dalla matrice Influenza/interesse.

Complessivamente sono stati coinvolti n. 106 stakeholder attraverso 9 momenti di incontro di cui:

- **3 incontri di co-design strategico/progettuale**,
- **5 incontri di co-working** dedicati all'approfondimento di specifici temi della strategia,
- **1 workshop** aperto dedicato al mondo dell'imprenditoria locale del settore della pesca.

L'attuazione dei **3 incontri di co-design strategico/progettuale (rif. Par. 9.2)**, ha avuto l'obiettivo di sviluppare una progettualità condivisa e di favorire l'integrazione degli interventi, sia a livello territoriale sia a livello settoriale. Gli incontri sono stati finalizzati alla:

- **Analisi SWOT e definizione della Matrice dei Fabbisogni** sulla base dei risultati evidenziati dalla analisi di contesto. Al fine di far emergere e cogliere i fabbisogni del territorio nell'area FLAG Marche Centro, e per meglio calibrare le decisioni del PdA e dimensionare gli interventi, durante i primi due incontri è stata condotta un'analisi SWOT di tipo partecipato. Sono state distribuite ai partecipanti delle tabelle-format per la raccolta dei diversi feedback relativi alle opportunità, minacce, punti di forza e di debolezza. I feedback ricevuti sono stati rielaborati ed sintetizzati in elementi di analisi significativi. A ciascun elemento è stato poi attribuito un valore, tenendo in considerazione la scala di rilevanza da 1 a 4 (come da Allegato A.3 dell'Avviso n. 88 del 25/07/2016). Il valore finale rispetto a ciascun elemento è risultato dalla media matematica dei contributi ricevuti.
- **Definizione della Strategia di Sviluppo Locale**. A partire dagli obiettivi e priorità tematiche individuate dal GLIM, gli stakeholder sono stati chiamati a partecipare attivamente all'elaborazione della strategia, fornendo un contributo di idee e di proposte progettuali, funzionali alla costruzione dell'elaborato base del PdA. A supporto della costruzione della SSL sono stati condotti, durante gli incontri, degli approfondimenti tematici su possibili misure da sviluppare. Per facilitare la raccolta di proposte progettuali è stato realizzato un format di schedazione distribuito ai vari stakeholder, a cui è stato chiesto di riconsegnarlo compilato. Le schede azioni raccolte sono servite per costruire la struttura del PdA e per individuare fabbisogni, idee e potenziali progetti da finanziare. In totale sono state raccolte **n° 22 proposte progettuali**.
- **Messa a punto del PdA**, con la conseguente identificazione delle azioni e degli interventi ammissibili, della loro finalità, degli ipotetici beneficiari, delle modalità e delle tempistiche di intervento.

Parallelamente ai 3 incontri di progettazione partecipata, sono stati organizzati dei momenti di **co-working** dedicati all'approfondimento di 4 temi ritenuti prioritari: (1) *“Innovazione e Sviluppo per la Pesca”*; (2) *“Valorizzazione/Promozione del Prodotto e del Territorio”* (3) *“Sviluppo acquacoltura”*; (4) *“Sviluppo competenze e nuova professionalità”*.

Terminato il processo partecipato, si è giunti alla redazione del presente PdA approvato dallo stesso Consiglio Direttivo in data 04 Ottobre 2016.

Infine, SSL e PdA approvati sono stati presentati al mondo dell'imprenditoria locale durante il workshop del 24 settembre 2016 (cfr cap.9.2) Al workshop sono state invitate a partecipare imprese del settore produttivo e industriale, della trasformazione e della commercializzazione con l'ottica di stimolare un dialogo costruttivo sui temi della strategia in particolare sugli aspetti legati all'innovazione.

Le modalità di coinvolgimento della comunità locale è stata inoltre garantita attraverso il **sito web**

ufficiale: www.flagmarchecentro.eu, e la pagina FB <https://facebook.com/flagmarchecentro>. Inoltre, l'**attivazione di un indirizzo mail** info@flagmarchecentro.eu, ha permesso a tutti gli interessati di interloquire nella maniera più semplice e diretta. I fogli di partecipazione agli incontri e il materiale divulgativo sono gli allegati n. 6-11 del Capitolo 15.

9.5 Sostegno preparatorio

	SI	NO
Presentazione della manifestazione di interesse per il finanziamento del sostegno preparatorio	X	

10 COMPLEMENTARIETA' DELLA SSL DEFINITA RISPETTO ALLE ALTRE POLITICHE DI SVILUPPO DEL TERRITORIO

Gli interventi proposti rispettano la coerenza con le politiche, le priorità e le attività comunitarie e sono complementari ad altri strumenti finanziari Comunitari in linea con i principi generali della programmazione delle politiche comunitarie per il periodo 2014-2020 che prevedono complementarità e coerenza degli interventi in un dato territorio e in uno specifico settore di attività. In particolare le misure, azioni ed interventi previsti dalla presente strategia sono complementari rispetto a:

- gli interventi previsti dalle 6 priorità del PO FEAMP 2014-2020;
- gli interventi di cui al POR FESR Marche 2014-2020 (che come noto esclude il finanziamento di interventi per il settore pesca e acquacoltura) in particolare: supportando sinergicamente investimenti infrastrutturali rivolti alle imprese della pesca ed anche integrandosi a più ampi interventi per la ristrutturazione e/o miglioramento delle infrastrutture sostenuti dal FESR; nel settore della ricerca applicata al settore pesca, in coerenza con la *Smart Specialization Strategies* regionale, trasferendo i risultati agli operatori del settore ittico e massimizzando lo scambio reciproco di informazioni con il mondo della ricerca; completando un sostegno al territorio mirato alle imprese collegate con il settore della pesca e dell'acquacoltura; agendo sinergicamente ed evitando sovrapposizioni rispetto all'Investimento Territoriale Integrato "Waterfront 3.0" ottenuto dal Comune di Ancona (FESR e FSE); in riferimento ai Programmi di Cooperazione Territoriale FESR, rafforzando e completando la cooperazione finanziata dal bilaterale Interreg Italia-Croazia e dai programmi di cooperazione transnazionale Interreg MED ed Interreg ADRION (anche in sostegno all'implementazione della Strategia Europea per la Regione Adriatico Ionica), in particolare nel campo della *blue growth*, della riduzione dei rischi ambientali, della valorizzazione turistica ecc.;
- gli interventi di cui al PSR Marche 2014-2020 in particolare agendo in maniera coordinata e complementare, laddove possibile, e condividendo modelli efficienti di gestione. con gli interventi attuati dai GAL Colli Esini-San Vicino e GAL Sibilla e dalla Regione Marche rispetto alle priorità: 3-promuovere l'organizzazione della filiera alimentare, compresa la trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli, il benessere animale e la gestione dei rischi nel settore agricolo; 5-incentivare l'uso efficiente delle risorse e il passaggio a un'economia a basse emissioni di carbonio e resiliente al clima nel settore agroalimentare e forestale; 6-adoperarsi per l'inclusione.

