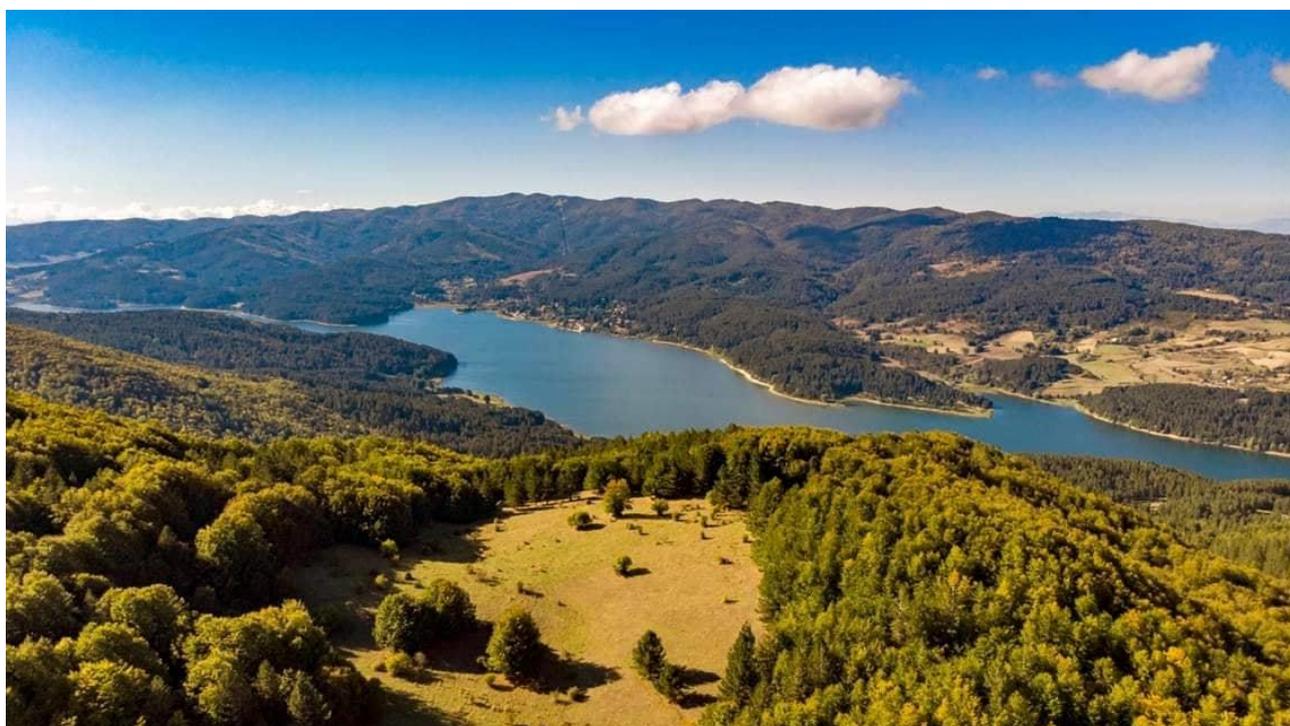




BOZZA DI STRATEGIA
DISTRETTO TURISTICO ALTOPIANO DELLA SILA



FEBBRAIO 2020

A) TERRITORIO INTERESSATO

L'ambito territoriale del Distretto dell'Altopiano della Sila si estende nell'entroterra centro-settentrionale della regione Calabria e comprende una popolazione di 123.504 abitanti (1 gennaio 2019), una superficie di 2.091 Km^q ed una densità di 61,48 Km^q.

L'area raggruppa 28 comuni geograficamente contigui, classificati montani, che ricadono in tre differenti territori provinciali (Cosenza, Catanzaro e Crotone).

Il territorio comprende quasi totalmente il Parco Nazionale della Sila ed è caratterizzato dalla presenza di numerose aree protette (SIC e ZPS). Sono presenti beni ambientali (foreste, pascoli, siti geologici) e culturali (siti archeologici, castelli, monumenti, Abazie, palazzi, luoghi di culto, enogastronomia) nonché borghi di particolare valenza e interesse storico, paesaggistico e culturale.

Figura 1 – Territorio Distretto

COMUNI	
PROVINCIA DI COSENZA	
Acri	
Aprigliano	
Bocchigliero	
Campana	
Celico	
Casali del Manco	
Lappano	
Longobucco	
Luzzi	
Parenti	
Pietrafitta	
Rose	
Rovito	
San Giovanni in Fiore	
San Pietro in Guarano	
Spezzano della Sila	
PROVINCIA DI CATANZARO	
Albi	
Cerva	
Magisano	
Sersale	
Taverna	
Zagarise	
PROVINCIA DI CROTONE	
Castelissalono	
Cerenzia	
Cotronei	
Mesoraca	
Petilia Policastro	
Savelli	



TAB. 1 - PRINCIPALI CARATTERISTICHE DEI COMUNI DEL DISTRETTO

Comuni Distretto	Classificazione	Altitudine			SUP/ Km	Popolazione	densità ab./kmq
		Min.	Max.	Muni- cipio			
Acri	Montano	196	1.379	720	200,63	20.024	9,81
Aprigliano	Montano	400	1.776	718	122,43	2.814	22,98
Bocchigliero	Montano	271	1.453	870	98,82	1.250	12,60
Campana	Montano	152	1.232	612	104,65	1.723	16,5
Casali del Manco	Montano	250	1.928	375	168,95	10.003	59,21
Celico	Montano	400	1.684	750	99,75	2.788	27,9
Lappano	Montano	200	1,488	650	12,20	916	81,27
Longobucco	Montano	196	1,708	784	212,3	3.008	14,2
Luzzi	Montano	96	1,284	376	77,6	9.116	117,47
Parenti	Montano	654	1.455	798	37,62	2.124	56,45
Pietrafitta	Montano	358	1.352	700	9,244	1.246	134,84
Rose	Montano	124	1.400	399	47,49	4.395	92,59
Rovito	Montano	300	1.475	744	10,68	3.155	296,07
San Giovanni in Fiore	Montano	344	1.880	1.049	279,45	16.852	60,30
San Pietro in Guarano	Montano	164	1.633	625	48,35	3.629	74,93
Spezzano della Sila	Montano	575	1.813	800	80,29	4.497	56,0
Albi	Montano	237	1.555	710	29,64	887	29,92
Cerva	Montano	33	1.336	800	21,37	1.180	55,0
Magisano	Montano	244	1.555	565	31,94	1.184	37,0
Sersale	Montano	7	1.655	740	53,30	4.503	84,0
Taverna	Montano	358	1.745	521	132,31	2.599	21,07
Zagarise	Montano	57	1.691	581	49,33	1.582	32,00
Castelsilano	Montano	75	950	900	40,10	979	24,4
Cerenzia	Montano	124	700	664	22,00	1.113	50,59
Cotronei	Montano	145	1685	502	79,20	5.442	68,70
Mesoraca	Montano	6	1.723	415	94,79	6.277	66,22
Petilia Policastro	Montano	30	1.715	436	98,35	9.035	91,86
Savelli	Montano	275	1.474	1.014	48,92	1.187	24,27
TOTALE AREA				2.091		123.504	61,48

Fonte: Elaborazione su Dati ISTAT - 1 gennaio 2019

I comuni dell'area afferiscono a cinque differenti GAL (Gruppi di Azione Locale) i quale svolgono un importante ruolo di animazione territoriale e supporto tecnico nella definizione della Strategia. Tutti i comuni fanno parte della 10^ Riserva della Biosfera inserita nella Rete Mondiale dei siti di eccellenza dell'UNESCO, mentre 17 di essi hanno territorio nel Parco nazionale della Sila. Sei comuni sono inseriti nell'area Pilota Sila e presila cosentina e catanzarese a valere sulla Strategia nazionale delle aree interne. Tutti hanno sperimentato la progettazione integrata a valere sul bando dei Piani locali per il lavoro emanato dalla Regione Calabria.

TAB. 2 – QAUDRO AZIONI DI SISTEMMA DI SVILUPPO TERRITORIALE

Comuni	Area MaB	Parco Nazionale	Gal	PLL	Area pilota SNAI
Acri	SILA	SILA	SILA SVILUPPO	CANTIERE PER L'OCCUPAZIONE	
Aprigliano	SILA	SILA	STS	SILAVORO	
Bocchigliero	SILA	SILA	SILA SVILUPPO	TERRE JONICO SILANE	SILA E PRESILA
Campana	SILA		SILA SVILUPPO	TERRE JONICO SILANE	SILA E PRESILA
Casali del Manco	SILA	SILA	SILA SVILUPPO	SILAVORO	
Lappano	SILA		SILA SVILUPPO	SILAVORO	
Longobucco	SILA	SILA	SILA SVILUPPO	TERRE JONICO SILANE	SILA E PRESILA
Luzzi	SILA		VALLE CRATI	CRATI SAVUTO	
Parenti	SILA		STS	CRATI-SAVUTO	REVENTINO-SAVUTO
Pietrafitta	SILA		SILA SVILUPPO	SILAVORO	
Rose	SILA		VALLE CRATI	CRATI SAVUTO	
Rovito	SILA		SILA SVILUPPO	SILAVORO	
San Giovanni in Fiore	SILA	SILA	SILA SVILUPPO	SILAVORO	
San Pietro in Guarano	SILA	SILA	SILA SVILUPPO	SILAVORO	
Spezzano della Sila		SILA	SILA SVILUPPO	SILAVORO	
Albi	SILA	SILA	DUE MARI	GOETHE	
Cerva	SILA		DUE MARI	GOETHE	
Magisano	SILA	SILA	DUE MARI	SILAVORO	
Sersale	SILA	SILA	DUE MARI	GOETHE	
Taverna		SILA	DUE MARI	GOETHE	
Zagarise		SILA	DUE MARI	SILAVORO	
Castelsilano			KROTON	SIAMO IL LAVORO	SILA E PRESILA
Cerenzia			KROTON	SIAMO IL LAVORO	SILA E PRESILA
Cotronei	SILA	SILA	KROTON	SIAMO IL LAVORO	
Mesoraca	SILA	SILA	KROTON	SIAMO IL LAVORO	
Petilia Policastro	SILA	SILA	KROTON	SIAMO IL LAVORO	
Savelli	SILA	SILA	KROTON	SIAMO IL LAVORO	SILA E PRESILA

Il territorio comprende al suo interno uno dei più importanti gioielli naturalistici dell'intera regione: **Il Parco Nazionale della Sila**

Il Parco è stato istituito nel 1997 con legge n. 344, mentre l'istituzione definitiva è avvenuta per Decreto del presidente della Repubblica del 14 novembre del 2002, dopo un iter politico iniziato nel 1923, quando in Italia si cominciò seriamente a parlare di Aree naturali protette, istituendo i primi parchi nazionali.

