

# **PSR 2007-2013 – Misura 313**

“Incentivazione di attività turistiche ”

*Azione 2 - Sviluppo e commercializzazione di servizi turistici e agrituristici*



## **PARCO NAZIONALE DELLA SILA**

**PROGETTO**

***“LUNGO I SENTIERI DEI SAPORI E DEI SAPERI”***

**Rimodulazione delle attività progettuali, del quadro economico e del cronoprogramma**

Il Responsabile del Procedimento: dott.ssa Barbara Carelli

Il Progettista dott.ssa Angelita Bitonti

## 1. PREMESSA

Gli itinerari enogastronomici, in Italia, sono più o meno tanti quanti sono i nostri paesi e le mille combinazioni possibili che possono collegarli, visto lo straordinario patrimonio di prodotti tipici dell'agricoltura, di tradizione nella loro elaborazione, di ricette della cucina regionale. Siamo dunque un paese ideale per il turismo enogastronomico.

L'itinerario enogastronomico, tuttavia, ove opportunamente organizzato, segnalato e promosso, diviene una vera e propria componente del turismo: turismo enogastronomico, appunto.

Organizzare e promuovere gli itinerari enogastronomici vuol dire individuare uno o più temi che motivino la visita all'itinerario; tracciare il percorso dell'itinerario secondo le località che esprimono efficacemente la ragione dei temi prescelti; individuare lungo l'itinerario le "stazioni" più importanti di tradizione enogastronomica e tutti i servizi di assistenza al turismo enogastronomico che possono aiutarne la migliore fruizione; associare i tanti possibili cointeressati alla presenza e allo sviluppo del turismo enogastronomico, affinché, ognuno nella propria funzione, contribuiscano alla vitalità dell'itinerario, migliorino i rispettivi servizi, traendone, conseguentemente maggior beneficio economico.

Segnalare e promuovere, significa dare definizione e visibilità agli itinerari enogastronomici, in modo che emergano nella propria forma organizzata, accogliente, rispetto agli altri mille possibili itinerari spontanei che qualsiasi turista può tracciare da sé. Quindi apporre cartelli che indichino la presenza e il tracciato dell'itinerario, distinguano le aziende agricole, gli artigiani alimentari, le rivendite di prodotti tipici, i ristoranti, i luoghi di studio, apprendimento e conservazione del patrimonio culturale cui gli itinerari enogastronomici fanno riferimento. In questo modo l'itinerario dichiara la propria identità ed è concretamente protagonista del sistema di Turismo gastronomico nazionale, insieme ad altri itinerari organizzati e resi evidenti al turismo nello stesso modo.

Se la segnaletica serve a guidare il turista enogastronomico "sul posto", la promozione serve a portare il turista "verso il posto". Un buon sito internet, costantemente aggiornato, è lo strumento primo di promozione; poi vengono i prodotti cartacei, le manifestazioni fieristiche, gli educational per i giornalisti, gli eventi di richiamo organizzati nelle località dell'itinerario enogastronomico nei diversi periodi dell'anno, in coincidenza con momenti della produzione, della tradizione, della maggiore affluenza turistica.

Un esempio concreto di itinerari finalizzati a sostenere il turismo enogastronomico sono le strade del vino, **e le strade del gusto e dei sapori**. Le prime sono mirate su un solo prodotto, il vino, e si dice che contribuiscano a muovere, verso quel particolare genere di turismo enogastronomico che è il turismo del vino, oltre sei milioni di ospiti l'anno. Le strade del gusto e dei sapori riguardano prodotti e specialità diverse, sia dell'agricoltura (es. strada del latte, strada della lenticchia...), della trasformazione alimentare (es. strada del prosciutto, del formaggio...), della preparazione culinaria (es. strada del tortellino, del risotto, del brasato...).