11 PIANO FINANZIARIO

11.1 Piano finanziario per tipologia di costo

Tipologie di costo	Spesa Totale*	Contributo pubblico		Finanziamenti privati		Altri finanz. pubblici	
		Euro	% su spesa totale	Euro	% su spesa totale	Euro	% su spesa totale
a) Sostegno preparatorio	30.400,00	30.400,00	1,25%				
b) Esecuzione delle operazioni	1.607.775,44	1.144.375,44	49,27%	463.400,00	19,95%		
c) Attività di cooperazione	250.000,00	250.000,00	10,76%				
d) Costi di esercizio connessi alla gestione**	411.172,60	411.172,60	17,70%				
e) Costi di Animazione***	53.619,20	53.619,20	2,31%				
TOTALE	2.322.567,24	1.859.167,24	80,05%	463.400,00	19,95%		

* La spesa totale al netto del sostegno preparatorio deve essere compresa tra 1.000.000,00 e 1.300.000,00 di euro a cui viene aggiunto il bonus del 12% sul totale delle risorse disponibili, che risulta pari ad € 559.167,24

** Nel totale Contributo pubblico, relativo alla Esecuzione delle Operazioni è inserito l'importo di € 283.000,00 relativo allo sviluppo di progettualità per **attività di Cooperazione**, come descritto nella 6.6 della SSL

*** Il valore totale del sostegno per i costi di esercizio e animazione, di cui alle lettere d) ed e) dell'art. 35.1 del Reg.(UE) n. 1303/2013, per ciascuna strategia, non deve superare il 25 % della spesa pubblica complessiva di cui alle lettere b) e c), d) ed e) del medesimo articolo del Reg.(UE) n. 1303/2013. Tale limite deve essere soddisfatto anche al termine della fase di attuazione e sarà calcolato sulla base dei costi di cui alle lettere b), c) d) ed e) rendicontati e ritenuti ammissibili.

11.2 Sostegno preparatorio (lett.a)

Costi	Spesa Totale*
Iniziative di formazione e informazione rivolte alle parti interessate locali	0,00
Studi dell'area interessata	0,00
Progettazione della strategia di sviluppo locale di tipo partecipativo, incluse consulenza e azioni legate alla consultazione delle parti interessate ai fini della preparazione della strategia	14.518,00
Spese amministrative (costi operativi e per il personale) di un'organizzazione che si candida al sostegno preparatorio nel corso della fase di preparazione	15.882,00
TOTALE	30.400,00

* Il totale del contributo pubblico per il sostegno preparatorio non può superare € 30.000,00.

11.3 Esecuzione delle operazioni (lett.b)

Azioni	Spesa Totale	Contributo Pubblico		Finanziamenti Privati	
		Euro	% su spesa totale	Euro	% su spesa totale
A1.1: Creazione del Centro Innovazione Sviluppo della Pesca (CISP) - Sostegno all'attivazione di laboratori d'innovazione ed alla realizzazione di progetti pilota	800.000,00	600.000,00	75%	200.000,00	25%
A1.2: Incentivi per l'avvio di start up, potenziamento e sviluppo di micro, piccolo, medie imprese (MPMI) già esistenti, nel settore della pesca e nei settori collegati (blue economy)	185.800,00	92.900,00	50%	92.900,00	50%
A2.1: Costruzione del Brand Ombrello e sviluppo iniziative integrate di marketing e promozione territoriale	97.600,00	97.600,00	100%		
A2.2: Sostegno a progetti di promozione del territorio, dei prodotti ittici locali, della cultura locale e del dialogo sociale finalizzate alla riscoperta delle tradizioni della pesca e alla tutela del mare	286.375,44	234.875,44	82%	51.500,00	18%
A2.3 I luoghi della pesca e di sbarco	238.000,00	119.000,00	50%	119.000,00	50%
A3.1. Azioni a sostegno della cooperazione e dello sviluppo di network e partenariati internazionali	250.000,00	250.000,00	100%		
TOTALE	1.857.775,44	1.394.375,44		463.400,00	

11.4 Costi di esercizio connessi alla gestione e di animazione (lett. d ed e)

Costi		Spesa Totale*
Costi di esercizio connessi alla gestione	Costi personale (Direttore e RAF)	129.150,00
	Costi operativi (Assistenza Tecnica – Monitoraggio,, supporto istruttoria domande/operazioni, comunicazione)	135.541,80
	Costi per il personale (Segreteria amministrativa)	42.000,00
	Costi di formazione	0,00
	Costi relativi alle pubbliche relazioni (compreso comunicazione)	19.800,00
	Costi finanziari	19.980,00
	Costi connessi alla sorveglianza e alla valutazione (Esperti valutatori indipendenti, valutatore esterno, certificatore esterno) e membri commissioni di valutaizone	29.400,00
	Altri costi (supporto legale, fiscale e tributaria	20.300,80
	Costi supporto tecnico/giuridico	15.000,00
	SUB-TOTALE	411.172,60
Animazione		53.619,20
TOTALE		464.791,80
% su Totale della Strategia*		25%

* Il valore totale del sostegno per i costi di esercizio e animazione, di cui alle lettere d) e e) dell'art. 35.1 del Reg.(UE) n. 1303/2013, per ciascuna strategia, non deve superare il 25 % della spesa pubblica complessiva di cui alle lettere b) e c), d) ed e) del medesimo articolo del Reg.(UE) n. 1303/2013. Tale limite deve essere soddisfatto anche al termine della fase di attuazione e sarà calcolato sulla base dei costi di cui alle lettere b), c) d) ed e) rendicontati e ritenuti ammissibili.

11.5 Piano finanziario per annualità

Indicare le previsioni per annualità. Tale sezione sarà nel dettaglio specificata nel piano d'azione definitivo.

Anno	Spesa Totale *
2016	
2017	148.622,03
2018	557.332,63
2019	575.910,39
2020	575.910,39
2021	
2022	
2023	
TOTALE	1.857.775,44

* Ad esclusione del sostegno preparatorio, dei costi di esercizio connessi alla gestione e dei costi di animazione

11.6 Mobilitazione risorse private

Nell'ambito dell'attuazione della strategia per la realizzazione del FLAG Marche Centro, la procedura di processo partecipativo, che ha visto coinvolti tutti gli stakeholder del territorio, ha portato alla definizione della strategia da attuare sul territorio. Tutti i soggetti partecipanti hanno visto, nella strategia proposta, una forte leva per lo sviluppo del settore pesca. Le attività implementate, hanno avuto il fine di orientare in modo concreto la possibilità di realizzare le azioni proposte, che vedranno la partecipazione di attori privati in azioni che hanno temi comuni, come il Centro Innovazione e Sviluppo della Pesca (A1.1), con la creazione di laboratori dedicati all'innovazione tecnologica, organizzativa funzionali a coagulare investimenti pubblici e privati e ad avvicinare mondo della ricerca con il mondo dei pescatori e del privato. Nell'ambito dell'azione CISP, una importante mobilitazione di risorse complementari verrà ulteriormente attivata per la realizzazione delle azioni pilota programmate nei diversi laboratori tematici e fondate sul coinvolgimento di enti di ricerca e operatori economici del settore.

In particolare i maggiori temi di interesse per il settore privato (emersi sia in fase di dibattito, sia attraverso l'analisi SWOT) riguarderebbero: la tracciabilità del pescato, l'utilizzo di un marchio di qualità, l'etichettatura del pescato, il potenziamento della filiera e la messa a sistema dei mercati ittici. In totale le risorse finanziarie complementari che si intende mobilitare per avviare processi di innovazione contemplati dalla Misura 1 della SLL sono pari a 292.900,00 Euro. L'altro tema della strategia che ha sollevato interesse nei partecipanti al processo collettivo, è quello relativo alla riscoperta del mestiere del pescatore con azioni che vanno ad incidere direttamente sull'opportunità di creazione di nuove imprese nel settore della blue economy. La tematica proposta ha trovato interesse da parte del mondo della pesca e delle istituzioni e potrebbe attivare risorse finanziarie private pari a 170.500,00 Euro (Misura 2).