Il Parco Nazionale della Sila è un luogo denso di biodiversità, tutto da scoprire, ricco di itinerari suggestivi e paesaggi emozionanti. Montagne e valli incantate, piante stupende e una grande varietà di animali, costituiscono un patrimonio di biodiversità. Il Parco della Sila è tra siti italiani che si sono candidati all’inserimento nella "lista del patrimonio mondiale" UNESCO che è, per la sua unicità, punta di eccellenza del patrimonio culturale, paesaggistico e naturale italiano e della sua rappresentazione a livello internazionale.

Il territorio, oltre ad essere caratterizzato per la presenza di luoghi di interesse ambientale "protetti", è altresì ricco di risorse ambientali e paesaggistiche che scaturiscono dalla forte differenziazione orografica dello stesso territorio. Per cui nell’ambito dello stesso si trovano catene montuose, aree collinari, laghi e fiumi.

Figura 2
Territorio del Parco nell’Area del Distretto



B) IL PAESAGGIO E LE RISORSE AMBIENTALI, NATURALI E CULTURALI

La prima impressione che si ha quando si raggiunge la Sila è quella di trovarsi nel cuore di un ambiente naturale che non si riscontra in nessun'altra zona della nostra penisola. Un territorio che permette di godere di un clima rilassante e di muoversi per ore restando sempre a contatto con la natura. Una terra che sin dall'antichità ha ispirato poeti e scrittori e che incantò i grandi viaggiatori stranieri che la percorsero già dalla fine del 1800. Famosa per le grandi nevicate, i lupi ed i pregiati funghi porcini, la Sila è una zona che sta vivendo un periodo di rinascita: non più meta esclusivamente invernale, sta assumendo sempre più la connotazione di destinazione per il turismo sostenibile in tutti i periodi dell'anno.

La Sila ha le potenzialità per affermarsi come meta del cosiddetto turismo del benessere spirituale. Il verde, il paesaggio, i luoghi d'arte e religiosi e i percorsi della tradizione enogastronomica ne fanno un naturale "luogo di benessere", così come richiesto dalla crescente domanda di un turismo alla ricerca di relax e immersione in un ambiente incontaminato.

Nel Parco nazionale della Sila alcuni ricercatori esperti di nanopatologie alcuni anni fa hanno certificato la presenza dell'aria più pulita d'Europa.

Il paesaggio silano è la risultante del particolare ambiente fisico, vario e scarsamente tormentato, sul quale si adatta una diversificata fauna, una complessa vegetazione ed una presenza umana moderata, che costituiscono sistemi interagenti. Si evidenzia una pluralità di paesaggi che vanno dal tipo montano a quello collinare ed a quello pianeggiante suddiviso in alluvionale, vallivo ed a terrazze.

La Sila comprende un ricco e variegato patrimonio forestale che è quanto oggi rimane del cosiddetto "Gran Bosco d'Italia". Si rimane affascinati dalle immense foreste di pino nero e dalle distese di bellissime faggete, oltre alla presenza di abeti, ontani, pecci, frassini, che costantemente incorniciano decine e decine di km di sentieri, strade e stradine e per quasi tutto il territorio del parco nazionale.

Esistono ambiti territoriali marginali, trascurati dai moderni processi di sviluppo, in cui si riscontrano siti nei quali le risorse e i valori sono stati conservati in una sostanziale integrità.

Il paesaggio agrario è più specificamente il risultato di un'interazione tra uomo e ambiente, in continuo divenire soprattutto come conseguenza del variare delle condizioni sociali, ma anche dell'evoluzione della cultura e dei progressi della tecnica agraria.

Il paesaggio agricolo della Sila è stato scarsamente modificato dall'impatto tecnologico e ciò ha evitato che prendessero il sopravvento le esigenze umane sulle caratteristiche che nei secoli l'ambiente naturale aveva conservato.

L'agricoltura silana, in gran parte, la si può ancora definire di tipo tradizionale, gli equilibri, che nei tempi si sono stabilizzati, si sono sostanzialmente mantenuti, evitando erosioni genetiche significative e sostanziali cadute di diversità. Le stesse pratiche agricole di valenza storica contadina, quale la transumanza, rappresentano degli ulteriori elementi di natura socioeconomica che caratterizzano l'area

Anticamente la Sila ha ospitato per secoli soltanto i pastori con le loro greggi durante la stagione dei pascoli montani. Erano poche le famiglie che aspettavano l'arrivo del disgelo. I pascoli silani erano frequentati soprattutto nella stagione secca, quando gli armenti e le greggi venivano trasferiti attraverso i transumi dai pascoli costieri ai più verdi prati montani. I percorsi della transumanza, favoriti dalla vicinanza delle coste alla montagna, erano a medio e corto raggio, attivi sicuramente in Età Ellenistica, probabilmente battuti dall'Età del Bronzo fino ai nostri giorni. La Sila, quindi, veniva abbandonata a novembre e "riapripa" a maggio quando i contadini andavano nei campi a piantare le patate e coltivare frumento, grano e segale. Lentamente si formarono paesi arroccati sui fianchi delle montagne, borghi storici arroccati sulle pareti di roccia. Sulle coste e sulle colline prossime al mare, sede di ottimi pascoli invernali, dal XVII sec. a.C. (Età del Bronzo Medio), erano probabilmente presenti colture cerealicole e arboricole quali l'ulivo, alberi da frutto e la vite vinifera. Condizioni climatiche e pedologiche ottimali favorirono una copiosa ed eccellente produzione vinicola fin dai tempi più remoti, testimoniata da una consistente produzione di anfore.

Nove sono le riserve naturali biogenetiche. Fra queste, degne di nota sono "I Giganti di Fallistro", 50 colossali alberi di pino con oltre 400 anni di età ed altri 5 di acero montano della stessa età, e la Riserva "Golia-Corvo", area di diffusione e ambientamento dei cervi, dove ne vivono circa 150 esemplari.

Le altre riserve naturali statali biogenetiche sono: "Gallopiane", "Tasso-Camigliatello", "Poverella-Villaggio Mancuso", "Coturrelle-Piccione", "Gariglione-Pisarello", "Macchia della

Giumenta - S. Salvatore", "Trenta Coste" istituite con Decreto del Ministro dell'Agricoltura e delle Foreste del 13 luglio 1977.

La Riserva Naturale Regionale delle Valli Cupe, istituita con legge regionale del 21 dicembre 2016, è situata ai piedi dell'altopiano silano, al centro di un contesto naturalistico, storico e culturale ricchissimo, può essere considerata tra i più affascinanti e suggestivi siti naturalistici della Presila catanzarese e dell'intera Calabria.

Con le incantevoli cascate immerse in luoghi incontaminati, i canyon che celano tesori di biodiversità inaspettati, le viste mozzafiato su gole e dirupi che scendono a strapiombo per centinaia di metri, il fascino delle cascate e dei ruscelli dalle acque limpidissime, i numerosi alberi monumentali e un patrimonio floristico e faunistico di altissimo valore, la Riserva delle Valli Cupe merita un posto di rilievo nel novero delle bellezze naturalistiche della penisola italiana.

L'area di riferimento è caratterizzata dalla presenza di un patrimonio storico-artistico-culturale di grande interesse. Essa, infatti, presenta una notevole ricchezza di Chiese, Abazie, Santuari, Cappelle, Palazzi Storici e Musei, che costituiscono un patrimonio artistico-culturale che merita di essere valorizzato non solo per il valore dei monumenti e delle singole opere, ma soprattutto per la storia a cui questo patrimonio è indissolubilmente legato. Inoltre, nel territorio, vi sono tracce e insediamenti che testimoniano la presenza di Bretti (Bruzi), Bizantini, Normanni, Angioini e Aragonesi. Il territorio costituisce un comparto territoriale sostanzialmente omogeneo sotto il profilo storico-archeologico e presenta notevoli testimonianze culturali di carattere archeologico e naturalistico.

Tangibili testimonianze delle dinastie aristocratiche di un tempo passato sono le residenze nobiliari estive delle potenti e nobili famiglie calabresi del Regno di Napoli. Immerse in un contesto paesaggistico di incomparabile bellezza, rappresentano la memoria storica di un'epoca passata: dimore di Re, principi e soldati, scenario di battaglie e di aspre contese, per la conquista delle terre e la difesa del territorio. I muri, le stanze, i locali di queste vecchie ma ancora intatte abitazioni, costituiscono un'occasione importante per percorrere un itinerario turistico di grande suggestione, ancora per molti sconosciuto, ma di grande interesse evocativo. Tra queste residenze da menzionare quella ubicata a Torre Camigliati all'interno del Parco Old Calabria.

L'appartenenza alla rete dei siti UNESCO, così come la connotazione di Parco nazionale, rappresentano un valore aggiunto per i territori e per le comunità locali della Sila che possono beneficiare di un maggiore prestigio e di maggiore visibilità a livello nazionale e internazionale oltre che di una spiccata vocazione all'attuazione di modelli di sviluppo socio-economico e dello scambio di esperienze con la rete mondiale delle riserve MaB UNESCO.

L'area del Distretto può contare sulla presenza di tredici centri (Acri, Bocchigliero, Campana, Longobucco, Luzzi, Magisano, Mesoraca, Petilia Policastro, Pietrafitta, San Giovanni in Fiore, Spezzano della Sila, Taverna, Zagarise) che appartengono alla classificazione dei "Centri storici calabresi e degli insediamenti minori suscettibili di tutela e valorizzazione" adottata dalla Regione Calabria con Delibera di Giunta nr. 44 del 10.02.2011. All'interno dell'area, inoltre, è stato individuato il centro di Carello (frazione di San Giovanni in Fiore) come centro di interesse storico abbandonato.

Santi protettori, uomini illuminati, briganti e contadini in lotta per la terra e la libertà. Crocevia di uomini e idee, la Sila ha dato i natali o ha ospitato personaggi storici che ne hanno disegnato l'identità. Gioacchino da Fiore, San Francesco da Paola, Sant'Angelo da Acri, Mattia Preti, i fratelli Bandiera, solo per citare i più noti, che hanno lasciato una importante traccia del loro percorso religioso, di studi, di opere, in diversi luoghi ricadenti nell'area di interesse.

