

- **Carico di figli per donna feconda:** È il rapporto percentuale tra il numero dei bambini fino a 4 anni ed il numero di donne in età feconda (15-49 anni). Stima il carico dei figli in età prescolare per le mamme lavoratrici.
- **Indice di natalità:** Rappresenta il numero medio di nascite in un anno ogni mille abitanti.
- **Indice di mortalità:** Rappresenta il numero medio di decessi in un anno ogni mille abitanti.

Nell'Area Rurale 6 nel 2016 l'indice di ricambio è 132,1 e significa che la popolazione in età lavorativa è molto anziana. Inoltre in base all'indice di dipendenza, nel 2016 ci sono 51,4 individui a carico, ogni 100 che lavorano. I dati completi sono riportati in Tabella 8 con un'evoluzione temporale che va dall' 2002 al 2016.

Tabella 8 - Principali indici demografici calcolati sulla popolazione residente nell'area allo studio. Fonte dati Istat Censimenti.

Anno	Indice di vecchiaia	Indice di dipendenza strutturale	Indice di ricambio della popolazione attiva	Indice di struttura della popolazione attiva	Indice di carico di figli per donna feconda	Indice di natalità (x 1.000 ab.)	Indice di mortalità (x 1.000 ab.)
	1° gennaio	1° gennaio	1° gennaio	1° gennaio	1° gennaio	1 gen-31 dic	1 gen-31 dic
2002	109,4	49	79,6	82,9	25,9	8,8	8,3
2003	114,3	49,1	79,1	84,8	25,5	8,8	9
2004	119	48,8	77,2	86,2	25,1	8,7	8,3
2005	125,2	48,9	75,6	88,8	24,9	8,5	8,8
2006	129,9	49,3	72,9	91,2	24,7	8,6	8,7
2007	133,4	49,2	78	94,4	24,6	8,4	9
2008	136,8	48,7	84,5	96,7	24,3	8,4	9,1
2009	140,2	48,4	92,9	99,5	23,8	8,6	9,3
2010	141,3	48,2	102,4	102,9	23,2	8	9
2011	143,5	48	113,3	106,1	22,7	8,3	9,3
2012	146,5	48,9	118,2	109,9	22,5	8,1	9,8
2013	150,5	49,5	121,2	112,3	21,9	8,1	9,8
2014	153,8	50	124,6	114,7	21,5	7,9	9,8
2015	158,5	50,7	128,9	117,3	21,3	8	10,4
2016	162,8	51,4	132,1	120,4	21,5	-	-

Età media: È la media delle età di una popolazione, calcolata come il rapporto tra la somma delle età di tutti gli individui e il numero della popolazione residente. Da non confondere con l'aspettativa di vita di una popolazione.

1.2.4. Infrastrutture e territorio

Il comprensorio dell'area 6 è in posizione strategica rispetto alle rete autostradale. I collegamenti principali sono sufficientemente performanti e consentono un servizio adeguato al flusso turistico nazionale e regionale. Carenti sono i sistemi e i servizi di interconnessione tra comuni limitrofi e in area ad alta valenza naturalistica e paesaggistica.

Il territorio è attraversato dall'autostrada Salerno- Reggio Calabria, il cui tracciato, da Piano Lago, segue il corso del fiume Savuto e si sviluppa all'interno dell'area, servendo il territorio con lo

svincolo di Rogliano, Altilia-Grimaldi, Cosenza e Falerna. Il territorio può inoltre contare su arterie di collegamento che consentono a tutti i comuni di accedere ad uno dei due svincoli autostradali. I comuni di Mangone, Santo Stefano di Rogliano, Rogliano, Marzi, Carpanzano, Scigliano, Colosimi e Bianchi sono inoltre collegati con la linea ferroviaria della Ferrovia della Calabria che collega Cosenza e Catanzaro. Attualmente questa ferrovia è adibita al solo trasporto delle persone.

L'autostrada, completata negli anni sessanta, ha contribuito in maniera determinante a rompere l'isolamento della Calabria, e quindi dell'area 6 rispetto al resto del Paese.

Le caratteristiche geometriche adottate, già limitate all'epoca della realizzazione dell'opera, con il trascorrere degli anni si sono rivelate del tutto insufficienti a smaltire il traffico in condizioni di velocità, comfort e sicurezza adeguati. Ciò ha richiesto importanti interventi di ammodernamento; i lavori sono attualmente in corso.