12 MODALITA' DI GESTIONE

12.1 Struttura organizzativa

Il FLAG MARCHE CENTRO è responsabile dell'attuazione del PdA e del rispetto delle normative comunitarie, nazionali e regionali. L'organo competente e responsabile per l'attuazione del Piano di Azione è il Consiglio di Amministrazione del FLAG, che risponde dell'operato all'Assemblea dei Soci.

Il FLAG sarà dotato, quindi, di una struttura organizzativa che sarà adeguata alle risorse da gestire e basata su idonee professionalità in modo da essere in grado di assicurare l'espletamento delle funzioni tecniche, amministrative e contabili in riferimento all'attuazione delle Azioni previste nel PdA. Tutte le figure coinvolte nella gestione degli interventi che il FLAG svilupperà dovranno rispondere alle direttive impartite dal Consiglio di Amministrazione, come previsto nello Statuto della Società Consortile.

Per lo svolgimento delle sue funzioni il Consiglio di Amministrazione acquisirà le competenze necessarie mediante la costituzione di una struttura di base articolata in relazione alle esigenze specifiche.

In particolare, oltre alle funzioni obbligatorie (Direttore e Responsabile Amministrativo-Finanziario RAF), sono state individuate ulteriori funzioni:

- segreteria amministrativa;
- animazione;
- assistenza tecnica;
- monitoraggio;
- certificatore esterno;
- valutatore esterno.

L'Assistenza Tecnica è necessaria per svolgere attività di monitoraggio; controllo di I° livello (in coerenza con le Linee guida del Mipaaf per la gestione e controllo); istruttoria per domande e operazioni; comunicazione.

L'assistenza tecnica ricomprende figure professionali necessarie per l'assolvimento delle funzioni elencate monitoraggio.

Il Direttore dà esecuzione alle delibere del Consiglio di Amministrazione assicurando la direzione e coordinamento del FLAG. Sovrintende alla realizzazione del PdA attraverso il coordinamento tecnico nella fase di attivazione, attuazione, gestione, sorveglianza e diffusione dello stesso PdA.

Il Responsabile Amministrativo-Finanziario (RAF) è preposto alla supervisione, al controllo di legittimità formale e di regolarità procedurale di tutti gli atti del FLAG, svolgendo attività di consulenza amministrativa e finanziaria agli organi del FLAG.

L'Animatore ha la funzione di stimolare e raccordare gli stakeholder del processo nella corretta attuazione della strategia, supportandoli nelle scelte, fornendo strumenti di analisi ed orientamento. Inoltre deve essere di sostegno dell'area della progettazione e attuazione del PdA.

La Segreteria Amministrativa ha un insieme di compiti e funzioni operative che afferiscono alla segreteria, assistenza, archiviazione, raccolta, aggiornamento dei dati e di attività di supporto amministrativo al Direttore e al RAF.

Per il sistema di Sorveglianza e Valutazione del PdA, sarà garantito il coinvolgimento di professionalità idonee quale certificatori esterni ed esperti valutatori indipendenti. I certificatori provvederanno alla supervisione ed al controllo della gestione finanziaria del PdA, della regolarità procedurale rispetto agli accordi contenuti nella Convenzione con la Regione Marche.

Gli Esperti Valutatori Indipendenti sono chiamati a svolgere la valutazione su due diversi livelli:

- in fase di ricezione delle domande a seguito della pubblicazione degli avvisi pubblici/bandi;
- in fase di valutazione intermedia.

Relativamente al loro coinvolgimento nella valutazione delle domande di sovvenzione, il/gli

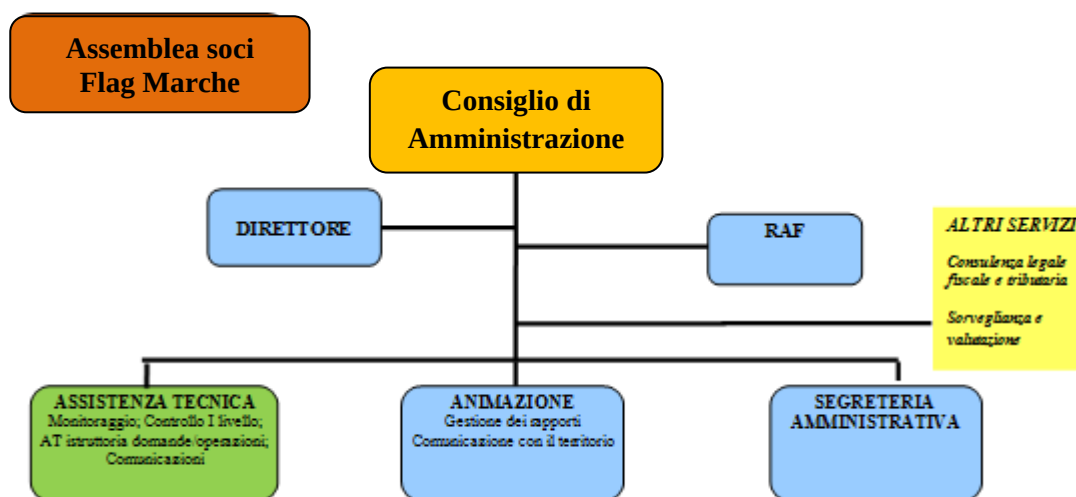
Esperti Valutatori Indipendenti, sotto il coordinamento della Commissione di Selezione (istituita ad hoc dal Comitato Direttivo per ciascuna operazione) provvedono alla valutazione di merito, alla verifica della congruità dei costi e della loro ammissibilità, formulando la graduatoria di merito che viene trasmessa al Direttore per la successiva pubblicazione.

A completamento della struttura organizzativa sono previsti supporti specialistici esterni per quanto riguarda gli aspetti contabili e soprattutto fiscali, le questioni tecnico\giuridiche, i rapporti con il personale (consulente del lavoro).

Si fa presente che il Consiglio di Amministrazione recepirà un regolamento sull'organizzazione e il funzionamento della Società Consortile che disciplina anche la trasparenza dell'azione amministrativa, l'accesso agli atti e il conflitto d'interesse, fermi restando gli opportuni aggiustamenti a seguito delle linee guida che saranno emanate in materia.

Il regolamento, al quale si rimanda per qualsiasi dettaglio, è allegato in copia al presente documento.

Cap. 12.1 ORGANIGRAMMA ORGANIZZATIVO



12.2 Risorse professionali

Al fine di verificare l'adeguatezza, in termini qualitativi e quantitativi, delle risorse umane per la gestione delle attività previste, elencare le figure professionali disponibili, evidenziando il relativo livello di esperienza e di competenza nelle materie coerenti con lo specifico ruolo da svolgere.