Elemento distintivo di ampia importanza storico paesaggistica si ritrova anche nei comuni denominati "Casali Cosentini", i quali, collocandosi nella pre-Sila cosentina, rappresentano il collegamento storico economico tra la città di Cosenza e gli ambienti della Sila grande e

rappresentano la testimonianza storica degli antichi mestieri e dell'artigianato locale che ha utilizzato anche le materie prime della stessa Sila Gran

Il contesto dell'area è caratterizzato dalla presenza di prodotti agro-silvo-pastorali di alta qualità. La presenza di attività agricole e zootecniche in ambito di territori protetti, la diffusione di coltivazioni e allevamenti non intensivi, nonché una ancora ricca biodiversità agricola vegetale e animale delle aree montane, determina la presenza di prodotti di alta qualità. Inoltre sono presenti e diffuse produzioni biologiche e certificate quali, la denominazione di origine protetta "Alto Crotonese" attribuita all'olio extravergine di oliva ottenuto da olive della varietà "Carolea", DOP - Pecorino Crotonese. prodotto esclusivamente con latte di pecora di razza Gentile, la DOC dei vini Melissa, IGT, Indicazione Geografica Tipica dei vini Val di Neto, l'IGP "patata della Sila", DOP "Caciocavallo Silano", i DOP della norcineria calabrese (soppressata, capicollo, pancetta, lardo, prosciutto). E' presente, inoltre, un presidio Slow Food della razza bovina podolica, ed allevamenti di suino nero calabrese. Completano il paniere dell'alta qualità: legumi, ortaggi, funghi, formaggi, castagne, fichi, ciliegie, mele.

Di particolare importanza appaiono le opportunità di sviluppo del territorio collegate alla multifunzionalità delle aziende agricole, alla crescita del turismo rurale e all'attuazione di iniziative che mettono in relazione le produzioni agricole di qualità con altri elementi dell'offerta territoriale connessi al patrimonio storico-architettonico e naturalistico locale, al paesaggio, nonché al turismo enogastronomico e alla filiera corta.

C) IL SISTEMA RICETTIVO DEL DISTRETTO

L'area del distretto dispone di 153 esercizi ricettivi. Di questi, 45 sono strutture alberghiere e 108 extralberghiere. I 45 esercizi ricettivi alberghieri presenti nel Distretto, localizzati soprattutto nelle località di Camigliatello Silano, Lorica, Villaggio Palumbo e Villaggio Mancuso, includono gli alberghi da 1 a 4 stelle, le residenze turistico-alberghiere e pensioni.

TAB. 3 – STRUTTURE RICETTIVE ALBERGHIERI DISITINTI PER COMUNI DEL DISTRETTO

COMUNI	5 stelle		4 stelle		3 stelle		1-2 stelle	
	Strutture	Posti letto	Strutture	Posti letto	Strutture	Posti letto	Strutture	Posti letto
Acri					1	25	2	41
Aprigliano					1	57		
Bocchigliero								
Campana								
Casali del Manco					4	594	2	77
Celico					1	115		
Lappano								
Luzzi								
Longobucco					1	42		
Parenti					1	78		
Pietrafitta								
Rose								
Rovito								
San Giovanni in Fiore			3	197	3	180		
San Pietro in Guarano								
Spezzano della Sila			3	238	7	729	1	36
Castelsilano								

Cerenzia												
Crotonei			2	112	6	389						
Mesoraca												
Petilia Policastro					1	13						
Savelli												
Albi												
Cerva												
Magisano												
Sersale												
Taverna			2	171	2	232			1		24	
Zagarise												
TOTALE			10	718	28	2254			7		178	

Fonte rilevazione Istat 2017

Riguardo le differenti tipologie di ricettività extra-alberghiera, sono inclusi campeggi e villaggi turistici, alloggi in affitto gestiti in forma imprenditoriale, B&B, alloggi agro-turistici, case per ferie.

TAB. 4- STRUTTURE RICETTIVE EXTRA ALBERGHIERI DISINTI PER COMUNI DEL DISTRETTO

COMUNI	Agriturismi		B&B		Campeggi e villaggi turistici		Alloggi in affitto		Casa per ferie		Rifugi di montagna	
	Strut-ture	Posti letto	Strut-ture	Posti letto	Strut-ture	Posti letto	Strut-ture	Posti letto	Strut-ture	Posti letto	Strut-ture	Posti letto
Acri	4	62	6	38			1	20				
Aprigliano	2	23	3	15								
Bocchigliero	3	32										
Campana												
Casali del Manco	4	57	14	67					1	114		
Celico	3	21	1	12			1	3			1	11
Lappano			1	4								
Luzzi	2	22	1	7					1	25		
Longobucco	1	7			1	400						
Parenti	1	15										
Pietrafitta												
Rose			1	4								
Rovito			2	10								
San Giovanni in Fiore	4	50	4	18	2	3400						
San Pietro inGuarano	2	25	2	12								
Spezzano della Sila	3	42	17	101			4	68				
Castelsilano												
Cerenzia												
Crotonei			1	4								
Mesoraca	2	18										
Petilia Policastro	4	42										
Savelli												
Albi			1	7								
Cerva												
Magisano												
Sersale	3	43	4	19								
Taverna	3	67										
Zagarise	2	31	6	27								
TOTALE	43	537	64	345	3	3800	6	91	2	139	1	11

Fonte rilevazione Istat 2017

In sintesi, dunque, dall'analisi dei dati emerge che tra le strutture ricettive alberghiere, gli hotel a tre stelle sono quelli più numerosi, seguiti da hotel a due stelle, hotel a 4 stelle e hotel a 2 stelle. Mentre tra le strutture ricettive extralberghiere, più della metà sono B&B seguiti dagli agriturismi, affittacamere, camping e case vacanze.

I posti letto complessivi sono 4.273 di cui 3.150 negli esercizi alberghieri e 1.123 negli esercizi extralberghieri. 3.800 sono i posti letto nei due campeggi presenti nell'area.

D) PRINCIPALI PROBLEMI/OSTACOLI ALLO SVILUPPO TURISTICO

Il sistema dell'offerta turistica territoriale si caratterizza, allo stato attuale, per una dotazione infrastrutturale datata, insufficiente dal punto di vista della disponibilità di posti letto ed inadeguata ad accogliere le esigenze del turismo della terza generazione, segmentato e diversificato nella motivazione e nei servizi richiesti.

La difficoltà nell'identificare nuovi e convincenti attrattori rappresentativi dell'area silana, determina attualmente una scarsa riconoscibilità dell'offerta turistica dell'area vasta in un panorama internazionale.

L'assenza di un coordinamento delle azioni dei singoli attori, pubblici e privati, e di una politica di marketing condivisa da tali soggetti che compongono il potenziale prodotto turistico 'Silano', non favorisce l'emersione di una identità specifica che garantisca visibilità al sistema-territorio. La mancanza di una politica di marketing per la valorizzazione e la comunicazione del prodotto-territorio determina una serie di carenze strutturali vissute in prima persona dal consumatore. Accade così che i turisti non siano adeguatamente guidati e informati nel territorio e sul territorio per l'inefficienza, o addirittura la mancanza di apposite strutture dedicate alla diffusione delle informazioni sul sistema turistico.

Quando ciò accade non si è in grado di garantire un servizio integrato di informazioni a causa dell'assenza di un organismo, pubblico o privato, che sovrintenda tale funzione.

La configurazione delle strutture ricettive e l'organizzazione interna, sia in termini logistici che di gamma dei servizi garantiti all'utente, evidenzia una scarsa preparazione del sistema turistico ad accogliere alcune categorie specifiche di utenti.

Si pensi alla significativa componente dei turisti diversamente abili, o a quella dei nuclei familiari con bambini, o ancora dei turisti della terza età in particolar modo quelli stranieri, tutte componenti particolari di una domanda turistica sempre più attenta alla qualità ed alla specializzazione delle strutture che li ospiteranno.

Così come per le strutture ricettive anche l'offerta di servizi turistici non è attualmente in grado di garantire efficaci risposte a quanto richiesto dai visitatori del territorio sia nel periodo estivo che nei mesi di bassa stagione.

Le carenze riguardano sia gli aspetti organizzativi e di accoglienza che la sfera dell'intrattenimento. Si rileva innanzitutto una ridotta tipologia di servizi, nella gran parte dei casi scarsamente innovativi e non adeguatamente distribuiti nel territorio, oltre che una carenza diffusa di infrastrutture per l'accoglienza.

I soggetti preposti alla programmazione delle attività di intrattenimento a vari livelli territoriali, non si sono finora dotati di uno strumento di pianificazione annuale o pluriennale che garantisca una omogenea distribuzione nel tempo e nello spazio delle iniziative rivolte ai potenziali visitatori dell'area vasta dell'altopiano. Si evidenzia pertanto l'esigenza di una azione di programmazione e coordinamento dell'offerta di attività di intrattenimento.

Il problema ora delineato ha come effetto diretto sia la frequente sovrapposizione di eventi di richiamo nazionale ed internazionale nei periodi di punta della stagione turistica, che il sottodimensionamento degli stessi.

Il sistema imprenditoriale evidenzia una bassa propensione al rischio e una scarsa capitalizzazione delle imprese, con assenza di integrazioni di filiera e di rete tra settori produttivi ed un'imprenditorialità eccessivamente dipendente dal sostegno pubblico.

Esiste, inoltre, una bassa propensione alla innovazione prodotto/mercato del tessuto imprenditoriale con limitati effetti d'integrazione delle produzioni agroalimentari con i processi di valorizzazione del territorio e con decadenza delle attività artigianali legate alla conservazione e valorizzazione del patrimonio ambientale e culturale.

I centri storici subiscono un processo lento e progressivo di spopolamento e conseguentemente di abbandono del patrimonio immobiliare; si assiste così ad un declino delle unità abitative dei centri storici che a sua volta incide negativamente sulla potenziale capacità attrattiva di queste zone. Non si intravedono significativi interventi di recupero per la trasformazione di questo patrimonio storico in patrimonio ricettivo di pregio (paesi albergo, dimore storiche).

Inadeguato, poi, è il sistema di formazione professionale e assenza dei servizi strategici per l'occupazione e mancanza di azioni di formazione continua che garantiscano risorse umane capaci di cogliere tempestivamente i cambiamenti e di affrontare adeguatamente le nuove sfide che il mercato propone.

Con riferimento a ciò che caratterizza il patrimonio culturale è possibile identificare da un lato una presenza della componente artistico-monumentale quantitativamente inferiore rispetto alle mete principali del turismo culturale e religioso e tale da non costituire, in molti casi, un fattore autonomo di richiamo; dall'altro, una pluralità di espressioni culturali (dal paesaggio, alle tradizioni, dall'artigianato agli stili di vita) che nel loro insieme, costituiscono il potenziale di attrattiva

Molte componenti del patrimonio (usanze, modi di produrre...) fanno parte della vita quotidiana: più difficilmente, quindi la popolazione è portata a riconoscerle come qualcosa di speciale o unico, tale da costituire un potenziale fattore di attrattiva.