L'area è molto prossima all'aeroporto di Lamezia Terme.

Le prospettive di evoluzione del sistema dei trasporti sono strettamente connesse alle ipotesi di sviluppo sociale ed economico dell'area; nello stesso tempo debbono essere inquadrare nel contesto più generale del sistema dei trasporti nazionale e nel sistema di interesse della regione Calabria. Appaiono ormai definite alcune strategie di fondo per lo sviluppo dell'area; queste possono essere sintetizzate nella conservazione e valorizzazione dei centri storici, nella valorizzazione delle risorse paesistiche e del patrimonio culturale, oltre che nello sviluppo del settore agroalimentare e dell'artigianato di tradizione. L'area è ben ubicata rispetto alle direttrici infrastrutturali di interesse nazionale; è infatti attraversata dall'autostrada Salerno-Reggio Calabria e dalla linea ferroviaria Cosenza- Catanzaro; è inoltre vicina alla linea ferroviaria tirrenica, che costituisce uno degli assi portanti del sistema nazionale. L'aeroporto di Lamezia è vicino. Occorre pertanto realizzare un complesso di interventi, che consentano al sistema dei trasporti di funzionare al massimo delle proprie potenzialità, servendo le tre componenti fondamentali della mobilità che interessa l'area:

- mobilità interna all'area (interna ai singoli comuni e di scambio tra gli stessi);
- mobilità di scambio con i comuni limitrofi, ed in particolare con la conurbazione di Cosenza e Rende;
- mobilità di scambio con l'esterno sulle lunghe percorrenze.

Per gli spostamenti di lunga percorrenza, sono essenziali i provvedimenti per il potenziamento del sistema dei trasporti nazionale, delineati dal Piano generale dei trasporti, attualmente in itinere.

Per la mobilità a carattere locale occorre similmente prevedere due strategie di intervento:

- potenziamento del sistema infrastrutturale;
- miglioramento della offerta di servizi di trasporto collettivo ed adozione di idonee strategie a sostegno della relativa domanda di trasporto.

Per quanto concerne le infrastrutture, si è già detto degli interventi in corso per l'ammodernamento dell'autostrada che svolge un ruolo rilevante. Per quanto concerne il trasporto collettivo occorre rilevare, in via preliminare, che questo settore è stato nel nostro Paese a lungo tempo trascurato; in Calabria le condizioni di crisi risultano particolarmente evidenti. L'attuale legislazione per il trasporto collettivo è orientata a migliorare la qualità e l'efficienza (utilizzo ottimale delle risorse) dei servizi offerti. Il Piano regionale dei trasporti della Regione Calabria, in tema di

trasporto collettivo locale, punta largamente sulla integrazione tra i servizi su gomma e su ferro, superando, in una logica di rete, l'attuale frammentazione delle linee.

A fianco di tali interventi è proponibile la istituzione, nelle aree a bassa densità insediativa, di servizi di trasporto pubblico innovativi. L'innovazione consiste nella organizzazione del servizio.

In queste situazioni, i servizi innovativi e smart quali il car-sharing oppure il car pooling posso costituire una valida soluzione, in grado di coniugare qualità del servizio e sostenibilità economica del sistema. L'istituzione di servizi di questo genere nelle aree a bassa densità può rappresentare, nell'area in esame, una effettiva possibilità di migliorare la qualità della vita, specie per le utenze più deboli, per quanti, cioè, non dispongono di autovetture individuali

1.2.5. Il contesto produttivo e la filiera

L'Area rurale 6 è caratterizzata dalla presenza di numerose imprese in settori economici che possono diventare di punta, da sviluppare e potenziare mediante interventi integrati. La filiera locale deve pertanto essere declinata in varie filiere specifiche, da considerare parti di una più complessiva azione di valorizzazione delle risorse esistenti:

Le filiere principali sono:

1. FILIERA DEL TURISMO SOSTENIBILE
2. FILIERA DELLA CIPOLLA ROSSA DI TROPEA IGP
3. FILIERA DEL FICO DI COSENZA DOP
4. FILIERA DEL POMODORO DI BELMONTE
5. FILIERA DEI CEREALI
6. FILIERA DEGLI ALLEVAMENTI E LAVORAZIONE (SALUMI DI CALABRIA DOP, SUINO NERO, FORMAGGI OVICAPRINI)
7. FILIERA DELLA CASTAGNA
8. FILIERA DELLA FRUTTA A GUSCIO
9. FILIERA DELLA PATATA DELLA SILA IGP
10. FILIERA DELL'ARTIGIANATO DI TRADIZIONE.