Veri caposaldi di diffusione della cultura dell'ospitalità tradizionale sono gli agriturismi, le vacanze in agriturismo in Calabria guardano in due direzioni, mare e montagna,

soprattutto nelle province di Cosenza e di Catanzaro, dove l'offerta di agriturismo è più sviluppata.

La formula dell'agriturismo permette di conoscere da vicino una agricoltura ricca di prodotti tradizionali di alta qualità: olio extravergine di oliva (Alto Crotonese, Bruzio, Lametia tutti a Denominazione d'Origine Protetta - DOP), salumi (Capocollo, Pancetta, Salsiccia e Soppressata, tutti DOP), formaggi (il più noto, prodotto in diverse regioni del sud d'Italia, è il Caciocavallo Silano DOP), vini (12 DOC). I ristoranti dell'agriturismo, permettono di assaggiare le ricette più tipiche della cucina regionale.

Nei ristoranti dell' agriturismo, la cucina è seguita direttamente dalla famiglia dell'agricoltore (spesso cucinano proprio i padroni di casa) offrendo agli ospiti l'opportunità di assaggiare non solo ricette della cucina tipica regionale ma addirittura piatti tradizionali della cucina familiare, con le varianti che ciascuno apporta alle ricette ufficiali seguendo i suggerimenti della nonna che, non di rado, sta ancora dietro ai fornelli e decide lei le ricette dell'agriturismo.

L'agriturismo in Calabria colpisce soprattutto per i paesaggi, ora inaccessibili e dirupati (il nome Aspromonte lo testimonia), ora verdeggianti e accoglienti, come nell'altopiano della Sila, con bellissimi laghi (i maggiori sono il Lago Arvo e Lago Ampollino, Lago Cecita, ma ce ne sono diversi altri non meno suggestivi) e pittoresche cittadine come Camigliatello Silano, S.Giovanni in Fiore, Lorica.

L'agriturismo in un Parco Nazionale è sempre più diffuso, nel quadro di una politica di fruizione del patrimonio naturalistico che tende a fare del parco naturale un vero e proprio polo di sviluppo economico.

La combinazione Parco Nazionale Agriturismo sta consolidandosi pressochè ovunque, con la creazione di marchi di qualità per i prodotti tipici dei parchi, con l'elezione dell'agriturismo come forma ideale di vacanza ecologica, con la condivisione, da parte degli agricoltori, degli obiettivi di sviluppo e insieme di salvaguardia, che il Parco Nazionale persegue. Si consolida così l'identità fra agriturismo, vacanze ecologiche e turismo ecocompatibile, con importanti riflessi sulla informazione e dell'educazione ambientale dei cittadini.

## **2. Localizzazione aree di intervento**

Gli itinerari ed i relativi percorsi turistici saranno elaborati tenendo conto dell'intero territorio del Parco Nazionale della Sila, che comprende 21 comuni ricadenti nelle tre Province di Cosenza Catanzaro Crotona ossia:

- 1) ACRI (CS) – comune delle aree C con tasso di disoccupazione del 19,70% (Fonte ISTAT 2001)
- 2) ALBI (CZ) comune delle aree D con tasso di disoccupazione del 29,89%(Fonte ISTAT 2001)
- 3) APRIGLIANO (CS) comune delle aree C con tasso di disoccupazione del 18,20%(Fonte ISTAT 2001)
- 4) BOCCHIGLIRO (CS) comune delle aree C con tasso di disoccupazione del 11,32% (Fonte ISTAT 2001)
- 5) CELICO (CS) comune delle aree C con tasso di disoccupazione del 31,54 %(Fonte ISTAT 2001)
- 6) CORIGLIANO CALABRO (CS) comune con tasso di disoccupazione del 24,48 %(Fonte ISTAT 2001)
- 7) COTRONEI (KR) comune delle aree D con tasso di disoccupazione del 20,25 %(Fonte ISTAT 2001)
- 8) LONGOBUCCO (CS) comune delle aree C con tasso di disoccupazione del 29,59% (Fonte ISTAT 2001)
- 9) MAGISANO (CZ) comune delle aree D con tasso di disoccupazione del 19,40%(Fonte ISTAT 2001)
- 10) MESORACA (KR) comune delle aree D con tasso di disoccupazione del 27,51%(Fonte ISTAT 2001)
- 11) PEDACE (KR) comune delle aree C con tasso di disoccupazione del 19,02 %(Fonte ISTAT 2001)
- 12) PETILIA POLICASTRO (kR) comune delle aree D con tasso di disoccupazione del 22,09% (Fonte ISTAT 2001)
- 13) PETRONA' (CZ) comune delle aree D con tasso di disoccupazione del 30,43%(Fonte ISTAT 2001)
- 14) SAN GIOVANNI IN FIORE (CS) comune delle aree C con tasso di disoccupazione del 28,94% (Fonte ISTAT 2001)
- 15) SAVELLI (KR) comune delle aree D con tasso di disoccupazione del 23,35 %(Fonte ISTAT 2001)
- 16) SERRA PEDACE (CS) comune delle aree C con tasso di disoccupazione del 25,83% (Fonte ISTAT 2001)
- 17) SERSALE (CZ) comune delle aree D con tasso di disoccupazione del 20,13% (Fonte ISTAT 2001)
- 18) SPEZZANO DELLA SILA (CS) comune delle aree C con tasso di disoccupazione del 18,45 %(Fonte ISTAT 2001)
- 19) SPEZZANO PICCOLO (CS) comune delle aree C con tasso di disoccupazione del 28,66% (Fonte ISTAT 201)
- 20) TAVERNA (CZ) comune delle aree D con tasso di disoccupazione del 28,87 %(Fonte ISTAT 2001)
- 21) ZAGARISE (CZ) comune delle aree D con tasso di disoccupazione del 21,95% (Fonte ISTAT 2001)

Si prevede per l'attuazione delle attività previste da progetto, l'occupazione di n°\_5\_ unità lavorative.

Inoltre, l'Ente Parco Nazionale della Sila, ha già da tempo attivato un confronto propositivo con Associazioni di Categorie quali Confindustria, Confcommercio, Confagricoltura, Associazioni Ambientaliste, Operatori Turistici del Territorio, con lo scopo di fare sistema all'interno del territorio.

### 3. OBIETTIVI

Nella elaborazione del "Documento Tecnico" del progetto "*Lungo i sentieri dei sapori e dei saperi*" si sono dunque tenuti in stretta considerazione gli "Obiettivi Generali" e gli "Obiettivi Operativi" previsti dal "Piano di

sviluppo rurale " relativo alla misura 3.1.3 Più precisamente: per quanto concerne gli Obiettivi Generali:

- progettare ed implementare un insieme di servizi alle imprese del comparto turistico- agriturismo (ricettività, ristorazione, servizi al turismo) dell'area che ricade

nel Parco Nazionale della Sila finalizzati alla loro messa in rete per la riconoscibilità degli itinerari ed i percorsi enogastronomici; ed al miglioramento delle prestazioni dei servizi ai visitatori.

- si è tenuta in particolare considerazione la necessità di “Promuovere e sostenere il sistema di offerta turistica locale attraverso la progettazione e la realizzazione di un insieme di itinerari e/o percorsi enogastronomici finalizzati alla creazione di un sistema integrato di servizi al visitatore”;
  - Informazione e formazione degli operatori turistici
  - Realizzazione di un piano di comunicazione che miri a promuovere in maniera efficace il prodotto turistico silano.
- Riguardo agli Obiettivi Operativi si sono attentamente valutate le necessità di:
- progettare, implementare e promuovere un insieme di percorsi orientati alla valorizzazione del patrimonio enogastronomico che tenda a promuovere l'intero sistema montagna sotto l'aspetto ambientale, culturale e archeologico dell'area, coerenti con la domanda del mercato e con la reale consistenza del sistema di offerta locale.
  - Realizzazione di prodotti promo- pubblicitari tematici, tenuto presente, che la stessa misura prevede interventi a sostegno del turismo nell'area mediante un insieme integrato di interventi finalizzati ad accrescere l'immagine e la riconoscibilità del “prodotto turistico enogastronomico”, nei sistemi di commercializzazione nazionale ed internazionali, e che l'efficacia e l'efficienza di tali interventi sarà monitorata e valutata.