Il patrimonio culturale "minore" presente in questi borghi, inoltre è "disperso", nel senso che nei centri "minori" non vi è una concentrazione significativa di attrattive, da questo punto di vista una singola località più difficilmente risulterà di interesse tale da attivare un flusso significativo di visitatori o comunque da trattenere a lungo i turisti

Ne deriva una maggiore esigenza di aggregazione territoriale delle risorse; si tratta quindi di raggruppare più siti o creare itinerari, moltiplicando le opportunità di visita/incontro non soltanto all'interno dei singoli Comuni di San Giovanni in Fiore, Pietrafitta, Spezzano della Sila, Celico ma anche nel territorio circostante.

Da qui la necessità /opportunità di puntare sulle "unicità" culturali, ambientali, turistiche, ricreative della destinazione Sila, cioè su tutto ciò che può distinguerla come destinazione, conferendole una posizione di vendita unica ed autentica. L'unicità riguarda un'attrattiva specifica che la Sila può vantare (Turismo sportivo-ricreativo, eno-gastronomico, ambientale: Parco Nazionale della Sila) ma anche la fruibilità di destinazioni turistiche minori (di cui fanno parte a pieno titolo i comuni del distretto) organizzati per target di domanda specifici o per un mercato specifico culturale e religioso

Gli elementi di natura trasversale descritti si concretizzano in problematiche puntuali nei seguenti settori:

- Progressivo spopolamento con forte migrazione della popolazione giovanile verso centri maggiori, dovuta soprattutto alla necessità di trovare occupazione, con conseguente abbandono ed invecchiamento dei paesi.
- Abbandono del patrimonio immobiliare; declino delle unità abitative dei centri storici che a sua volta incide negativamente sulla potenziale capacità attrattiva di queste zone. Non si intravedono significativi interventi di recupero per la trasformazione di questo patrimonio storico in patrimonio ricettivo di pregio (paesi albergo, dimore storiche).
- Scarsa collaborazione tra i comuni dell'area nella gestione delle funzioni e dei servizi amministrativi, problema accentuato dalla suddivisione dell'area in tre province.

- Rischio dissesto idrogeologico e di degrado del patrimonio naturalistico-ambientale causato dalla mancata gestione, tutela e valorizzazione delle aree protette, dei paesaggi, dei boschi, dei sentieri;
- Incapacità di trasformare in valore aggiunto la micro-dimensione delle imprese agricole, ed artigianali disseminate sul territorio (per lo più a conduzione familiare) ed i loro prodotti di eccellenza.
- Debolezza delle offerte e nelle reti nel turismo sostenibile, delle produzioni tipiche, dell'artigianato di tradizione;
- Scarsa attitudine a cooperare e fare rete nella produzione e promo-commercializzazione dei prodotti turistici e agro-silvo-pastorali;
- Basso tasso di ricettività (scarsità di posti letto).
- L'importante patrimonio boschivo presente nell'area in termini di superfici e di varietà di pregio non si accompagna ad un'adeguata valorizzazione economica della materia prima "legno". In particolare la presenza di piani di gestione, di certificazione ecosostenibile delle foreste, e la selezione e certificazione del prodotto non è molto diffusa e determina una perdita di valore aggiunto.
- I beni naturalistici e culturali non assolvono al ruolo di veri attrattori turistici, in quanto la loro fruibilità è limitata e le attività di promozione sono frammentarie e poco coordinate.
- Problemi di accessibilità tipici delle aree montane marginali, sia viari che digitali (con elevati tassi di popolazione non raggiunta da ADSL e bada larga su rete fissa ed elevati tempi di percorrenza per raggiungere i principali servizi di base, sempre più distanti a causa della progressiva desertificazione commerciale e delle prestazioni di base), con una generale debolezza infrastrutturale e con la crescente carenza di investimenti in manutenzione ordinaria e straordinaria.
- Assenza di una governance nella gestione dei servizi di TPL in grado di adeguarsi e rispondere alle esigenze dell'utenza territoriale.

E) ANALISI SWOT

Nel prospetto seguente si riportano, nell'ambito di una lettura complessiva dell'Area, punti di forza, punti di debolezza, opportunità e minacce.

PUNTI DI FORZA (Strengths) (fattori interni al territorio)	PUNTI DI DEBOLEZZA (Weaknesses) (fattori interni al territorio)
<p>Area con potenzialità di diversificazione e segmentazione delle vocazioni turistiche legate all'inestimabile patrimonio culturale ed ambientale, al turismo estivo ed invernale, con la presenza di stazioni sciistiche rinomate che rappresentano le più importanti della regione.</p> <p>Buona offerta di manifestazioni artistiche, culturali e di tradizione. Buona qualità della vita</p> <p>Elevato patrimonio storico-culturale: Storicità dei centri urbani, Patrimonio di edifici religiosi, patrimonio di palazzi storici, Musei, Biblioteche civiche,</p> <p>Personaggi illustri riconosciuti a livello mondiale: Gioacchino da Fiore, San Francesco di Paola, Mattia Preti le cui testimonianze identificano i luoghi del distretto</p>	<p>Turismo domestico, di prossimità e di ritorno. Bassa incidenza dei consumi turistici. Dotazione ricettiva mediocre dal punto di vista quali-quantitativo. Sistema ricettivo poco differenziato Non adeguata valorizzazione delle risorse naturali e ambientali disponibili, scarsa "riconoscibilità dell'area;</p> <p>patrimonio culturale "minore", "disperso" (nel senso che nei centri "minori" non vi è una concentrazione significativa di attrattive);</p> <p>Assenza di "identità" in conseguenza della sua "dispersione", il patrimonio culturale minore ha meno visibilità, è meno facilmente identificabile sul mercato.</p>

<p>Forte cultura dell'ospitalità radicata sul territorio che può facilitare lo sviluppo di ricettività alternativa.</p> <p>Opportunità di integrazione tra aree montane e borghi storici</p> <p>Buona presenza di turisti (seppure piuttosto limitata e riguardante in buona misura target di turismo stagionale)</p> <p>Presenza di un paniere di prodotti agroalimentari di qualità e di elevata tipicità montana</p> <p>Facilità di accesso al luogo</p>	<p>Mancanza di interventi di recupero per la trasformazione del patrimonio storico in patrimonio ricettivo di pregio (paesi albergo, dimore storiche).</p> <p>Scarsa formazione e specializzazione degli operatori turistici ed economici</p> <p>Distribuzione disomogenea, poco diversificata e di qualità medio bassa della ricettività</p> <p>Marginalità e stagnazione dei flussi turistici; riduzione della permanenza media; elevata stagionalità delle presenze turistiche;</p> <p>Scarsa integrazione ed aggregazione territoriale delle risorse</p> <p>Il sistema della valorizzazione delle risorse ambientali è carente sia dal punto di vista della promozione e della messa in rete, sia da quello della fruibilità</p>
<p>OPPORTUNITA' (Opportunities)</p>	<p>RISCHI (Threats)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Sviluppo delle micro filiere legate al territorio, quale strumento stabilizzante dell'occupazione e della permanenza • Strutturazione di un'offerta turistica basata sulla valorizzazione delle eccellenze disponibili (Ambiente, Cultura, Enogastronomia, Presenza di personaggi illustri) • Integrazione tra i diversi contenuti territoriali Buona e diffusa presenza del "terzo settore" a forte concentrazione attività cultura, sport e ricreazione • Collaborazione e creazione di sinergie con le principali aree turistiche • Acquisizione di una precisa e forte identità territoriale • tendenze di crescita dei movimenti turistici nazionali, in particolare nei segmenti legati a natura, tradizioni, storia e cultura 	<ul style="list-style-type: none"> • Perdita del patrimonio culturale, delle arti e dei mestieri • Rischio di una ulteriore marginalizzazione del territorio • Molte componenti del patrimonio fanno parte della vita quotidiana: più difficilmente, quindi, la popolazione è portata a riconoscerle come qualcosa di speciale o unico, tale da costituire un potenziale fattore di attrattiva. • Nei centri "minori" non vi è una concentrazione significativa di attrattive); da questo punto di vista, una singola località più difficilmente risulterà di interesse tale da attivare un flusso significativo di visitatori o, comunque, da "trattenere" a lungo i turisti. • Spopolamento, elevato indice di invecchiamento della popolazione e bassa densità abitativa • Bassa produttività del lavoro e grado di apertura commerciale basso

F) RISULTATI ATTESI

L'obiettivo del partenariato è quello di costruire una strategia in grado di invertire la rotta del sottosviluppo attraverso una nuova visione fondata sull'identità locale, e sulla voglia di riscatto della popolazione. Una strategia che in ragione delle vocazioni e delle peculiarità turistiche e rurali, naturalistiche, paesaggistiche, storiche e culturali del territorio veda come idea guida la creazione di un **Distretto Turistico** basato sulla sostenibilità ambientale, economica ed istituzionale, sulla qualità delle produzioni, sulla qualità dell'accoglienza e sulla qualità della vita per le comunità locali. Un progetto strategico capace di invertire la tendenza al calo demografico innescando occasioni di lavoro e di reimpiego nel campo del turismo e della green economy. Nell'attuale fase di stesura della Bozza di Strategia è possibile sintetizzare i seguenti risultati:

1. Miglioramento della qualità della programmazione territoriale locale in senso stretto;
2. Miglioramento degli standard qualitativi dei servizi al turista;
3. Razionalizzazione della spesa per interventi di sviluppo locale, in quanto riducono al minimo, ma non eliminano completamente, le inutili duplicazioni di iniziative.
4. Numero di punti di accoglienza e/o informazione che effettivamente saranno realizzati nell'area di riferimento o in prossimità delle maggiori infrastrutture di accesso al territorio; servizio "innovativo" di accoglienza ed informazione in varie lingue;
5. Incremento dei flussi turistici,
6. Spalmare i nuovi i flussi turistici sull'intero territorio del Distretto prolungando la permanenza;
7. Migliore qualità del paesaggio, del patrimonio di biodiversità e resilienza del territorio, insieme ad una migliore qualità di vita delle comunità locali;
8. Aumento dell'occupazione giovanile nei settori del turismo slow;
9. Maggiore cooperazione nella filiera turistica ed incremento della quantità di prodotti turistici promo-commercializzati;
10. Notorietà ed immagine positiva del Distretto;
11. Aumento della internazionalizzazione del territorio;
12. Miglioramento della rete infrastrutturale del Distretto;
13. Aumento dei collegamenti fra i comuni e dell'accessibilità del territorio;
14. Miglioramento e semplificazione dei servizi digitali per le comunità locali, i turisti e le imprese.

G) STRATEGIE, OBIETTIVI E AZIONI PER RAGGIUNGERE I RISULTATI ATTESI

Fabbisogni da soddisfare e potenzialità da sfruttare per effetto della realizzazione del programma.