N.	Ruolo	Descrizione Profilo	Compiti
1	Direttore	Esperienza professionale di almeno 10 anni di cui almeno 5 con funzioni di direzione e coordinamento.	Buona conoscenza delle problematiche territoriali, elevata e documentata esperienza nel campo della programmazione e della gestione di interventi integrati e di interventi cofinanziati con fondi comunitari, nonché adeguata conoscenza della disciplina che regola l'utilizzo delle risorse finanziarie di carattere comunitario Il Direttore svolge funzioni ad alto contenuto professionale, anche nella conduzione e nel coordinamento di risorse umane e materiali. Al Direttore è demandato il controllo di gestione sulle attività del FLAG e sull'adozione di metodologie e strumenti organizzativi, atti a garantire il corretto ed efficace svolgimento delle attività. In particolare i suoi compiti sono i seguenti: - direzione e coordinamento tecnico della struttura operativa della società consortile; - direzione tecnica per tutte le esigenze di funzionamento della società consortile FLAG MARCHE CENTRO relativamente all'attuazione del Piano di Azione locale del FLAG; - partecipazione alle sedute del Consiglio di Amministrazione e relativi rapporti sull'attuazione del PdA; - rapporti con i fornitori e coordinamento della loro attività; - elaborazione di eventuali varianti al PdA; - esame preliminare ed istruttoria dei progetti; - rapporti con la Regione Marche, il Mipaaf e l'Unione Europea ed ogni altro organo preposto al controllo, alla valutazione o all'assistenza tecnica sullo svolgimento del programma; - controllo e verifica delle fasi di attuazione degli interventi ed ogni altra certificazione che gli organi della società

				consortile e/o la Regione Marche e/o gli altri Enti decidano di richiedere in ordine alla congruità e regolarità della realizzazione del CLLD FLAG MARCHE CENTRO.
2	Responsabile Amministrativo Finanziario	Esperienza professionale di almeno 5 anni nella gestione dei Fondi Comunitari, in attività di gestione, monitoraggio, rendicontazione.	Comprovata esperienza professionale con particolare riferimento alle attività di project management di iniziative comunitarie nell'ambito di programmi di finanziamento diretto e/o indiretto.	Il Responsabile amministrativo-finanziario ha il compito di gestire tutti gli aspetti amministrativi e finanziari connessi all'attuazione della SSL e del PdA, in relazione al Piano finanziario e alle disponibilità derivanti da eventuali altri progetti che dovessero essere finanziati al FLAG. In particolare i suoi compiti sono i seguenti: - assistenza contabile, ed amministrativa, in relazione agli adempimenti previsti dal bando regionale e dalla normativa comunitaria; - - assistenza al Consiglio di Amministrazione nella redazione del bilancio annuale da sottoporre all'approvazione dell'Assemblea; - coordinamento della segreteria per l'implementazione e funzionamento del sistema di monitoraggio fisico e finanziario dell'attività di gestione delle Misure e delle Azioni del PdA; - collaborazione con il Direttore nella verifica della procedura di inserimento dei dati nel sistema di monitoraggio dell'attività relativa all'attuazione delle Misure e delle Azioni del PdA e di eventuali altri programmi gestiti dal FLAG, secondo il procedimento informatizzato che sarà messo a disposizione dalla Regione; - eventuali modifiche ed integrazioni al PdA, nel rispetto delle procedure dettate dai regolamenti;

				- verifica degli aspetti amministrativi e contabili conseguenti all'attuazione dei progetti di cooperazione; - adempimenti amministrativi e finanziari che scaturiscono dall'attuazione del PdA, ivi compresi gli adempimenti connessi alle gare e alle procedure di cui al decreto legislativo n. 50/2016; - predisposizione dei materiali necessari e partecipare, d'intesa con il Direttore, agli audit tenuti dagli organi preposti; - predisposizione di eventuali provvedimenti di recupero e/o revoca – comprensivi del calcolo degli interessi passivi e legali maturati – di importi di finanziamento pubblico concessi al destinatario degli aiuti; - predisporre i progetti esecutivi e delle azioni a titolarità del FLAG.
3	Segreteria Amministrativa	Personale che svolgerà un ruolo di sostegno dell'area tecnica e amministrativa del FLAG.	Esperienza di relazioni pubbliche e gestione documentale, attitudine per la gestione di uffici organizzativi e segreteria, conoscenze informatiche e conoscenza del territorio.	La Segreteria svolge le seguenti funzioni: - segreteria generale; - gestione delle comunicazioni del FLAG in entrata e in uscita; - predisposizione e protocollazione degli atti; - messa a punto e mantenimento di un'efficace sistema di archiviazione; - servizi di back office al FLAG; - predisposizione degli atti per il funzionamento degli Organi Associativi (convocazioni, verbalizzazione sedute, etc.); - assistenza alla rendicontazione, supporto operativo e affiancamento agli organi decisionali, alla direzione e al RAF.
4	Animazione	Personale con ottima conoscenza del territorio e delle problematiche connesse alle dinamiche	Conoscenza del contesto economico e sociopolitico del territorio.	Collaborazione allo svolgimento dell'attività di funzionamento del FLAG e a tutto quanto necessario e

		di sviluppo socioeconomico locale e del mondo della pesca. Il suo ruolo è di raccordo tra gli stakeholder del processo e la corretta attuazione della strategia, supportandoli nelle scelte, fornendo strumenti di analisi ed orientamento volti a facilitare l'operatività.	Comprovata esperienza pluriennale maturata in servizi destinati alle imprese che operano nel territorio del FLAG.	richiesto al fine della realizzazione delle azioni previste dalla SSL e dal PdA, svolgendo i seguenti compiti: supporto di tipo tecnico, quali l'animazione e l'informazione a favore degli operatori pubblici e privati possibili fruitori delle azioni del FLAG.
5	Assistenza tecnica	Addetto al Monitoraggio Addetto al Controllo I° livello. Il Ruolo del controllo finanziario indipendente è quello di provvedere alla verifica di conformità delle procedure adottate, la legittimità della spesa e tutto quanto necessario a consentire, al referente dell'Autorità di certificazione della Regione Marche, la certificazione della spesa sostenuta. AT istruttoria domande/operazioni	Comprovata esperienza professionale con particolare riferimento agli aspetti procedurali del project management.	Attività di monitoraggio procedurale, fisico e finanziario degli interventi, nonché nelle procedure per il monitoraggio finanziario della spesa, attraverso l'utilizzo di specifici sistemi informativi e di specifici applicativi; raccolta mensile di tutte le informazioni relative allo stato di avanzamento procedurale, fisico e finanziario degli interventi finanziati con il FLAG, utilizzando gli strumenti di rilevazione elaborati dal Direttore ed inserendo i dati in un apposito sistema informativo di archiviazione I compiti del Controllore di I° livello sono dettati dal Manuale delle procedure e dei controlli, che stabilisce le procedure adottate dall'AdG del programma. I compiti dell'Assistenza Tecnica all'istruttoria per la selezione delle operazioni, riguardano la valutazione dell'ammissibilità formale e dei criteri di selezione di ogni operazione.
6	Certificatore esterno	Il Certificatore ha il ruolo di supervisione e di controllo.	Esperienza di almeno tre anni di esperienza in materia di controllo contabile. Da individuarsi tra i revisori dei conti, segnatamente tra quelli iscritti "Registro dei revisori contabili".	Supervisione e controllo della gestione finanziaria del FLAG MARCHE CENTRO, della regolarità procedurale rispetto agli accordi contenuti nella convenzione con l'Ente tesoriere, cui è affidato il servizio di cassa e di sue eventuali integrazioni o modifiche.
7	Valutatore esterno	Il valutatore esterno è incaricato dell'istruttoria e dalla valutazione dei progetti e delle domande	Esperienza professionale in tema di valutazione di programmi e/o progetti comunitari e	Il valutatore esterno ha il compito di procedere alla valutazione formale, di merito, alla verifica della congruità dei

		di sovvenzione pervenute in seguito alla pubblicazione degli avvisi/bandi pubblici e della valutazione intermedia della SSL e PdA.	partecipazione a Nuclei di valutazione (NUVAL).	costi e della loro ammissibilità, redigendo la graduatoria di merito che viene poi trasmessa al Direttore per la successiva pubblicazione. Inoltre svolge compiti di valutazione di medio periodo della SSL e PdA a partire dai dati e dall'attività di monitoraggio.
--	--	--	---	---