1. FILIERA DEL TURISMO SOSTENIBILE

Contesto di riferimento

Il turismo è tra i settori a maggiore potenziale di crescita economica ed occupazionale; è universalmente riconosciuto come potente motore dello sviluppo locale che pesa per circa il 10% sul PIL europeo e per il 12% dell'occupazione. Esso permette inoltre di:

- ✓ valorizzare risorse sottoutilizzate, e a volte a rischio;
- ✓ produrre occupazione e reddito con un moltiplicatore elevato, essendo un settore labour intensive;
- ✓ risollevare attività economiche in declino, creando nuove opportunità di impresa e di lavoro;
- ✓ generare entrate fiscali da impiegare nello sviluppo e miglioramento dei servizi per le comunità residenti.

Tuttavia, a partire da anni recenti, in varie ed importanti destinazioni si sono cominciati ad osservare gli impatti negativi dello sviluppo turistico:

- ✓ fenomeni di congestione;
- ✓ deterioramento dell'ambiente naturale e del territorio, causato dall'eccessivo sfruttamento delle risorse;
- ✓ sofferenza delle imprese e dell'occupazione legata all'instabilità del business;
- ✓ alterazione degli equilibri socio-economici e progressiva perdita di coesione sociale e di identità culturale.

Al fine di orientarne lo sviluppo ed in virtù dell'importanza che il turismo riveste nelle economie dell'Unione Europea, e del Mediterraneo in particolare, il Parlamento e la Commissione Europea, nei limiti delle proprie competenze, a partire dal 2001, hanno affermato, in una serie di comunicazioni, una rinnovata strategia per lo sviluppo del turismo europeo, in attuazione degli obiettivi di crescita e di occupazione del trattato di Lisbona e dei principi internazionali di sostenibilità.

Nell'Agenda per un turismo europeo sostenibile e competitivo (o Agenda europea 21 per il turismo) vengono fissati i principali parametri per migliorare la concorrenzialità dell'industria europea del turismo e creare posti di lavoro di qualità migliore. L'Agenda è stata redatta a sulla base del rapporto "Azione per un turismo più sostenibile", pubblicato nel febbraio 2007, elaborato dal Gruppo per la sostenibilità del turismo (GST).

Le indicazioni principali dell'Agenda sono:

- ✓ la sostenibilità può essere un vantaggio competitivo del turismo europeo;
- ✓ la sostenibilità turistica non è una meta ma un processo: il turismo deve divenire più sostenibile;
- ✓ nel perseguire gli obiettivi di sostenibilità, occorre monitorare e governare gli impatti ambientali, economici e sociali dello sviluppo turistico.

Le tre dimensioni della sostenibilità in ambito turistico sono la dimensione ambientale, quella economica e quella sociale.

La dimensione ambientale attiene all'uso del territorio, al prelievo delle risorse naturali, all'impatto sull'ambiente, infatti la concentrazione turistica spesso determina pressione demografica sulle comunità residenti e sfruttamento intensivo delle risorse locali.

La dimensione economica della sostenibilità si pone l'obiettivo di promuovere la qualità dei prodotti e dei servizi territoriali per aumentarne il valore competitivo.

La dimensione sociale del turismo è legata agli impatti che il settore genera sulle popolazioni residenti, le quali spesso vengono "invasi" dai turisti, senza che vi sia alcuna forma di compensazione.