In particolare gli obiettivi per quanto concerne l'Azione 2 della misura 3.1.3:

- l'analisi di mercato sulla domanda turistica e sull'offerta di pacchetti/prodotti turistici per target di riferimento;
- la progettazione dei pacchetti/prodotti turistici per le reti e i sistemi locali offerta (durata, itinerari, costi, sistemi di trasporto, servizi aggiuntivi, target di clienti, strategie di promozione e distribuzione, operatori coinvolti, modalità di erogazione e fruizione, etc);
- la promozione e distribuzione dei pacchetti / prodotti turistici con azioni specifiche promosse direttamente dagli operatori;
- la realizzazione degli interventi necessari all'erogazione dei pacchetti /prodotti turistici (servizi di informazione, servizi di promozione, eventi culturali e di intrattenimento, etc);
- Progettazione e realizzazione dei materiali informativi e promozionali dei pacchetti di offerta, che mirino a segnalare e promuovere percorsi enogastronomici, dare definizione e visibilità agli itinerari stessi.

#### **4. DESCRIZIONI DELLE ATTIVITA'**

##### **Attività relative alla Fase 1:**

*A.1 “Realizzazione delle attività di analisi, di ricerca, di informazione e di animazione per individuare almeno tre “itinerari del gusto”, itinerari e percorsi enogastronomici presenti sul territorio del Parco Nazionale della Sila”*

##### *A.2 Finalità*

La finalità della Fase 1 è quella di sviluppare un'attività di ricerca sui possibili itinerari enogastronomici al fine di realizzare una “*Mappa del Gusto*”, che rimandi alla qualità della

produzione agricola locale a sostegno delle attività turistiche legate al settore enogastronomico per la promozione e valorizzazione dell'offerta turistica dell'area del Parco Nazionale della Sila.

### A.3 Obiettivi

L'obiettivo è quello di valorizzare complessivamente tutte le risorse legate all'offerta turistica silana, in particolare nel settore enogastronomico, legate alla formula degli agriturismo e delle "fattorie aperte". Le attività dell'Ente dovranno essere: aderenti il più possibile alle esigenze del mercato turistico locale; utili alla valorizzazione complessiva delle risorse e della offerta turistica silana; idonee, efficaci ed efficienti nelle modalità di erogazione del servizio verso tutte le tipologie di utenti; facilmente interfacciabili con la domanda e l'offerta turistica; aggiornabili ed innovativi.

### A.4 Attività

Per il perseguimento delle finalità e degli obiettivi relativi alla Fase 1 si prevede la realizzazione delle seguenti attività:

- A.4.1 realizzazione di attività di ricerca finalizzate al censimento ed alla archiviazione informatizzata del sistema di offerta turistico ufficiale e non ufficiale del territorio silano;
- A.4.2 realizzazione di attività di ricerca in collaborazione con esperti locali finalizzate a stabilire i servizi, e le relative caratteristiche e priorità, e gli interventi necessari sul territorio silano;
- A.4.3 Organizzazione delle risorse umane di quelle necessarie e di quelle disponibili in funzione delle caratteristiche personali e delle competenze professionali;
- A.4.4 realizzazione di incontri di animazione con operatori economici e testimoni privilegiati volti a promuovere sinergie finalizzate all'organizzazione di un'offerta turistica integrata.