Negli ultimi anni diversi territori hanno attivato processi di sviluppo investendo sulla valorizzazione delle identità locali, sull'attenzione per l'ambiente e per il patrimonio culturale e umano, rendendo evidente la propria componente estetica e relazionale. Territorio e identità permettono di creare nuove reti di relazione che vanno oltre i luoghi, verso modelli di sviluppo locale e anche turistici che hanno bisogno di coesione sociale e autenticità ma che promuovono sviluppo e competitività.

Tali fattori sono gli elementi costitutivi di una nuova politica di sviluppo sostenibile a favore del turismo dei territori c.d. "minori" o più precisamente, "lenti".

Questi territori considerati marginali rispetto ai tradizionali flussi turistici ed economici riescono spesso ad individuare nel territorio, nella sua peculiarità storica, antropologica e culturale, un fattore competitivo importante in cui si rafforzano interessi e identità collettive ed in cui la coesione sociale rappresenta un valore aggiunto, capace di promuovere distretti di qualità.

Costituire una **rete locale di turismo sostenibile** significa creare un sistema di offerta territorialmente circoscritto, coincidente con un'area ad alta densità di risorse paesaggistiche, storico-culturali ed ambientali di pregio, caratterizzato da un elevato livello di articolazione, qualità e integrazione dei servizi, culturali e turistici che favorisce la positiva interazione tra industria del turismo, comunità locali e viaggiatori.

Questo comporta da una parte un processo di cittadinanza attiva, dall'altra lo sviluppo di un'impresoria nuova, qualificata, attenta allo sviluppo locale e capace di generare reddito.

Negli ultimi anni la gestione del marketing turistico è andata sempre più orientandosi verso l'ideazione, l'organizzazione e la gestione di specifiche strategie di posizionamento della marca turistica territoriale e di diversificazione dell'offerta, mirata a svariati target di pubblico e strutturata al fine di dare riscontro a differenti "motivazioni".

La direzione verso la quale la teoria e la pratica del marketing si stanno orientando è la risposta ad un cambiamento epocale del mercato turistico, cambiamento che cominciò a manifestarsi già a partire dalla fine degli Anni '70 che oggi si può considerare pienamente dispiegato e compiuto. Gli ultimi decenni hanno visto, infatti, il definitivo tramonto del "turismo delle destinazioni" e l'affermarsi a livello globale del **turismo cosiddetto "delle motivazioni"**.

Volendo esprimere in poche parole il significato del complesso cambiamento delle dinamiche di mercato rappresentato da questi due poli ("destinazioni" e "motivazioni"), potremmo dire che oggi la scelta del turista riguarda prima di tutto il "cosa voglio/posso fare in vacanza" e solo secondariamente e in modo subordinato a questo primo e fondamentale livello decisionale, il "dove andare in vacanza".

La vera sfida per il territorio pre-silano e Silano è passare dall'offrire semplicemente una destinazione territoriale ad offrire prodotti e motivazioni turistiche. Fondamentale in questo processo di creazione del prodotto turistico territoriale è avere sempre presente il punto di vista della domanda, ovvero cosa sta succedendo nel mercato.

Nelle dinamiche di valorizzazione di un territorio secondo un'ottica di marketing territoriale, la Comunicazione rappresenta una componente fondamentale, un elemento chiave, talvolta trascurato in quanto di non facile gestione. Questo elemento non è ascrivibile esclusivamente alla comunicazione pubblicitaria pura e semplice, cioè quella che porta alla persuasione del consumatore o del turista, ma alla capacità di comunicazione, ovvero il saper descrivere in modo corretto e coerente il territorio nel suo insieme ad un turista che vuole fare una esperienza coerente. Ciò pone l'attenzione sulle componenti immateriali di un territorio: i valori distintivi, la coerenza, l'autenticità, vale a dire la storia, la sostenibilità, i sapori, la società, che sono aspetti fondamentali nel costruire immagine e reputazione racchiuse nel concetto di "capitale simbolico", in altre parole la capacità di essere riconosciuti ed apprezzati all'esterno.

Definire una marca per il sistema economico e produttivo del territorio richiede l'attivazione e l'attuazione di un processo nuovo ed originale che avesse come obiettivo quello di mettere insieme politiche di marketing del prodotto turistico territoriale, nonché la "commercializzazione" della cultura locale e delle risorse naturali, in modo che tutti gli attori del sistema possano avere a disposizione uno strumento di comunicazione territoriale, che veicoli l'immagine della "destinazione" e i suoi programmi, che sia direttamente fruibile da tutti gli operatori in una logica di "business community" orientata all'ospite.

Un luogo diviene destinazione quando il mercato ne acquisisce consapevolezza e questa si traduce in domanda effettiva anche grazie alla capacità di comunicare i servizi offerti.

La potenzialità turistica di un territorio, affinché si traduca in opportunità concreta di sostegno all'economia locale, deve essere capace di sintonizzarsi con i fattori che il turista percepisce sempre più importanti nella scelta della destinazione della sua vacanza, deve cioè essere un "territorio ospitale ed accogliente". I turisti maturano infatti scelte di acquisto che premiano maggiormente le destinazioni in grado di accoglierli offrendo un rapporto più interattivo con il territorio, di elevata integrazione con le popolazioni residenti, quindi capace di trasformare la vacanza in "esperienza", e con un adeguato rapporto "prezzo/qualità".

Questa interattività appare ancora più importante quando si tratta di turismo in aree rurali dove spesso la scelta della destinazione è il risultato di una rigorosa e attenta ricerca da parte del turista che oltre a godere di un ambiente naturale di pregio desidera conoscere e vivere il territorio, la sua cultura e le sue tradizioni. Ciò che rende una destinazione turistica un prodotto vendibile è che la destinazione sia attrattiva, cioè ricca di contenuti di richiamo, e integrata con infrastrutture e servizi che consentano, rispettivamente, l'accessibilità e la fruibilità della meta desiderata. Se non sussistono queste tre caratteristiche non si ha un "prodotto" vendibile e nel territorio e non tutte e tre queste componenti risultano adeguate alle attuali aspettative del mercato.

Per questo è opportuno agire sulle diverse componenti della destinazione:

- *gli attrattori, cioè gli elementi in grado di esercitare un interesse di tipo turistico;*

- i servizi ricettivi: alberghi, ristoranti, agriturismi, bed&breakfast, ecc.;
- le infrastrutture di accessibilità, sia comunicative che di mobilità;
- i servizi turistici ausiliari, resi fruibili dalle organizzazioni locali (guide, info-point, ecc).

I punti di forza che determinano la capacità attrattiva di un territorio, quindi, sono tutti quegli aspetti peculiari che contribuiscono a costituirne l'identità culturale, l'unicità paesaggistica e la capacità di offrire servizi e opportunità specifici e non replicabili altrove. Questi aspetti devono e possono essere salvaguardati e valorizzati solo attraverso attenti piani di programmazione di offerta turistica integrata e sostenibile.

Questi settori, infatti, nel corso degli ultimi due decenni, sono stati oggetto di una crescente attenzione da parte delle politiche comunitarie e nazionali a favore delle aree rurali. In particolare è stato loro assegnato un ruolo strategico nel favorire l'avvio e il consolidamento di processi di sviluppo sostenibili, di carattere locale, gestiti dagli operatori presenti nell'area di intervento, basati sulle risorse endogene sia materiali (risorse ambientali, architettura, infrastrutture, monumenti, produzioni alimentari tipiche, ecc.) sia immateriali (cultura, tradizioni, professionalità, storia, ecc.).

Il turismo che si rivolge alle destinazioni "minori" è un turismo culturale maturo, evoluto, interessato all'incontro diretto con la cultura locale. Una recente ricerca promossa dalla Commissione Europea ha elencato le motivazioni alla base di questo tipo di turismo e le attività più apprezzate; tra le prime l'interesse per la scoperta, per le esperienze di apprendimento, per il contatto con le persone; tra le attività più apprezzate, oltre alle visite turistiche, i festival, le manifestazioni, la musica, il teatro, la gastronomia, l'incontro con personaggi famosi della regione, la possibilità di cogliere le "atmosfera" di un luogo. Si tratta quindi di un turista interessato non solo ad una esperienza visuale ma anche e soprattutto ad una esperienza partecipativa.

Il coinvolgimento dei residenti riveste un ruolo decisivo non solo per tenere in vita le attività tradizionali ma anche perché possono farsi veri interpreti del proprio patrimonio culturale. Il viaggiatore che concepisce il turismo in termini responsabili e sostenibili ama il contatto diretto con gli abitanti del luogo che sono i soli a poter "raccontare" autenticamente il territorio vissuto nel quotidiano, innescando così quello scambio proficuo coi turisti curiosi creando l'esperienza del viaggio e riportando il turismo anche alla sua originaria essenza: il desiderio di conoscere altre culture, altre persone. I borghi sono quindi intesi come un contesto umano, sociale e culturale, sinonimo del buon vivere, di gusto, di un saper fare creativo che si apre all'esterno e diviene comunità ospitale protagonista della nuova Soft Economy.

Tutte le più recenti indagini di mercato mostrano chiaramente che il turista-viaggiatore intende sempre più la **"vacanza" come un'esperienza personale che deve essere il più possibile autentica**, è più attratto da nuove motivazioni culturali e tentato dalla riscoperta delle tradizioni locali, con una forte propensione anche a forme alternative di ricettività quali bed & breakfast, agriturismi, soggiorni in castelli e residenze storiche.

In Italia la domanda legata all'ospitalità nei territori e centri urbani "minori", al di fuori dei tradizionali percorsi turistici, alla scoperta del patrimonio artistico ed architettonico, degli usi e dei costumi delle comunità locali, è in costante aumento.

Il turismo culturale, che si muove alla scoperta del nostro ampio patrimonio, fatto di città d'arte, di eventi, di manifestazioni, di tradizioni enogastronomiche e religiose, fa registrare, meglio delle altre tipologie di turismo, un andamento positivo, con tassi di crescita medi, negli ultimi anni, del 5-8%. Tale patrimonio diffuso - fondato su paesaggio, valori ambientali, arte e monumenti, cultura, varietà gastronomiche costituisce una risorsa strategica per l'economia italiana e soprattutto per quella dei territori in ritardo di sviluppo (*Fonte Enit- Piano Triennale 2016-2018*)

In particolare, il tema dei percorsi culturali/religiosi sono considerati "strategici" in una prospettiva di ricomposizione territoriale e di sviluppo locale, e considerati importanti per la promozione di nuovi flussi turistici e valorizzazione delle risorse storiche, artistiche e culturali.