Il prodotto turistico è, più di altri, un prodotto sociale, i cui ingredienti essenziali sono costituiti da (servizi di) beni pubblici, a loro volta generati dalla società e non dal mercato, senza un prezzo di assegnazione. L'offerta turistica nel territorio calabrese ben rappresenta questa realtà, essendo composta da un tessuto produttivo di piccole e micro imprese familiari, ciascuna contribuente ai prodotti turistici del territorio per la sua parte. Tutta la comunità locale partecipa alla produzione turistica, anche nelle componenti che non entrano in contatto diretto con il visitatore; diventa, cioè, co-produttrice di beni pubblici (è il caso, ad esempio, delle feste e degli eventi culturali e religiosi) che, in nome della loro attrattività, diventano parte integrante di un prodotto turistico. Si crea, pertanto, l'aspettativa se non il diritto ad avere un ritorno, anche solo indiretto e non economico, come compensazione o compenso.

La Calabria attualmente ha un turismo quasi esclusivamente balneare proveniente dall'Italia con picchi altissimi nei mesi estivi, con una concentrazione nel mese di agosto che determina una congestione di presenze e una massiccia pressione sul territorio.

Nel settore del turismo si registrano interessanti segnali di apertura verso “i nuovi turismi”, provenienti anche dall'estero. Gli orientamenti emergenti verso nuove forme di conoscenza e di esperienza, e la nascita e progressiva affermazione dei turismi tematici, di cultura soprattutto, hanno generato nuovi flussi di turisti da mercati “più lontani”. La tendenza è di utilizzare la vacanza come forma di auto educazione e di apprendimento, a scapito del puro riposo e/o del dolce far nulla. Curiosità e scoperta segnano il passaggio dalle tradizionali mete balneari o storiche (delle classiche città d'arte) alle nuove realtà delle campagne (ad es. del Sud Italia) e dei centri minori. Tale prospettiva rappresenta un'ottima opportunità per la nostra area interna.

Analisi SWOT

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Domanda crescente legata al turismo verso i centri minori, le aree interne dove poter apprezzare storia, tradizioni, aria pulita e tranquillità; ▪ Importante patrimonio naturale e storico-culturale derivante dalle sedimentazioni di civiltà diverse; ▪ Presenza di importanti elementi di interesse religioso (Santuari Mariani e Santuari dedicati a San Francesco di Paola); ▪ Maggiore consapevolezza della necessità di promuovere il territorio in chiave turistica e nuove iniziative per la promozione turistica soprattutto da parte di giovani e in forma associata; ▪ Azioni di pianificazione strategica locale, condivise e inclusive dei territori; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Attualmente la domanda di un turismo più consapevole e sostenibile si rivolge altrove; ▪ Ricettività di qualità medio-bassa, priva di standards, associata a un tessuto produttivo turistico poco professionale; ▪ Carenze infrastrutturali, scarsa accessibilità e trasporto pubblico locale; ▪ Bassa integrazione comparto turistico con altri comparti produttivi;
OPPORTUNITÀ	MINACCE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ I programmi di valorizzazione delle produzioni tipiche, delle tradizioni di arti e mestieri, etc., avranno una ricaduta sul turismo se si terrà conto del suo valore come vetrina del territorio; ▪ Diffusione dei benefici dello sviluppo turistico sostenibile; 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Il mercato richiede prodotti differenziati e sempre più ricchi di servizi accessori ai fattori attrattivi; ▪ Aumenta la concorrenza sul prodotto, anche da parte di destinazioni prossime.

Fabbisogni

I fabbisogni identificati sono:

1. Creare una "identità turistica" dell'area e aumentare la conoscenza e l'immagine del territorio e delle sue opportunità presso il mercato;
2. Sviluppare un sistema di promo – commercializzazione integrato;

3. Sviluppare nuovi prodotti turistici in grado di "mettere in gioco" tutte le risorse disponibili dell'area;
4. Diversificare i mercati di provenienza ;
5. Potenziare e qualificare il sistema complementare di supporto (informazione, sport, svago e nuovi servizi ai turisti, ecc.);
6. Diversificare e qualificare l'offerta ricettiva diffusa dell'area;
7. Investire nella crescita della "cultura turistica" e "cultura della accoglienza";
8. Qualificare le professionalità nel turismo;
9. Migliorare la qualità e la fruibilità dell'ambiente naturale e urbano;
10. Sviluppare e migliorare l'accessibilità e il sistema di viabilità interno.