12.3 Distribuzione delle funzioni

Num.	Funzioni previste da Art. 34 (3) del Reg. (UE) 1303/2013	Soggetti responsabili	Risorse tecniche, logistiche ed organizzative disponibili	Risorse tecniche, logistiche ed organizzative che saranno disponibili in fase di attuazione
1	Rafforzare le capacità dei soggetti locali di elaborare e attuare operazioni anche stimolando la capacità di gestione dei progetti	Direttore Animatore	Risorse logistiche: Sala Consiliare e ex Consiliare Comune di Ancona; Sala Consiliare Comune di Civitanova Marche Risorse tecniche/organizzative: Ufficio SAPE (Servizio Associato Politiche Europee). Sportello bancario informativo per le attività FALG e di consulenza per cofinanziamento dei progetti	Risorse logistiche Sede e Ufficio FLAG MARCHE CENTRO, Sale camerali della CCIAA Ancona, Sede di rappresentanza "Loggia dei Mercanti" Ancona, Sala riunioni Direzione SUI 5° piano Comune di Ancona Risorse tecniche/organizzative: personale selezionato dal FLAG
2	Elaborare una procedura di selezione trasparente e non discriminatoria e criteri oggettivi di selezione che evitino i conflitti di interesse e che garantiscano che almeno il 50% dei voti espressi nelle decisioni di selezione provenga da partner che sono autorità non pubbliche e che consentano la selezione mediante procedura scritta	Direttore passando per l'approvazione del Comitato Direttivo Direttore RAF	Risorse logistiche/tecniche/organizzative Ufficio legale dei Comuni per gli aspetti giuridico/legale Ufficio Ragioneria dei Comuni per aspetti finanziari/amministrativi	Risorse tecniche/organizzative Direttore, RAF e supporto tecnico/giuridico esterno Risorse logistiche Sede ed uffici FLAG CENTRO MARCHE
3	Garantire la coerenza con la strategia di sviluppo locale di tipo partecipativo nella selezione delle operazioni, stabilendo l'ordine di priorità di tali operazioni in funzione del loro contributo al conseguimento degli obiettivi e del target di tale strategia	Direttore Comitato Direttivo Addetto al Monitoraggio	Risorse logistiche: Ufficio SAPE, Ufficio politiche comunitarie del Comune di Civitanova Marche Risorse tecniche/organizzative: Presidente e Consiglio di Amministrazione FLAG	Risorse tecniche/organizzative Direttore, RAF e Valutatore esterno e Assistenza Tecnica Risorse logistiche Sede ed uffici FLAG CENTRO MARCHE
4	Preparare e pubblicare gli inviti a presentare	Direttore	Risorse logistiche: Uffici Personale e Bandi e Gare dei	Risorse tecniche/organizzative

	proposte o un bando permanente per la presentazione di progetti, compresa la definizione dei criteri di selezione	RAF Personale di assistenza tecnica all'istruttore domande/operazione	Comuni Risorse tecniche/organizzative: Personale Ufficio Personale ed Ufficio Bandi e Gare dei Comuni	Direttore, RAF, supporto tecnico giuridico e Assistenza Tecnica Risorse logistiche Sede ed uffici FLAG CENTRO MARCHE
5	Ricevere e valutare le domande di sostegno	Direttore Comitato Direttivo Esperti Valutatori Indipendenti OP Regione Marche		Risorse tecniche/organizzative Direttore, RAF, Segreteria Amministrativa e Assistenza Tecnica Risorse logistiche Sede ed uffici FLAG CENTRO MARCHE
6	Selezionare le operazioni e fissare l'importo del sostegno e, se pertinente, presentare le proposte all'organismo responsabile della verifica finale dell'ammissibilità prima dell'approvazione	Direttore Comitato Direttivo OP Regione Marche Certificatore esterno	Risorse logistiche/tecniche/organizzative Ufficio Ragioneria dei Comuni per aspetti finanziari/amministrativi Ufficio SAPE	Risorse tecniche/organizzative Direttore, RAF, Segreteria Amministrativa e Assistenza Tecnica Risorse logistiche Sede ed uffici FLAG CENTRO MARCHE
7	Verificare l'attuazione della strategia di sviluppo locale di tipo partecipativo e delle operazioni finanziate e condurre attività di valutazione specifiche legate a tale strategia	Valutatore indipendente Addetto al monitoraggio Direttore Comitato Direttivo	Risorse tecniche/organizzative: Assemblea, Presidente e Consiglio di Amministrazione FLAG	Risorse tecniche/organizzative Direttore, RAF, Segreteria Amministrativa e Assistenza Tecnica Risorse logistiche Sede ed uffici FLAG CENTRO MARCHE

12.4 Procedure decisionali

Le procedure decisionali sono prese ai diversi livelli delle funzioni previste dall'Art. 34 (3) del Reg. (UE) 1303/2013.

A livello di "organi di governo" è il Consiglio di Amministrazione l'organo esecutivo e decisionale con compiti di coordinamento, supervisione e verifica di tutte le iniziative contenute nel Piano di Azione Locale, riguardanti l'informazione, l'animazione e l'assistenza tecnica ai potenziali attuatori, l'approvazione dei progetti e dei programmi specifici di intervento in attuazione delle azioni del Piano ed in generale di tutte le attività necessarie ad un'efficace gestione del FLAG. L'Assemblea dei soci svolge solo un ruolo di indirizzo attraverso la definizione delle direttive generali della Società Consortile e l'approvazione della Strategia di Sviluppo Locale (SSL) e del Piano di Azione Locale (PdA) e di ogni successivo aggiornamento.

A livello di "struttura organizzativa" è il Direttore il Soggetto responsabile del coordinamento della struttura operativa, garantendo un'adeguata gestione delle risorse umane e dei rapporti con collaboratori/consulenti esterni e predisponendo tutti i documenti e gli applicativi necessari per il funzionamento del FLAG. Il Direttore funzionalmente risponde al Consiglio di Amministrazione, al quale è chiamato a fornire il necessario supporto tecnico per le attività decisionali, predisponendo gli atti e i documenti per un efficiente ed efficace attuazione e gestione del PdA. e Svolge verso il Consiglio di Amministrazione funzione di supporto negli incontri con l'Assemblea dei Soci, oltre che nei rapporti con gli organi preposti al controllo, alla valutazione o all'assistenza tecnica sullo svolgimento del programma.