Il turismo culturale legato all'offerta del bene religioso inteso come potenziale fattore di attrazione turistica è un'importante risorsa per lo sviluppo sostenibile del territorio. L'attenzione a santuari e luoghi di culto costituisce, infatti, una valida occasione di interesse per le opere d'arte in essi presenti, e rappresenta anche una possibilità di conoscenza del territorio in cui essi insistono, diventando la destinazione di un turismo colto e di qualità.

La coerenza degli interventi che promuovono il prodotto religioso non può prescindere da un'integrazione orizzontale tra il sistema territoriale (ambiente, paesaggio, sistemi socio-produttivi) e gli attori locali coinvolti, ai fini di un processo di valorizzazione del patrimonio culturale che produce sviluppo locale.

Il turismo religioso non riguarda soltanto mete di pellegrinaggio e percorsi di fede, ma richiama anche turisti che vogliono viaggiare per motivi culturali, i cosiddetti turisti della fede, che scelgono, per le loro vacanze, di soggiornare in monasteri, eremi, case d'accoglienza, santuari, conventi

I borghi ricadenti nel perimetro del Distretto Turistico possono, inoltre, diventare **residenza artistica** per artisti interessati a poter esprimere la propria creatività e realizzare il proprio progetto artistico in un contesto liberamente espressivo. Le residenze artistiche creano un circolo virtuoso all'interno del quale, oltre allo scambio tra la comunità e gli artisti, si favorisce l'incontro e lo scambio tra artisti di diverse provenienze e discipline, rendendo il luogo della residenza un luogo di produzione di eventi e performance unici. Le residenze, concorrono in maniera significativa alla creazione di un pubblico responsabile e consapevole grazie all'incontro con gli artisti

Negli ultimi decenni, sempre più, l'opera d'arte contemporanea tende ad uscire dall'istituzione museale per eccellenza e dalla rigidità dei suoi spazi, per stabilire un diretto contatto con l'ambiente naturale o urbano nonché con la popolazione locale ed i turisti. La ricerca di nuovi luoghi da parte degli artisti in cui realizzare il loro intervento creativo ha gradualmente posto le basi per la nascita dei cosiddetti "**musei a cielo aperto**" di scultura contemporanea.

I "musei a cielo aperto", in Italia, sono nati solo alla fine degli anni Cinquanta del Novecento e successivamente sempre più diffusi in tutto il territorio nazionale, tanto che, attualmente, la penisola italiana ne accoglie più di una sessantina. Considerando nello specifico Arte Sella e il Parco del Sojo, è evidente come tali "musei a cielo aperto", che sorgono in aree montane marginali, rappresentino interessanti esempi di bonifica e di valorizzazione del territorio montano in cui sorgono. Un affascinante modo di unire l'abilità creativa di un artista alle bellezze di un territorio. Sassi, rami, alberi, erba, cielo, fiumi... Tutti gli elementi naturali concorrono a dar vita a opere d'arte spettacolari, ecologiche e piene di significato.

Lo sviluppo che ha caratterizzato detti "musei a cielo aperto" ha condotto ad un progressivo aumento del numero di visitatori e turisti, con l'esigenza di progettare e perseguire politiche di sviluppo sostenibile.

Secondo il **Piano Strategico per il Turismo** (PST) 2017/2022 elaborato dal MIBACT le destinazioni emergenti sono rappresentate da: città d'arte di minori dimensioni, borghi, piccoli centri e territori rurali, aree protette e parchi, etc. In tale ambito, i centri più piccoli (come le città d'arte di minori dimensioni che ambiscono al riconoscimento di capitali della cultura e i borghi autentici), i siti Unesco (che esprimono quella caratteristica peculiare dell'Italia di coprire tutte le epoche, di comprendere tutti gli stili artistici quali espressioni di molteplici civiltà e culture) e i territori montani, naturali e rurali, compresi quelli delle aree interne, offrono una parte rilevante di patrimonio di alto pregio con una potenziale elevata capacità attrattiva, prevalentemente paesaggistica, ancora non del tutto conosciuta

Il PST sostiene la creazione di nuove destinazioni e nuovi prodotti di valenza strategica basati sulla fruizione integrata delle risorse, sulla cooperazione territoriale e sulla qualità dell'informazione. Le nuove destinazioni sono rappresentate anche da nuove modalità e formule di consumo turistico. Le innovazioni, per rispondere alle esigenze della domanda, richiedono anche di innovare la permeabilità fisica e culturale dei luoghi. Cammini storici, itinerari culturali, sentieri, messa a sistema di "itinerari culturali" del Consiglio d'Europa diventano il presupposto per un'innovazione della fruizione del paesaggio in chiave turistica che si coniuga con il riutilizzo del patrimonio edilizio storico e tradizionale diffuso e sottoutilizzato e con la promozione delle specificità e qualità dei prodotti alimentari e della cultura materiale e immateriale dei luoghi. L'infrastruttura dei differenti cammini e vie diventa così perno di un'azione integrata e territoriale sulla qualità, l'innovatività e la specializzazione.

In questo contesto, una più ampia diffusione dei flussi può raggiungersi attraverso:

- l'utilizzo delle "infrastrutture culturali" (musei, teatri, biblioteche, aree archeologiche, etc.) anche come "porte di accesso" ai territori circostanti per raccontarne e diffonderne la storia e per contribuire alla valorizzazione territoriale;
- l'integrazione delle politiche turistiche con quelle urbane, mettendo a sistema le risorse e le attività culturali e creative dei territori;
- l'attivazione di politiche sistemiche di intervento che non siano vincolate dai confini amministrativi;
- la valorizzazione delle eccellenze territoriali, come i siti Unesco attuali e potenziali e i Parchi nazionali, per accrescere la capacità di attrazione del territorio.

In fase di attuazione del PST, particolare attenzione sarà dedicata a iniziative che interessino destinazioni e prodotti emergenti localizzati all'interno di Distretti Turistici riconosciuti ex D.L. 13 maggio 2011 n. 70. Va sottolineato che il PST, per l'identificazione e lo sviluppo delle destinazioni emergenti, si richiama a principi di realismo e selettività: **lo sviluppo turistico va fondato su percorsi solidi ed endogeni, che conducano a identificare la specializzazione dell'offerta del territorio in funzione della propria identità e delle proprie risorse.**

Da questo punto di vista vanno sottolineate almeno tre implicazioni per il processo di valorizzazione delle risorse con la presente strategia:

- la necessità di organizzare un sistema di accoglienza all'altezza della domanda (molte destinazioni "minori" hanno investito, ad esempio su forme innovative di ospitalità)
- la necessità di puntare sulla qualità e l'originalità del "prodotto" dove la qualità si gioca anche sulla varietà delle opportunità di visita ed incontro con la cultura locale che queste destinazioni sono in grado di offrire;
- il ruolo della comunità locale, che è chiamata ad esprimere la propria cultura ed a farne ragione di incontro con il visitatore;
- l'attivazione dei nuovi strumenti delle ICT, come la rete internet, per comunicare e intercettare i turisti.

La necessità di sviluppare un'offerta complementare ed integrata fatta di contesti allargati culturali e territoriali, sfruttando il vantaggio competitivo della "diversità di prossimità", è contenuta anche nel nuovo **Piano Regionale di Sviluppo Turistico Sostenibile (PRSTS)** della Regione Calabria.

In questo quadro il piano individua tra le linee strategiche anche il potenziamento dell'attrattività del patrimonio naturali e delle aree interne, puntando, da un lato a realizzare nuovi percorsi e vie attrezzate, impianti e servizi sportivi, capaci di esaltare il rapporto con la natura e la scoperta, dall'altro a rivalutare e potenziare l'agricoltura e le sue pratiche, dando valore, ad esempio, alla

tipicità dei prodotti locali capaci di raccontare al turista la cultura e le tradizioni locali, nonché a dare maggiore risalto ai piccoli centri delle aree interne.

La trasmissione al turista e al viaggiatore di un'immagine unitaria del territorio passa attraverso la promozione coordinata delle produzioni agricole di qualità e deve trovare riscontro in un altrettanto coordinata valorizzazione delle caratteristiche dello spazio fisico naturale in cui esse si realizzano.

Agriturismi, fattorie didattiche, reti di turismo sostenibile e strutture ricettive in genere, svolgono una funzione chiave, in tal senso. Il coinvolgimento dei residenti riveste un ruolo decisivo non solo per tenere in vita le attività tradizionali ma anche perché possono farsi veri interpreti del proprio patrimonio culturale. Il viaggiatore che concepisce il turismo in termini responsabili e sostenibili ama il contatto diretto con gli abitanti del luogo che sono i soli a poter "raccontare" autenticamente il territorio vissuto nel quotidiano, innescando così quello scambio proficuo coi turisti curiosi creando l'esperienza del viaggio e riportando il turismo anche alla sua originaria essenza: il desiderio di conoscere altre culture, altre persone. I borghi sono quindi intesi come un contesto umano, sociale e culturale, sinonimo del buon vivere, di gusto, di un saper fare creativo che si apre all'esterno e diviene comunità ospitale protagonista della nuova Soft Economy.

Sotto questo profilo, le vocazioni produttive e gli elementi distintivi paesaggistici e culturali, fanno del turismo slow un'interessante opportunità per l'economia locale e il lavoro, a patto di affrontare alcune criticità nodali:

1. l'integrazione ed il potenziamento dell'offerta turistica, oggi inferiore alle potenzialità, con posti letto/abitante molto ridotti rispetto a un flusso di visitatori che permane di transito;
2. un'organizzazione opportunamente tematizzata del patrimonio naturale, storico-culturale, architettonico e paesaggistico, che selezioni i luoghi fisici e le strutture attraverso le quali veicolare una narrazione innovativa dell'area;
3. lo sviluppo e l'integrazione delle infrastrutture per la mobilità slow (percorsi escursionistici e ciclo-escursionistici) in funzione di un'utenza differenziata (giovani e anziani, famiglie, sportivi, ecc.);

La competizione nel mercato turistico avviene per aree e network in grado di offrire le risorse di cui il turista necessita per gestire le proprie esperienze; la contiguità rispetto a poli già attrattivi offre interessanti opportunità di sviluppo anche a realtà singolarmente meno dotate di risorse.

Va superata l'attuale frammentazione dell'offerta, che nasce dalla frammentazione dell'organizzazione del sistema territoriale e si traduce in discontinuità e mancanza di piena sicurezza nella fruibilità degli spazi fisici (culturali e naturali), ma anche del loro "racconto": tutto ciò che oggi è alla radice della sottoutilizzazione del potenziale territoriale.

Il **PRSTS** evidenzia come vacanzieri del mare inizino a "muoversi" sul territorio, soprattutto alla ricerca di gastronomia e borghi. Si tratta di una opportunità da sfruttare potenziando la fruibilità, l'accesso alle informazioni, mettendo a sistema le proposte turistiche dell'area e rendendo fruibili (prolungando l'apertura, implementando efficienza e qualità dei servizi) i beni culturali.