Obiettivi e strategie

La strategia di sviluppo dell'offerta turistica in un'ottica più sostenibile ed attrattiva conduce ai seguenti obiettivi generali:

1. accrescere la competitività sul mercato, costruendo nuovi prodotti (turismo religioso, musicale , sportivo, enogastronomico) per favorire forme di visita dinamiche che attirano un nuovo pubblico più interessato e consapevole;
2. riequilibrare la distribuzione spaziale delle attività turistiche dalla costa verso l'interno, anche sviluppando forme di auto-organizzazione della vacanza di scoperta, per diffondere i benefici economici e sociali su di un territorio più vasto e limitare i danni legati all'abbandono dei luoghi e delle attività tradizionali;
3. migliorare la qualità dei servizi al turismo, promuovendo la cultura della sostenibilità e della valorizzazione consapevole del patrimonio di natura, storia, arte e tradizioni presente sul territorio;
4. rafforzare e qualificare l'offerta ricettiva nel rispetto dell'ambiente, attraverso l'adozione di soluzioni tecnologiche ed organizzative orientate alla sostenibilità, promuovendo forme di utilizzazione ottimale delle strutture ricettive esistenti, stimolando il "consumo" turistico dei territori anche in periodi extra estivi e spostando l'attenzione sulla tradizione e sulla "vivibilità" dei contesti rurali (con il rafforzamento della memoria storica dei luoghi e la valorizzazione delle risorse naturali);
5. sostenere la gestione imprenditoriale e la cultura dell'ospitalità e dell'accoglienza diffusa.
6. rafforzare la percezione esterna dei territori e della loro identità per passare dalla promozione del singolo prodotto alla strategia di marketing di un'offerta complessiva e diversificata dell'area.

Lo sviluppo turistico concentrato e poco diversificato crea squilibri rilevanti nell'ambiente naturale (inquinamento ed esaurimento risorse rilevanti), socio-economico (rendite concentrate da patrimonio di seconde case, speculazione edilizia, occupazione stagionale) e culturale (bassa professionalità, scarsa sensibilità e propensione alla valorizzazione di lungo periodo delle risorse).

La preservazione e valorizzazione del patrimonio naturale e culturale è garantita da azioni di qualificazione dei territori, di sensibilizzazione alla protezione e tutela ambientale, di promozione di una cultura più imprenditoriale improntata ai principi di ospitalità ed accoglienza. Il visitatore in questo caso è un alleato ed il suo orientamento a scegliere nuove forme di viaggio, più culturali e di natura, induce un adeguamento alla nuova domanda del sistema di ospitalità.

Linee di intervento

Gli obiettivi individuati riconducono ad un piano che prevede le seguenti linee di intervento:

- ✓ Creazione di prodotti turistici sostenibili: articolare l'offerta turistica, in un portafoglio di prodotti e territori, valorizzando gli attrattori, potenziando i servizi e sostenendo reti di operatori;
- ✓ Riqualificazione e potenziamento del sistema dell'ospitalità: migliorare la funzionalità e qualità delle strutture ricettive esistenti e sostenere nuova ospitalità; creare infrastrutture e servizi complementari; valorizzare e promuovere il recupero ambientale; incentivare la produzione turistica; innescare processi di sensibilizzazione e promozione della cultura turistica sostenibile;
- ✓ Favorire azioni di sistema per la promozione turistica puntando sul rafforzamento dell'identità dei territori, coinvolgendo gli enti locali e le imprese, con proposte artistico / culturali di richiamo nazionale.

2. FILIERA DELLA CIPOLLA ROSSA DI TROPEA IGP

Contesto produttivo

La cipolla rossa di Tropea con Reg.CE n. 284/2008 ha ottenuto il riconoscimento IGP. Il trend produttivo, nell'areale di produzione, è passato da circa 23.750 q.li del 2008 a 102.340 del 2010; attualmente la produzione si attesta in circa 150.000 q.li di prodotto certificato. La superficie coltivata, complessivamente ammonta a circa 578 ettari distribuiti in circa 64 aziende, contemporaneamente, produttrici e confezionatrici con dimensioni medie di 8,5 ettari. I Comuni che detengono la maggiore quota di produzione sono Ricadi e Tropea in provincia di Vibo Valentia e Amantea in provincia di Cosenza.