12.5 Procedure per la selezione delle operazioni

Le procedure di attuazione della SSL del FLAG possono essere distinte in procedure attuative per gli interventi a titolarità ovvero misure in cui il beneficiario è il FLAG medesimo e procedure attuative per interventi rivolti a beneficiari terzi, ovvero a bando. Per la gestione delle operazioni a titolarità diretta del FLAG, verranno adottate procedure di evidenza pubblica per l'acquisizione di servizi e/o forniture, ovvero modalità di gestione diretta attraverso il coinvolgimento delle organizzazioni associate. Il Consiglio di Amministrazione determinerà, per le tipologie di attività previste da ciascun intervento, dei capitolati di spesa che rappresenteranno la base economica per l'individuazione dei fornitori di beni e servizi. Le proposte saranno valutate da un'apposita commissione (costituita in base alle esigenze di ciascun affidamento) che provvederà a produrre apposito verbale da sottoporre all'approvazione del Consiglio di Amministrazione. Successivamente il Responsabile Amministrativo Finanziario provvederà alla predisposizione della documentazione necessaria per la stipula dei contratti con i soggetti che risulteranno affidatari. In ogni caso nella gestione delle operazioni a titolarità FLAG sarà garantita la separazione tra chi segue la fase dell'ammissibilità e chi segue la fase della liquidazione. Con riferimento agli interventi rivolti a beneficiari terzi, il FLAG emanerà, in conformità alla normativa comunitaria e nazionale, al Programma operativo FEAMP, alla SSL, nonché ai relativi provvedimenti attuativi, bandi/avvisi di gara per la selezione dei soggetti pubblici e/o privati da ammettere a contributo. Le proposte pervenute saranno valutate da un'apposita commissione la cui composizione sarà di volta in volta stabilita dal Consiglio di Amministrazione, tenendo conto dei principi di autonomia e di indipendenza e garantendo che nella commissione di valutazione non siano presenti soggetti che potrebbero risultare beneficiari dei contributi.

Al termine del processo di selezione delle proposte, la Commissione di valutazione elaborerà un verbale che dovrà essere approvato dal Consiglio di Amministrazione o dall'Assemblea dei Soci e successivamente potranno essere stipulate idonee convenzioni con i soggetti beneficiari.

13 COMUNICAZIONE E ANIMAZIONE

13.1 Strategia di comunicazione e animazione

Il FLAG MARCHE CENTRO predisporrà un Piano di comunicazione e promo-commercializzazione per la promozione territoriale, con l'obiettivo di disseminare la strategia in tutta l'area FLAG e che racchiuda le specificità del territorio in termini di pesca, società, tradizione, turismo, cultura, artigianato, commercio in ottica regionale, nazionale e adriatico-ionica.

Il Piano di comunicazione e promo-commercializzazione risponde al duplice obiettivo di:

1. far conoscere i contenuti della SSL e gli interventi del PdA a favore del territorio ad un ampio target di riferimento;
2. comunicare l'identità del soggetto FLAG attraverso la definizione di una *brand-ombrello*, per incrementare la notorietà del territorio e delle sue eccellenze ittiche, alimentari, storico-culturali, naturalistiche e turistiche.

Il Piano di comunicazione e promo-commercializzazione si propone quindi di attuare un'efficace azione di comunicazione che crei relazioni per connettere la strategia complessiva al territorio in cui opera. Il Piano sarà strutturato in 2 sezioni: una strettamente di Comunicazione e che risponde al primo obiettivo, ovvero migliorare la conoscenza del PdA; facilitare l'accesso ai finanziamenti, informare sulla normativa comunitaria in materia di pesca e acquacoltura e di informazione e pubblicizzazione; rendere conto dell'operato del FLAG. Al riguardo un ruolo strategico verrà svolto dall'animazione territoriale che si occuperà di avviare e sostenere sinergie per la realizzazione di progetti integrati, tessere una rete di operatori del territorio, informare i potenziali beneficiari riguardo alla partecipazione ai bandi, nonché sensibilizzare la popolazione locale sulla SSL come occasione di sviluppo sostenibile. Le attività di animazione riguarderanno, in particolare, l'org.ne e la promozione di incontri informativi e divulgativi sulle operazioni a bando; supporto alle reti di coop.ne; monitoraggio dei risultati; azioni di comunicazione su media, social network, sito web ecc.

La seconda sezione di promo-commercializzazione che prevede lo sviluppo di una strategia complessiva di marketing territoriale, in grado di evidenziare e rendere ASSET di mercato gli aspetti premianti del territorio, quelli di unicità, identità, qualità a beneficio dei pescatori e di tutta la comunità locale. Quest'ultima attività, essendo specifica ovvero legata all'attuazione dei progetti, sarà attuata da una Società di comunicazione responsabile dello studio e realizzazione del "*concept*" o immagine riconoscibile di territorio "di alta qualità, a vocazione marinara" (Azione 2.1).

Le attività del Piano di comunicazione e promo-commercializzazione saranno rivolte ai soggetti beneficiari e promotori degli interventi previsti e, contestualmente, ai beneficiari e destinatari potenziali e finali. I destinatari principali sono i Soci del FLAG, in quanto soggetti beneficiari o promotori degli interventi previsti dal PdA; i potenziali beneficiari e destinatari finali degli interventi tra cui enti locali, PMI singole o associate, cooperative e imprese della pesca e dell'acquacoltura singole o associate, società e consorzi a partecipazione mista pubblico/privata, associazioni senza fini di lucro, istituzioni pubbliche, in particolare scuole, università e amministrazioni locali; organizzazioni professionali di produttori o di settore; associazioni di categoria e operatori economici rappresentativi della realtà economica e sociale dei territori coinvolti; tutta la popolazione costiera e gli operatori economici dell'area.

Il FLAG si avvarrà delle risorse previste nell'ambito del Piano finanziario, finalizzate alla divulgazione della SSL e del PdA per quanto riguarda strettamente il Piano di comunicazione. Rispetto invece allo sviluppo del piano di promo-commercializzazione, essendo questo specifico, (saranno utilizzate risorse derivanti dall'iniziativa a titolarità (ovvero legato all'attuazione dell'Azione

2.1).

Sulle azioni intraprese verranno inoltre adottati dei sistemi di monitoraggio al fine di una adeguata valutazione, come ogni attività prevista dal PdA anche tramite: rapporti mensili sulla frequenza di accessi ai canali web, questionari somministrati, anche online, durante gli eventi per verificare l'interesse; numero di eventi realizzati e materiale pubblicato; articoli sui giornali ecc.

Gli strumenti del piano di comunicazione del FLAG finalizzati a favorire la diffusione dei risultati sono sintetizzati in una tabella come riportata al paragrafo 13.2.

13.2 Piano di comunicazione e animazione

Presentare una bozza indicativa di piano di comunicazione e animazione compilando la tabella seguente