### A.5 Risultato finale

Realizzazione di un data base di tutti i percorsi enogastronomici presenti sul territorio, promossi ed organizzati dagli attori locali;

### Tempi

Tab. 1 – Tempo necessario alla realizzazione di quanto previsto alla Fase 1.

Attività	Fase 1: Cronogramma su 12 mesi											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Fase 1: A.4.1												
Fase 1: A.4.2												
Fase 1: A.4.3												
Fase 1: A.4.4												

**Costo Fase 1** € 4.000,00 iva esclusa

## Attività relative alla Fase 2:

*B.1 “Progettazione funzionale ed organizzativa dei servizi e dei pacchetti di offerta turistica enogastronomica”.*

### *B.2 Finalità*

La finalità della Fase 2 è quella di arrivare a formulare l'organizzazione gestionale ed operativa dell'Ente Parco Nazionale Sila, che accanto ai servizi di base individuati nella Fase 1 dovrà maggiormente fondarsi sulla concertazione finalizzata all'erogazione di servizi relativi alla promozione e valorizzazione degli itinerari individuati ed orientati al rafforzamento dell'offerta turistica locale.

### *B.3 Obiettivi*

L'obiettivo è quello di arrivare a determinare una organizzazione funzionale che coinvolga in maniera sinergica e concertata tutti gli operatori che per i diversi ruoli interagiscono nel sistema offerta turistica, rendendo la governance del sistema agile, operativa, efficiente, professionale, motivante e condivisa, e, inoltre, in grado di essere in buona parte autonoma rispetto alle necessità di aggiornamento e ritaratura organizzativa. Inoltre, che sia capace di proporre, verificare e monitorare, i pacchetti di offerta turistica esistenti mediante una promozione che potrà seguire sia i canali tradizionali che quelli innovativi.

### *B.4 Attività*

Per il perseguimento delle finalità e degli obiettivi relativi alla Fase 2 si prevede la realizzazione delle seguenti attività:

- B.4.1 realizzazione tavoli tecnici operativi
- B.4.2 realizzazione flessibile dei percorsi e/o itinerari finalizzati all'offerta turistica presente sul territorio;
- B.4.3 analisi ed individuazione delle denominazioni identificative dei singoli percorsi di offerta turistica, attraverso la rappresentazione della “Mappa del Gusto”;

### *B.5 Risultato finale*

Il risultato atteso è l'elaborazione di itinerari turistici in base ai percorsi enogastronomici precedentemente individuati e la creazione della “Mappa del Gusto”.

### *Tempi*

Tab. 2 – Tempo necessario alla realizzazione di quanto previsto alla Fase 2.

Attività	Fase 2: Cronogramma su 12 mesi											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Fase 2: B.4.1												
Fase 2: B.4.2												
Fase 2: B.4.3												

**Costi Fase 2 € 7.000,00 iva esclusa**

### **Attività relative alla Fase 3:**

*C.1 “Progettazione e realizzazione dei materiali informativi e promozionali degli itinerari pacchetti di offerta turistica”.*

#### *C.2 Finalità*

La finalità della Fase 3 è quella isolare gli elementi dell’offerta in grado di caratterizzare fortemente dal punto di vista turistico enogastronomico. Ciò al fine di arrivare a definire il Territorio del Parco Nazionale della Sila come polo di attrazione turistico specifico e dotato di una propria autonomia (che interagisce in modo sistemico con il territorio (STL)) nell’ambito del mercato turistico provinciale, regionale e nazionale, con i quali, ovviamente, si intreccia, alimenta ed interfaccia.

#### *C.3 Obiettivi*

L’obiettivo è quello di individuare ed attivare le forme di comunicazione (target, linguaggio, livello, canali, mezzi) che più efficacemente saranno in grado di rappresentare la stessa, di raggiungere i soggetti destinatari dell’azione e di illustrare gli itinerari ed i percorsi turistici al fine di integrare pacchetti di offerta turistica presenti sul territorio.