Nel comprensorio GAL Area 6, le produzioni di Cipolla Rossa di Tropea interessa la fascia costiera tirrenica ricadente nel territorio dei Comuni di Amantea, Belmonte Calabro, Longobardi e Fiumefreddo Bruzio, la cui s.a.u. assomma, complessivamente, a circa 2490 ettari; Amantea, con ben 13 aziende, detiene la maggiore quota di produzione in assoluto.

L'organizzazione della filiera

Del totale della produzione la quota esportata rappresenta il 25% che raggiunge i mercati tramite la GDO (80%), sviluppando un fatturato di circa 3 milioni di euro. Circa il 15% delle produzioni, invece, sono destinate alla trasformazione, attraverso contratti con aziende a carattere regionale ma anche di carattere nazionale come Barilla, Orogel, ecc.

Analisi SWOT

PUNTI DI DEBOLEZZA	PUNTI DI FORZA
<p><i>Fase agricola</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Scarsa aggregazione tra le imprese e ridotto ricambio generazionale; ▪ Difficoltà ad introdurre nuove tecnologie di lavorazione (elevati costi di produzione legati alle difficoltà meccanizzazione di alcune operazioni colturali, es. trapianto); ▪ Scarsa efficienza degli impianti di distribuzione della risorsa idrica ormai obsoleti; 	<p><i>Fase agricola</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Alta Vocazionalità pedoclimatica dei comprensori costieri dell'area GAL che consentono produzioni quali-quantitative uniche e inimitabili; ▪ Buona disponibilità di superfici pianeggianti irrigue e fertili; ▪ Elevato grado di diversificazione produttiva (cipolla, cipollotto, scalogno, ecc);

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Difficoltà di contrastare la contraffazione; ▪ Mancanza di centri di produzione del seme. <p><i>Fase di trasformazione - confezionamento</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mancata meccanizzazione di alcune fasi di lavorazione per il confezionamento; ▪ Elevati costi di alcuni tipi di confezionamento (es. trecce) legati alla impossibilità della meccanizzazione di tali processi; <p><i>Fase di commercializzazione</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mancanza di forme associative (es. Organizzazione di produttori); ▪ Calendari di commercializzazione limitati legati, alla mancanza della frigoconservazione; ▪ Elevate distanze dai principali mercati nazionali ed esteri; ▪ Concorrenza delle produzioni nazionali ed estere; ▪ Difficoltà di contrastare la contraffazione; ▪ Mancanza di dati di dettaglio per l'organizzazione e l'analisi della filiera. 	<p><i>Fase di trasformazione - commercializzazione</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Disponibilità di prodotto con standard qualitativi adeguati; ▪ Presenza di impianti razionali e produzioni di pregio, tipiche, con marchi di qualità (IGP, produzioni biologiche); ▪ Reputazione positiva di cui gode la cipolla rossa di Tropea, per le sue caratteristiche qualitative; ▪ Presenza di impianti di trasformazione e confezionamento.
--	---

Fabbisogni

- Assicurare una riduzione dei costi di produzione;
- Migliorare la professionalità degli operatori;
- Favorire una maggiore aggregazione tra produttori;
- Miglioramento della visibilità del prodotto e della sua identificazione territoriale;
- Aumentare la competitività delle imprese nei diversi segmenti della filiera;
- Valorizzare le produzioni attraverso la promozione del marchio IGP;
- Favorire azioni che consentano la concentrazione e la destagionalizzazione dell'offerta (anche attraverso la frigoconservazione);
- Crescita del peso delle private label, importanti per la fidelizzazione della clientela e per lo sviluppo di strategie di marketing di prezzo e di prodotto;
- Promuovere la costituzione di un unico centro di produzione del seme;
- Favorire programmi di ricerca indirizzati allo studio degli ecotipi presenti.

Obiettivi e strategie

E' necessario definire politiche d'intervento che consentano di intervenire nel comparto per migliorare la produzione nel comprensorio d'elezione, adeguandosi alle esigenze del mercato nazionale e coprendo nuovi mercati. L'obiettivo prioritario, per la valorizzazione della Cipolla Rossa di Tropea, è aumentare il grado di aggregazione della produzione, migliorarla qualità, ridurre i costi organizzativi, ottimizzare la competitività nelle diverse fasi della filiera. A tal fine, si promuove l'adozione dell'approccio integrato attraverso la realizzazione di un progetto di filiera sinergico e

coordinato che preveda la creazione di una piattaforma logistica per la produzione di seme, la frigoconservazione e la commercializzazione.