AREA DI ATTIVITÀ	OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	GRUPPO TARGET	ATTIVITÀ	INTERVALLO DI TEMPO	CANALE/ STRUMENTO
Immagine coordinata per tutti i prodotti/risultati	- Migliorare la propria immagine comunicativa del FLAG MARCHE CENTRO, per far conoscere ed avere la necessaria visibilità nei confronti del pubblico (partner, ecc.). - Diffondere le specificità e i contenuti della strategia di sviluppo locale per la pesca e per l'acquacoltura di tipo partecipativo.	- Soci FLAG - Beneficiari - Comunità locale	Adozione degli strumenti necessari per il supporto all'attività di comunicazione e informazione attivati dal FLAG.	Entro 3 mesi dall'inizio dell'operatività FLAG fino al 2023	Piano di Comunicazione e promo-commercializzazione
Comunicazione web	- Favorire l'accesso rapido e trasparente alle informazioni relative alla SSL; - Diffondere la cosiddetta "democrazia partecipata" e avviare un sistema di collegamento tra i FLAG, i soci, gli attori locali pubblici e privati e i privati cittadini. - Informare i beneficiari sullo stato di attuazione del programma e sui risultati ottenuti dalla realizzazione degli interventi. - Comunicare i contributi previsti.	- Soci FLAG - Beneficiari - Comunità locale - Attori Locali Pubblici e Privati - FLAG e altre reti esistenti	Il sito web FLAG MARCHE CENTRO dedicato alla strategia www.flagmarchecentro.eu sarà aggiornato e ristrutturato in nuove sezioni riguardo alla fase implementativa (es. Organi societari; Struttura organizzativa; Cooperazione; Bandi e Progetti). Il sito web, quindi, fornirà tutte le informazioni utili sulle attività del FLAG: dovrà essere in entrata uno strumento per raccogliere idee, progetti, proposte e osservazioni dal territorio e in uscita uno strumento di supporto per i beneficiari dei fondi regionali. Tale strumento informatico, pertanto, sarà utile per i soggetti territoriali che potranno dialogare tra loro con la creazione di un blog specifico e anche di una Webforum dedicato da utilizzarsi come utile interfaccia di raccolta dati, notizie, aggiornamenti, <i>faq</i> , proposte e suggerimenti attuativi per meglio attuare	Implementazione /aggiornamento continuo fino al 2023	- Sito web esistente - Pagina web su portale regionale/ /comunale - Profilo FB esistente - Profilo sui social media - Profilo Twitter/Istagram

			il processo bottom-up. Saranno inoltre aggiornate e sviluppate pagine e profili dedicati alla strategia FLAG sui social media (FB https://facebook.com/flagmarchecentro) (Twitter/Istagram) al fine di mantenere un contatto diretto e costante con la comunità e con gli stakeholder interessati allo sviluppo e implementazione tenendo alta il livello di partecipazione. Al riguardo apertura di uno sportello interattivo sui social network, con operatore dedicato alla risposta dei quesiti. Indirizzo email (info@flagmarchecentro.eu) del FLAG per l'invio di comunicazioni importanti.		
Attivazione Sportello FLAG MARCHE CENTRO (presso sede FLAG)	• Informare il pubblico sul fondo FEAMP, Priorità 4 "CLLD" e fornire assistenza ed informazioni sulla SSL e PdA, ai potenziali beneficiari. • Consolidare i rapporti di fiducia.	• Soci • Beneficiari • Comunità locale	Spazio fisico del FLAG MARCHE CENTRO per l'organizzazione, coordinamento e gestione del PdA.	Entro 3 mesi dall'inizio dell'operatività FLAG fino al 2023	• Sportello informativo • Targa informativa con l'utilizzo dei loghi di programma e i riferimenti al titolo della SSL
Mass Media	• Favorire l'accesso rapido e trasparente alle informazioni relative alla SSL. • Informare i beneficiari sullo stato di attuazione del programma e sui risultati ottenuti dalla realizzazione degli interventi.	• Soci • Beneficiari • Comunità locale	Attività giornalistica e di "media relations. Saranno sviluppate iniziative di promozione e pubblicizzazione sul complesso della strategia, per garantire la visibilità degli interventi realizzati e dei risultati ottenuti.	Implementazione continua fino al 2023	• Ufficio stampa: Comunicati stampa e articoli su testate giornalistiche e su stampa specializzata di settore • Conferenze stampa
Convegnistica	• Divulgare i contenuti e le opportunità offerte dalla SSL. Informare sui risultati ottenuti da progetti finanziati dal PdA in ottica di trasferibilità dei risultati.	• Soci • Beneficiari • Destinatari • Comunità locale	La divulgazione dei risultati dei progetti verranno realizzati seminari ed incontri pubblici, così come si prevede la partecipazione a fiere di settore o ad eventi regionali, nazionali o comunitari organizzati in ambito CLLD	Implementazione periodica fino al 2023	• Iniziative di aggiornamento • Seminari e convegni • Depliant e flyer • Opuscoli informativi • Incontri ed eventi

	Rafforzare e motivare le capacità e le competenze del gruppo e della comunità.		o eventi di rete (es. Rete Farnet).		Pubblici Incontri con gli operatori dei potenziali FLAGs.
Preliminare alla redazione e pubblicazione dei bandi e/o all'avvio/definizione di progetti a regia/gestione diretta	- Favorire una efficace partecipazione e consultazione degli stakeholder - Informare i potenziali destinatari delle opportunità offerte dal PdA - Concordare strategie d'intervento e attuazione dei progetti.	- Beneficiari - Destinatari finali	Ai fini di una efficace partecipazione e consultazione degli Stakeholder coinvolti, saranno realizzati periodicamente, tavoli di lavoro sulle principali linee d'intervento della strategia (innovazione, ICT, acquacoltura, cultura, formazione), al fine di attivare forme di collaborazione attiva e animazione territoriale sugli interventi realizzati ed in corso di realizzazione e la creazione di partnership per gestire risorse e avviare iniziative.	Implementazione periodica fino al 2023	- Workshop - Tavoli tematici - Avvisi pubblici (es. Albo pretorio degli EE.LL.) - Comunicati stampa

14 MONITORAGGIO, REVISIONE E VALUTAZIONE

14.1 Monitoraggio

Il FLAG MARCHE CENTRO terrà conto degli orientamenti dettati dall'AdG in merito alle modalità e alle procedure formali di monitoraggio, controllo e valutazione e dello strumento informativo dedicato al FEAMP, per l'implementazione del processo di data entry (rif. Accordo Multiregionale).

Il sistema di monitoraggio prevedrà il controllo puntuale a livello di:

- **indicatori di realizzazione** riferiti alle attività; vengono misurati utilizzando unità di misura fisiche (es. n. di percorsi formativi attivati; n. di nuovi impianti di acquacoltura) o monetarie e permettono di verificare lo stato di avanzamento del PdA;
- **indicatori di risultato**, riferiti agli effetti diretti ed immediati della strategia di sviluppo sui beneficiari diretti. Gli indicatori utilizzati sono di natura fisica (es. n. di operatori della pesca formati con successo) oppure di natura economica (es. mobilitazione di capitali del settore privato);
- **indicatori di impatto**, riferiti agli effetti a lungo termine dell'attuazione della strategia sul territorio. Forniscono informazioni in merito ai cambiamenti provocati dalla strategia sulla comunità locale.

Il monitoraggio sarà strutturato in due fasi funzionalmente distinte, ovvero:

- a) raccolta, elaborazione e smistamento dei dati. I dati, aggregati per azioni, relativi al monitoraggio finanziario, fisico e procedurale saranno raccolti a livello di operazione dall'Addetto al Monitoraggio, verificati dal Certificatore Esterno e trasmessi al Direttore che ne darà regolare comunicazione al Consiglio di Amministrazione.
- b) il rilievo dello stato di avanzamento del singolo intervento verrà ricavato mediante gli indicatori finanziari, fisici e procedurali; inoltre il FLAG attuerà una serie di azioni di controllo, come ad esempio la verifica della qualità dei dati immessi nel sistema e/o la produzione di rapporti periodici sullo stato di avanzamento degli interventi aggregati per azione o tipologia e per misura. Le procedure di raccolta, aggregazione e trasmissione dei dati saranno oggetto di validazione e di controllo qualità a cura della struttura amministrativa del FLAG.