Il disegno è quindi quello di favorire l'integrazione tra la fascia costiera, dove si concentrano le presenze, e il territorio retrostante, ricchissimo di attrattive, ma spesso penalizzato dalla mancanza o dall'inadeguatezza delle infrastrutture incentivando "l'esplorazione" nel territorio alla ricerca delle piccole e grandi emergenze culturali, lungo percorsi in primo luogo messi in sicurezza, segnalati e propriamente raccontati, anche tramite le tecnologie digitali, quali app, mappe e guide multimediali.

Inoltre, la "**mobilità dolce**" attraverso il recupero e il riutilizzo di infrastrutture quali le ferrovie in disuso, le strade rurali o i percorsi pedonali e le mulattiere di rilevante interesse storico, gli argini di fiumi, le alzaie di canali, altri sentieri di pianura e montagna e tronchi stradali carrozzabili dismessi o in abbandono, permetterà l'accessibilità a fini turistici e di fruizione delle aree interne, contribuendo a ridurre l'isolamento di territori periferici o poco serviti in cui siano presenti risorse valorizzabili.

QUADRO DEI FABBISOGNI RILEVATI

F.1 Diversificazione e rafforzamento dell'offerta di turismo sostenibile ed esperienziale	F1.1 Attivazione di interventi integrati di sviluppo turistico
	F.1.2 Migliore conoscenza dei prodotti tipici e integrazione tra le attività agricole e quelle turistiche;
	F.1.3 Potenziare e qualificare il sistema di accoglienza e di ospitalità diffusa
	F.1.4 Potenziare le infrastrutture di accessibilità, sia comunicative che di mobilità
F.2. Rafforzamento dell'identità locale in un'ottica di completamento del prodotto turistico silano	F.2.1 Riutilizzo del patrimonio edilizio storico e tradizionale diffuso e sottoutilizzato:
	F.2.2 Definizione di strategia di marketing turistico che valorizzino le componenti materiali ed immateriali del territorio
	F.2.3 utilizzo delle nuove tecnologie informatiche (ICT) e soluzioni smart per migliorare la comunicazione ed aumentare la riconoscibilità e l'attrattività del territorio
	F.2.4 Rafforzamento del sistema produttivo della piccola manifattura dei prodotti tradizionali tipici
F.3 Potenziamento della fruibilità sostenibile delle risorse ambientali e paesaggistiche	F.3.1 sviluppare reti di cooperazione pubblico-privato per utilizzare a fini economici le risorse ambientali e naturalistiche (green economy e green jobs)

Obiettivo generale della strategia

Come è noto la politica regionale europea promuove l'approccio territorializzato e l'utilizzo coordinato dei Fondi strutturali per l'attuazione di strategie territoriali di sviluppo locale basate sui principi di partenariato e di governance multilivello

Come azione di sistema, preliminare ad ogni tipo di intervento, il Distretto turistico si pone l'obiettivo generale di **riorganizzare l'assetto amministrativo e di governance per lo sviluppo turistico integrato e sostenibile del territorio di riferimento.**

Uno sviluppo fortemente connotato dall'ecosostenibilità e dove gli elementi di qualità della vita che lo caratterizzano, come l'elevata qualità ambientale e la sua salubrità, la ricca presenza di risorse naturali ed il saper fare locale diventano volani per lo sviluppo di nuova imprenditorialità locale chiamata a valorizzazione in modo integrato e sostenibile le risorse peculiari di questo territorio rurale (paesaggio, cultura, ambiente, legno, prodotti agricoli).

Parallelamente, risulta fondamentale creare un clima in cui la collaborazione fra tutti sia supportata e facilitata dal Distretto come organismo di regia atto a soddisfare, attraverso una strategia condivisa e partecipata, le seguenti funzioni:

- definire i termini entro i quali gli operatori turistici devono agire;
- realizzare attività e comportamenti sostenibili;
- rafforzare il quadro istituzionale dell'area, rendendo protagonisti i Comuni e fornendo una direzione e una guida comune per tutti gli stakeholder turistici all'interno della destinazione Sila;
- agevolare il consenso verso la specifica vision, le strategie e gli obiettivi per la destinazione Sila;

- fornire un riferimento generale sul ruolo del settore turistico e il suo contributo all'economia e alla società generale;
- permettere al turismo di interfacciarsi con gli altri settori economici.

Obiettivi specifici

Lo sviluppo del Distretto Turistico Altopiano della Sila, visto come un'unica destinazione, sarà perseguito mediante la definizione e l'attuazione di un Piano di Sviluppo Turistico che, in sintesi, si propone di realizzare i seguenti obiettivi specifici

- Rafforzare ed integrare l'offerta turistica esistente, con azioni infrastrutturali e di sistema;
- Ampliare e diversificare la gamma dei prodotti offerti;
- Favorire l'integrazione con altri settori produttivi (agricoltura, ambiente e artigianato);
- Posizionare e promuovere il nuovo brand;
- Diversificare i mercati di sbocco e i segmenti di clientela;
- Ampliare la stagione di operatività potenziando la capacità di costruire localmente pacchetti e sistema distributivo.

Il raggiungimento di tali obiettivi sarà perseguito mediante un organismo di coordinamento, il DMS (**Destination management system**), che punta, da un lato a garantire il servizio proprio di un operatore dell'accoglienza locale in grado di sostenere, con un'azione integrata di promozione del territorio e di promozione dell'offerta turistica, lo sviluppo dell'intero tessuto economico; dall'altro, a sviluppare i presupposti di base per migliorare l'impianto di fruizione dell'area aggregando gli attori locali a vario titolo coinvolti nel sistema turistico del Distretto e mettendo a sistema le iniziative attinenti in atto sul territorio.

La politica di coesione europea 2021-2027 e il ruolo della comunità

La Strategia del Distretto Turistico Altopiano Silano individua, quindi, come obiettivi principali la sostenibilità ambientale, economica ed istituzionale, obiettivi perfettamente in linea con la strategia economica Europa 2020 (quindi quella corrente) secondo cui il turismo deve tenere in considerazione un modello di sviluppo sostenibile. In questa ottica il turismo, il terzo settore economico per importanza nell'UE, influisce notevolmente sulla crescita economica, sull'occupazione e sullo sviluppo sociale (ricordiamo che le linee strategiche della Programmazione Europea 2014-2020 si orientavano su 3 pilastri fondamentali per la crescita economica che doveva essere Intelligente, Sostenibile ed Inclusiva).

Oggi però siamo ad un momento chiave. E' in fase di elaborazione la prossima programmazione, quella della nuova Politica di Coesione 2021-2027. L'Italia nel corso del 2019 ha realizzato Tavoli di confronto partenariale per l'impostazione della programmazione 2021-2027. A partire dai 5 obiettivi prioritari individuati dall'UE (anziché gli 11 obiettivi della programmazione 14-20), a livello nazionale i 5 tavoli di lavoro (uno per ogni obiettivo di policy) hanno avviato la discussione identificando 4 temi "unificanti":

- 1) creare opportunità di lavoro di qualità;
- 2) territorio e risorse naturali per le generazioni future;
- 3) omogeneità e qualità dei servizi per i cittadini;
- 4) cultura come veicolo e spazio di coesione economico e sociale

Mentre gli OP della prossima Politica di Coesione sono:

1. un'Europa più intelligente
2. un'Europa più verde
3. un'Europa più connessa
4. un'Europa più sociale
5. un'Europa più vicina ai cittadini e strumenti territoriali per le strategie locali

E' necessario considerare gli Obiettivi Prioritari della prossima politica di coesione per orientare la strategia del Distretto turistico verso l'attuazione migliore possibile della stessa. A partire da

un'azione partecipativa e cooperativa fondamentali per la costruzione di una immagine turistica positiva, il Distretto mira alle azioni che riguardano l'accessibilità e la mobilità, il tema delle infrastrutture materiali e immateriali, la promozione e il *marketing*, lo sviluppo di prodotti turistici che abbiano una capacità di attrattiva, ma che siano sostenibili per le comunità locali e l'ambiente, la valorizzazione delle risorse naturali, culturali e il turismo sostenibile, il sostegno ai sistemi agro-alimentari e allo sviluppo locale, il saper fare, l'artigianato, l'enogastronomia.

Rendere protagoniste attive le comunità sul territorio è esattamente uno delle condizioni sine qua non per lo sviluppo del territorio, oltre che l'OP n.5 di Europa 2027.

Solo così le strategie territoriali/locali possono essere uno strumento potente per considerare contesti distinti, definire obiettivi di senso e azioni coerenti e fattibili al territorio specifico, mobilitare e responsabilizzare nell'azione collettiva Enti locali e altri partner pubblici, privati, sociali e della società civile a considerare i nostri luoghi come sistemi locali (a volte aree interne) ad alto valore turistico.

Perché si possa parlare di vera prosperità, ovvero di elevata qualità della vita nelle aree rurali, la comunità deve quindi essere un agente del suo sviluppo, in quanto i processi di strutturazione sociale sono fondamentali per la riuscita delle azioni bottom-up (Diaz Puente et al., 2011).

Per tale motivo le iniziative locali devono essere accompagnate da processi di creazione di una identità locale che stimoli la partecipazione, in modo da coinvolgere la componente privata della società civile, la prima a rispondere agli stimoli esterni e a riportarli al territorio, favorendo adattamento e innovazione (Pugliese, 2001).

La rigenerazione degli spazi di vita quotidiana dei comuni del Distretto può avvenire solo grazie all'impegno diretto, concreto, continuo e costante degli abitanti, veri custodi e innovatori del proprio territorio, che si prendono cura (take care), dei luoghi di vita del quotidiano e sperimentano una nuova formula di abitare i borghi, fondata sui valori dell'inclusione sociale, della sostenibilità ambientale, della qualità della vita, della bellezza del paesaggio.

La comunità locale dovrà affrontare la strategia condividendo processi di innovazione istituzionale e di governance intercomunale, promuovendo nuove reti di partenariato finalizzate a rafforzare le capacità di resilienza e di sviluppo del sistema territoriale. Con un approccio olistico, integrato e circolare dovranno attivarsi nuovi modelli di rigenerazione del territorio che contribuiscono a invertire la tendenza all'emigrazione dei giovani e allo spopolamento.

Articolazione del piano in Misure e Azioni

Il Piano di Sviluppo Turistico verrà articolato in cinque misure generali, a sua volta scindibili in un complesso di azioni, con l'obiettivo di creare e consolidare una struttura specializzata nella qualificazione, promozione e commercializzazione dell'accoglienza dell'area.