Linee di intervento

- promozione e marketing;
- acquisto di macchine agricole per la riduzione dei costi;
- riconversione e realizzazione nuovi impianti di irrigazione a micro portata;
- ristrutturazione e ammodernamento di immobili esistenti per la fase della trasformazione;
- acquisto macchine e attrezzature per la fase della trasformazione e confezionamento;
- assistenza tecnica e gestionale per la realizzazione del piano integrato di filiera;
- formazione nella funzioni della logistica;
- Sviluppo del canale e-commerce;
- assistenza tecnica e ricerca agronomica.

3. FILIERA DEL FICO DI COSENZA DOP

Il contesto produttivo

Nella fichicoltura, la Calabria si attesta al primo posto in Italia, con una superficie di 1.076,42 Ha nel 2011 pari al 32% della superficie nazionale. In ambito regionale, la provincia di Cosenza risulta al primo posto con una superficie investita di 920,79 Ha (85% della superficie complessiva regionale) ed una produzione totale di 93.716,87 q.li, ottenuto da diverse varietà.

In provincia di Cosenza il fico, soprattutto con la pregiata varietà "*Dottato*", ha il suo l'habitat ideale che, per condizioni pedoclimatiche ed orografiche ne esaltano la qualità. L'interazione di questo particolare ambiente con l'uomo ha permesso di mantenere fino ad oggi il prezioso patrimonio genetico, culminato di recente con il riconoscimento della DOP "Fichi di Cosenza". La provincia di Cosenza annualmente esprime circa 8000 - 9000 q.li di fichi secchi

L'aspetto qualitativo del fico essiccato, in particolare della Var. *Dottato* (frutto eccellente, carnoso, morbido con acheni piccoli e poco numerosi) rappresenta l'elemento trainante di tutta la filiera particolarmente richiesto dalle aziende di trasformazione, con un prezzo equo alla produzione. Il buon prezzo del prodotto, circa 350,00 euro /q.le, viene garantito, solo se il produttore conferisce direttamente all'azienda di trasformazione.

Nell'ambito del territorio dei comuni aderenti al GAL area 6, non è ben delimitabile un'areale di coltivazione; ciò, in relazione alla tipologia di coltivazione, rappresentata in massima parte da piccole superfici con impianti di tipo tradizionale spesso consociati e/o promiscui, che non danno, peraltro, sufficienti garanzie sulla continuità produttiva, omogeneità del prodotto, qualità commerciale e sanitaria. Pochi gli impianti specializzati la cui realizzazione, spesso, è stata legata all'intervento pubblico (POR Calabria 2000-2006 e del PSR Calabria 2007/2013) che ha dato un notevole impulso al recupero e valorizzazione di questa coltura. Tuttavia, in considerazione delle peculiari caratteristiche vegetazionali del fico, ovvero, la pianta vegeta e fruttifica fino alla quota altimetrica di 600 mt slm, in pratica, tutto l'areale GAL si presta a questo tipo di coltivazione fino a detta quota.

Per quanto attiene le aziende di trasformazione e commercializzazione di fico essiccato alcune sono state fondate agli inizi del secolo scorso come Colavolpe 1906, Marano 1936, ecc., altre in anni più recenti (anche grazie, in taluni casi, ai Piani Integrati di filiera del POR Calabria 2000-2006 e del PSR Calabria 2007/2013) come Artibel, Firo, ecc., tutte ricadenti nel GAL area 6, con quote di mercato crescenti, garantendo una buona capacità occupazionale, anche se stagionale.