I dati verranno aggiornati e trasferiti nel sistema di data entry con cadenza adeguata affinché la produzione dei rapporti derivanti dal monitoraggio rispetti una prestabilita periodicità indicativa:

- trimestrale per il monitoraggio finanziario e per il monitoraggio procedurale;
- semestrale per il monitoraggio fisico.

14.2 Revisione

La revisione della Strategia nel 2019 potrà essere effettuata:

- in fase di avvio, recependo le istanze emergenti dai cambiamenti in atto nel settore e promuovendo processi orientati alla semplificazione attuativa, a garanzia di maggiore efficacia, efficienza e impatto delle azioni programmate;
- sulla base delle risultanze del Rapporto di Valutazione Intermedia per consentire di operare gli opportuni cambiamenti al PdA, riadeguando gli obiettivi e gli interventi ai cambiamenti significativi delle condizioni socio economiche del settore ittico e del territorio. Tale revisione dovrà riaggiornare l'analisi territoriale e ricalibrare gli obiettivi e le attività inizialmente previste, al fine di indirizzare efficacemente la strategia al raggiungimento dei risultati attesi.

La verifica degli scostamenti, in altre parole la misurazione della distanza tra le previsioni iniziali e quanto concretamente realizzato dalle diverse azioni programmate all'interno del PdA, emerso con il Rapporto di Valutazione Intermedia sarà effettuata, in coerenza con gli obiettivi generali del PO FEAMP e della Priorità 4.

La revisione della Strategia nel 2019 e le eventuali modifiche del PdA saranno concertate con l'AdG, secondo le procedure che verranno stabilite nella convenzione che sarà siglata tra FLAG MARCHE CENTRO e OP (Regione Marche).

Con l'AdG si concorderanno le procedure semplificate per favorire variazioni inerenti:

- spostamenti di fondi tra azioni del PdA;
- variazioni non rilevanti all'interno di progetti approvati;
- spostamenti di fondi tra le categorie di spesa di uno stesso progetto.

14.3 Valutazione

Il processo di valutazione terrà conto degli orientamenti dettati dall'AdG in merito alle procedure formali di monitoraggio, controllo e valutazione.

La valutazione del FLAG MARCHE CENTRO sarà di due tipi: in itinere e intermedia.

La **valutazione in itinere** sarà condotta con cadenza semestrale e analizzerà gli indicatori di realizzazione, di risultato e d'impatto delle singole linee d'intervento.

Per la validazione della griglia di indicatori adottati, nonché dell'insieme degli elementi di avanzamento fisico, finanziario e procedurale che caratterizzano le singole linee di attività/azioni previste dal PdA al momento della rilevazione, sotto il coordinamento del Direttore del FLAG MARCHE CENTRO, si procederà alla organizzazione di incontri di lavoro in modalità *focus group*. Il *focus group* è uno strumento di ricerca sociale che combina elementi dell'intervista individuale e dell'osservazione partecipante e si colloca, come tecnica, tra le categorie delle interviste di gruppo. Nel nostro caso, questo strumento appare particolarmente efficace e funzionale per l'analisi condivisa degli elementi organizzativi e gestionali del PdA, per la convalida degli indicatori e per una valutazione in itinere per fasi delle azioni programmate, siano esse dirette che indirette. Con tale strumento si intende quindi far emergere le motivazioni e le percezioni dei componenti del focus sulle azioni, singolarmente e nel loro insieme, all'avanzamento della spesa articolata per azione, tipologia di intervento, ambito specifico di monitoraggio, realizzazione fisica degli interventi, indici di efficienza, efficacia e scostamento. I partecipanti ai focus saranno costituiti da Stakeholder rappresentativi delle seguenti categorie:

- Pescatori, imprese e cooperative di pesca
- Imprese e cooperative di servizi alla pesca
- Enti locali
- Aziende pubbliche
- Enti di gestione di aree protette e riserve

- Soci del FLAG.

La **valutazione intermedia**, sarà condotta a metà periodo di attuazione del PdA (nel 2019) e rappresenta il processo fondamentale di accompagnamento e di supporto alla fase di programmazione, con l'obiettivo di valutare i risultati conseguiti fino ad allora. Essa sarà condotta da un Valutatore esterno indipendente, il quale esaminerà l'impatto che la strategia sta avendo sul territorio, andando a verificare e analizzare il trend degli indicatori scelti nella fase preparatoria di studio dell'area d'intervento e gli esiti delle valutazioni intermedie sul territorio.

La verifica degli scostamenti, in altre parole la misurazione della distanza tra le previsioni iniziali e quanto concretamente realizzato dalle diverse azioni programmate all'interno del PdA, emergerà nel Rapporto di Valutazione Intermedia.

15 ELENCO DOCUMENTAZIONE ALLEGATA ALLA SSL

Num.	Tipologia di documento	Denominazione
1	Costituzione del FLAG	Atto costitutivo e Statuto
2	Costituzione del FLAG	Assemblea
3	Analisi di contesto	Tavola 1. Capacità degli esercizi ricettivi e movimento dei clienti negli esercizi ricettivi relativi a tutta la Regione Marche. Tavola 2. Capacità degli esercizi ricettivi e movimento dei clienti negli esercizi ricettivi nella provincia di Ancona. Tavola 3. Capacità degli esercizi ricettivi e movimento dei clienti negli esercizi ricettivi nella provincia di Macerata. Tavola 4. Dettagli censimento per i Comuni partecipanti al FLAG Marche centro. Tavola 5. Mappa 'I luoghi della pesca' - Ancona. Fonte: http://www.mappadicomunita-ancona.org/joomla/luoghi-della-pesca.
4	Documenti per il coinvolgimento dei partner	5 Agosto 2016 Incontro partenariato Cartellina incontro
5	Documenti per il coinvolgimento dei partner	22 Agosto 2016 Incontro per la definizione Atto costitutivo e Statuto Cartellina incontro
6	Documenti per il coinvolgimento della comunità locale nella definizione della strategia	Provvedimento funzionale del Comune Capofila

7	Documenti per il coinvolgimento della comunità locale nella definizione della strategia	23 Agosto/8 Settembre 2016 Incontro gruppo di lavoro Cartelline incontro
8	Documenti per il coinvolgimento della comunità locale nella definizione della strategia	26 Agosto 2016 1° Tavolo tematico di co-progettazione Cartellina incontro
9	Documenti per il coinvolgimento della comunità locale nella definizione della strategia	2 settembre 2016 Convocazione 2°tavolo tematico di co-progettazione Cartellina incontro
10	Documenti per il coinvolgimento della comunità locale nella definizione della strategia	13 settembre 2016 Convocazione 3°tavolo tematico di co-progettazione Cartellina incontro
11	Documenti per il coinvolgimento della comunità locale nella definizione della strategia	24 settembre 2016 Workshop Cartellina incontro
12	Documenti attuativi	FLAG MARCHE CENTRO “Regolamento - Organizzazione e Funzionamento”
13	Documenti attuativi	Comunicati stampa e Rassegna stampa
14	Documenti attuativi	Risorse logistiche

Ancona, 13/03/2017

FIRMATO DIGITALMENTE (*) DA
IL PRESIDENTE DEL FLAG MARCHE CENTRO
Avv.to Tommaso MEDI

*la firma autografa è sostituita dall'indicazione a stampa del nominativo del soggetto responsabile ai sensi dell'art. 3 del D.Lgs 12/02/1993 n. 39.