#### *C.4 Attività*

Per il perseguimento delle finalità e degli obiettivi relativi alla Fase 3 si prevede la realizzazione delle seguenti attività:

- C.3.1 progettazione e strutturazione grafica del materiale cartaceo promo -pubblicitario (brochure, cataloghi, ecc.) dei percorsi turistici che comporranno la “Mappa del Gusto”;
- C. 3.2 progettazione, strutturazione grafica e apertura di un pagina Web promo - pubblicitario dei percorsi turistici;
- C.3.3 progettazione, strutturazione grafica e realizzazione di un CD-Rom promo - pubblicitario degli itinerari turistici;
- C 3.4 stampa dei materiali informativi e promozionali dei percorsi enogastronomici individuati a supporto dell’offerta turistica;
- C.3.5 attività di promozione degli itinerari individuati attraverso acquisto di pagine/ spazi pubblicitari e realizzazione di campagne pubblicitarie

#### *C.5 Risultato finale*

Realizzazione integrazione pagina web all'interno del sito ufficiale del Parco Nazionale della Sila , di n. 4.000 cd-rom promo- pubblicitari e di n. 60.000,00 brochure informative e promozionali degli itinerari elaborati per la promozione dei percorsi enogastronomici individuati.

#### *Tempi*

Tab. 3 – Tempo necessario alla realizzazione di quanto previsto alla Fase 3.

Attività	Fase 3: Cronogramma su 12 mesi											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Fase 3: C.3.1												
Fase 3: C.3.2												
Fase 3: C.3.3												
Fase 3: C.3.4												
Fase 3: C.3.5												

**Costi della Fase 3 € 30.552,00 iva esclusa**

## 5. TEMPISTICA GENERALE

Tab. 5 – Tempo necessario alla realizzazione di quanto previsto dalle 3 Fasi.

F A S I	Cronogramma su 12 mesi											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Fase 1: A.4.1												
Fase 1: A.4.2												
Fase 1: A.4.3												
Fase 1: A.4.4												
Fase 2: B.4.1												
Fase 2: B.4.2												
Fase 2: B.4.3												
Fase 3: C.3.1												
Fase 3: C.3.2												
Fase 3: C.3.3												
Fase 3: C.3.4												
Fase 3: C.3.5												

## 6. COSTI

La spesa prevista per la realizzazione del progetto proposto è di 42.400,00 Euro secondo il seguente piano dei costi generale:

FASE 1	€ 4.000,00
FASE 2	€ 7.000,00
FASE 3	€ 30.552,00
Totale escluso IVA	€ 41.552,00
<b>TOTALE escluso iva</b>	<b>€ 41.552,00</b>
Spese tecniche (RUP e progettazione interna)	€ 848,00
<b>Totale finale</b>	<b>€ 42.400,00</b>

## QUADRO ECONOMICO DI PROGETTO

<b>FASE 1</b>	<b>Totale € 4.000,00</b>
Costi ricerca	€ 3.000,00
Costi elaborazione data base	€ 1.000,00
<b>FASE 2</b>	<b>Totale € 7.000,00</b>
Costi elaborazione pacchetti offerta turistica	€ 7.000,00
<b>FASE 3</b>	<b>Totale € 30.552,00</b>
Integrazione pagina web del sito ufficiale del P.N.S	€ 1.000,00
Progettazione cd – rom	€ 1.000,00
Progettazione grafica brochure	€ 1.000,00
Stampa n.60.000 brochure	€ 6.000,00
Realizzazione n. 4.000,00 cd.rom	€ 5.000,00
Realizzazione campagne pubblicitarie	€ 16.552,00
<b>TOTALE esclusa iva</b>	<b>€ 41.552,00</b>
Spese tecniche (RUP e progettazione interna)	€ 848,00
<b>Totale finale</b>	<b>€ 42.400,00</b>