L'articolazione del progetto secondo lo schema proposto risponde all'esigenza di dotare il Territorio di uno strumento efficace nell'attuazione delle politiche di promozione e valorizzazione e nello stesso tempo dotato di snellezza operativa e rapidità di azione e di iniziative, che risulta un elemento imprescindibile in campo turistico, caratterizzato da tempi di evoluzione molto rapidi.

Le azioni poste in essere saranno focalizzate intorno al concetto ed all'importanza della "qualità" del servizio al fine di elevare lo standard delle aziende turistiche, anche attraverso l'adozione di un disciplinare del servizio che verrà elaborato e proposto.

LE MISURE DEL PIANO

MISURA 1
L'OFFERTA TURISTICA
INTEGRATA, INNOVATIVA E
SPECIALIZZATA

MISURA 2
CONOSCENZA, FORMAZIONE E
ACCOGLIENZA

MISURA 3
INNOVAZIONE,
DIVERSIFICAZIONE E
TECNOLOGIA AL PASSO CON LE
ALTRE DESTINAZIONI

MISURA 4
L'INFRASTRUTTURAZIONE
TURISTICA

MISURA 5
IL MARCHIO D'AREA E LA
PROMOZIONE INTEGRATA

MISURA 1 – L'OFFERTA TURISTICA INTEGRATA, INNOVATIVA E SPECIALIZZATA

La misura in questione riguarda un complesso di azioni preliminari, alcune eseguite in una prima fase di analisi territoriale, per l'integrazione dell'offerta turistica distrettuale che comprendono una rilevazione iniziale delle risorse turistiche da inserire in un archivio digitale, una mappatura delle stesse e interventi di riqualificazione e potenziamento della fruizione dell'offerta turistica. La definizione di un'offerta turistica di qualità ha come base la consapevolezza del territorio e delle realtà economiche, sociali e culturali che insistono sull'area.

Nell'ambito di questa misura, il piano si focalizza in primo luogo sull'innovazione - di prodotto e di processo, relativa anche alla rilevazione dei servizi offerti, all'integrazione tra attori di filiera e management pubblico e privato, all'organizzazione e alla gestione dell'informazione - e sulla diversificazione dell'offerta integrandola con quella di territori e prodotti. Le azioni poste in essere saranno focalizzate intorno al concetto e all'importanza della "qualità" del servizio al fine di elevare lo standard delle aziende turistiche, anche attraverso l'adozione di un disciplinare del servizio che verrà elaborato e proposto.

Azioni:

- 1.1 Rilevazione dei servizi offerti dalle strutture ricettive e complementari censite;
- 1.2 Digitalizzazione e mappatura permanente delle risorse naturalistiche locali e del patrimonio culturale tangibile e intangibile;
- 1.3 Adeguamento e integrazione dell'offerta delle strutture ricettive e complementari (elaborazione disciplinare qualità e applicazione);
- 1.4 Integrazione delle risorse culturali e naturalistiche con l'offerta turistica (interventi di correzione della fruizione delle risorse culturali e naturalistiche con l'offerta ricettiva, creazione di percorsi turistici integrati).

MISURA 2 – CONOSCENZA, FORMAZIONE E ACCOGLIENZA

La crescita e la diffusione di una cultura dell'accoglienza a livello territoriale deve fondarsi e utilizzare al meglio tutte le "strutture di mediazione", a partire dai musei proseguendo con biblioteche/archivi, guide o infopoint, proloco, popolazione locale tout court; come mezzi di diffusione delle informazioni stesse e/o di distribuzione delle informazioni ma anche, in alcuni

casi, quali spazi di produzione delle informazioni stesse e/o di distribuzione dei servizi richiesti dal visitatore.

La misura è finalizzata al miglioramento del livello di conoscenza del territorio e dei prodotti tipici degli operatori appartenenti al territorio del Distretto, nonché di accoglienza al turista.

Le azioni che saranno attuate punteranno da un lato a immettere e proiettare tutte le aziende nel sistema incoming dell'area e dall'altro a migliorare il grado di accoglienza del territorio attraverso interventi di formazione alle stesse e informazione specifica ai turisti.

Azioni:

2.1 Indagine sulla conoscenza del territorio e valutazione sull'utilizzo attuale e potenziale dei prodotti tipici locali.

2.2 Interventi di formazione e qualificazione dell'operatore dell'accoglienza

MISURA 3 – INNOVAZIONE, DIVERSIFICAZIONE E TECNOLOGIA AL PASSO CON ALTRE DESTINAZIONI

Allo stato attuale, l'area di riferimento non è ancora in grado di risolvere le seguenti criticità:

- a) stagionalizzare i flussi turistici durante tutto l'arco dell'anno;
- b) accrescere e diversificare la capacità ricettiva del comprensorio in modo da indirizzare investimenti ed attrarre flussi turistici
- c) trasformare almeno in parte il movimento "escursionistico" in movimento "turistico";
- d) correggere quelle forze di mercato che si muovono esclusivamente in un'ottica di breve periodo.

Quello che attualmente manca, per far sì che la destinazione Sila diventi competitiva è un'adeguata identificazione tra immagine/promozione del territorio e immagine/promozione dei prodotti forti dell'area; *innovatività* nella configurazione dell'offerta turistica che punta su prodotti/servizi rispondenti ai bisogni dell'attuale "viaggiatore"; *fruibilità*, come possibilità di percorrere, conoscere e vivere il territorio con mezzi diversi; *Networking*, come capacità di aggregare soggetti diversi intorno a progetti comuni di sviluppo, di valorizzazione e di promozione del territorio. Per superare tali assenze, la soluzione potrebbe essere quella di offrire un sistema coordinato ed integrato di informazioni, statiche e dinamiche, sull'utilizzo dei servizi e delle risorse territoriali attraverso la creazione di un portale web sul distretto e di APPs.

Tali strumenti altamente tecnologici e innovativi, consentiranno, inoltre, di rimuovere gradualmente le criticità rilevate, attraverso la pianificazione prima e l'erogazione dopo dei servizi realizzabili attraverso le seguenti azioni (che saranno incrementate anche nell'azione 5.2):

Azioni:

3.1 Realizzazione di un portale web unico;

3.2 Sviluppo di una application software (APP) per dispositivi mobile;

3.3 Produzione e integrazione di immagini fotografiche digitali;

3.4 Sistema di cartografia web del Distretto;

3.5 Sviluppo di un sistema narrativo dell'offerta turistica (storytelling).

3.6 Cartografia digitale della sentieristica del Distretto;

3.7 Realizzazione dei virtual tour con immagini immersive a 360°;

3.8 Realizzazione di cartine, pannelli informativi e materiale di supporto alla fruizione dell'utente sul territorio;

3.9 Traduzione dei testi, almeno in una lingua straniera, e integrazione nel sito dei testi tradotti;

Inoltre, per rispondere alle rinnovate esigenze della domanda turistica occorre anche ampliare l'offerta con la proposta di **nuovi tematismi** (es. cicloturismo, turismo all'aria aperta, itinerari, cammini religiosi, rete del patrimonio demaniale dismesso e riutilizzo del patrimonio edilizio storico e tradizionale diffuso e sottoutilizzato).

MISURA 4 - L'INFRASTRUTTURAZIONE TURISTICA

La Misura specifica ricomprende interventi finalizzati al potenziamento delle infrastrutture del Territorio e all'incentivazione di iniziative di natura pubblica e privata, atte ad accrescere l'attrattività dello stesso. L'attrattività turistica, direttamente connessa alla percezione dei turisti, è un fattore determinante nel ciclo di vita di una località turistica, determinandone la sua traiettoria. Turismo è prima di tutto territorio e il territorio si sviluppa anche grazie al miglioramento delle sue strutture ricettive, ma soprattutto attraverso l'attuazione di riforme strutturali e un maggiore investimento di risorse in infrastrutture, allo scopo di dotare il territorio stesso di un sistema moderno e integrato di accoglienza. Nel quadro degli interventi previsti si distinguono interventi di natura privata (azioni 4.1 e 4.2.) e interventi di natura pubblica (4.3, 4.4).

Azioni:

- 4.1 Completamento e/o riqualificazione del patrimonio immobiliare ricettivo già esistente;
- 4.2 Attivazione nuova ricettività;
- 4.3 Restauro, recupero e promozione siti maggiore interesse storico, archeologico e monumentale a valenza turistica;
- 4.4 Infrastrutture Pubbliche a servizio dello sviluppo turistico.

MISURA 5 - IL MARCHIO D'AREA E LA PROMOZIONE INTEGRATA

La misura ricomprende interventi finalizzati alla promozione del territorio in maniera integrata con le attività economiche del comparto turistico, con le produzioni locali turisticamente spendibili, con gli eventi culturali e con le risorse in generale che il territorio è in grado di offrire. Le azioni previste dovranno seguire una logica distrettuale in grado di proiettare e proporre, sia all'interno del contesto locale che all'esterno, l'area di riferimento come prodotto turistico nuovo.

Azioni:

- 5.1 il Marchio d'area Territoriale;
- 5.2 promozione integrata dei prodotti turistici (offerta ricettiva e complementare, con il patrimonio culturale e naturalistico, catalogo multilingue, folder, brochure, ecc...);
- 5.3 promozione dell'integrazione degli eventi culturali del territorio e dei prodotti locali nei circuiti turistici (calendario unico degli eventi);
- 5.4 rafforzamento dell'identità territoriale e promozione del territorio (marketing, pubblicità, ecc...).

H) I PROTAGONISTI

I protagonisti della strategia di sviluppo locale che si intende mettere in campo, potenziali partner del Distretto Turistico, sono i seguenti:

- gli Enti Locali del territorio (Amministrazioni Comunali, Parco Nazionale della Sila, Province, Regione Calabria);
- I tre GAL, Kroton, Due Mari e Sila Sviluppo, che utilizzando la metodologia del CLLD (Community-Led Local Development) promuovono la progettazione e la partecipazione di tutte le amministrazioni pubbliche, delle imprese, delle associazioni di categoria, del Terzo settore e dei cittadini alle programmazioni territoriali.
- le Camere di Commercio Industria Agricoltura e Artigianato delle tre province (CS, CZ, KR);
- L'Università della Calabria, il CREA e la Rete Rurale Nazionale, l'AIAB, Slow Food;
- la rete associativa locale (Fondazione MAB Sila, Pro Loco, Associazioni di categoria, Associazioni professionali, Reti di imprese, associazioni di produttori, associazioni culturali, associazioni ambientaliste, associazioni per la gestione del territorio, ecc.);
- i soggetti di competenza sovralocale che operano su tematiche specifiche nel territorio e che sono responsabili di progettualità in essere.
- la cittadinanza.