Analisi SWOT

PUNTI DI FORZA	PUNTI DI DEBOLEZZA
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ambiente favorevole per produzioni di qualità; ▪ Buon know-how nella tecnica di essiccazione (es. serre innovative) che ha migliorato lo standard qualitativo di base; ▪ Esistenza di un buon numero di strutture per la lavorazione di prodotti da commercializzare; ▪ Disponibilità di prodotto con standard qualitativi adeguati; ▪ Unicità del prodotto; ▪ Presenza di marchi certificati (es. DOP Fichi di Cosenza); ▪ Specializzazione del settore della trasformazione; ▪ Buona diffusione del mercato locale; ▪ Elevata potenzialità di vendita sulle reti locali, nazionali e internazionali. 	<p><i>Fase agricola</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ carenza di produzione standardizzata, adeguata alle esigenze dei moderni canali distributivi; ▪ eccessiva polverizzazione dell'offerta e imprese di dimensioni strutturali limitate; ▪ difficoltà nel reperimento di manodopera qualificata; ▪ difficoltà di reperimento di manodopera nei periodi di maggiore necessità; ▪ età media elevata dei produttori; <p><i>Fase trasformazione/commercializzazione</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ dimensioni medie degli impianti di condizionamento non adeguati; ▪ basso utilizzo delle strutture di commercializzazione e trasformazione rispetto alle potenzialità degli impianti; ▪ utilizzo di canali commerciali e forme di vendita tradizionali che mantengono elevati i rischi commerciali; ▪ lavorazione e presentazione del prodotto non sempre conforme alle esigenze del mercato; ▪ difficoltà di adattamento della produzione alle esigenze del mercato; ▪ scarso raccordo e integrazione con la fase agricola; ▪ elevata stagionalità degli stabilimenti con elevati costi fissi aziendali; ▪ elevati margini a favore degli operatori a valle della filiera con conseguente scarsa remunerazione per i produttori e contrazione dei consumi. ▪ Il prodotto essiccato, spesso finisce in una rete commerciale improvvisata, senza regole, consolidata da anni.
<p>OPPORTUNITA'</p>	<p>MINACCE</p>
<p>Consolidare la tradizione produttiva e commerciale dei fichi di Cosenza, garantendo alta qualità e ricercando nuovi sbocchi di mercati di alta fascia.</p>	<p><i>Produzione/Trasformazione/Commercializzazione</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ forte concorrenza di alcuni paesi dell'UE e del bacino del Mediterraneo molto competitivi in termini di rapporto qualità/prezzo; ▪ perdita di quote di mercato nei tradizionali

	<p>mercati di sbocco;</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ riduzione della base produttiva per il ridotto ricambio generazionale e abbandono di talune produzioni. <p><i>Consumi</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ aumento delle importazioni di fico essiccato da paesi extraeuropei; <p>evoluzione dei gusti dei consumatori verso taluni prodotti sostitutivi (datteri, prugne secche e frutta tropicale essiccata).</p>
--	--

Fabbisogni

- Assicurare una riduzione dei costi nelle diverse fasi della filiera;
- Aumentare il valore aggiunto nella fase agricola;
- Concentrare l'offerta;
- Adeguare la produzione alle esigenze della domanda;
- Migliorare la professionalità degli operatori.

Strategie per la filiera del fico

In prospettiva, quindi, il comparto dovrà essere interessato da interventi strutturali (ampliamenti di superfici, assistenza tecnica alle aziende, introduzioni di innovazioni ecc.), da politiche di valorizzazione dell'offerta, in modo che i trasformatori possano contare sul prodotto locale a sostegno delle proprie produzioni

Occorre realizzare interventi di qualificazione della produzione e valorizzazione del prodotto con:

- azioni di formazione ed informazione su tutti gli aspetti della filiera;
- la consulenza aziendale ai vecchi e ai nuovi impianti e la gestione dell'analisi economica;
- l'organizzazione delle fasi di raccolta, stoccaggio e selezione del prodotto ;
- miglioramento della fasi di lavorazione, trasformazione e commercializzazione del prodotto;
- introduzione di tecniche innovative e miglioramento qualitativo e sanitario del prodotto;
- azioni di informazione e promozione delle produzioni DOP.

Linee di intervento

Sulla base dei fabbisogni individuati per la filiera è possibile definire le priorità d'intervento:

- Promuovere la realizzazione di nuovi impianti di fichetone nel territorio GAL area 6 (tra 0 e 800 m s.l.m.) soprattutto nei territori ricadenti nella DOP Fichi di Cosenza;
- Sostenere investimenti finalizzati all'innovazione nella fase di raccolta (reti o tessuto non tessuto) e nella fase di essiccazione (es. serre);
- Acquisto di impianti per la trasformazione e conservazione del prodotto a livello aziendale, adesione a sistemi di gestione della qualità e tracciabilità (es. certificazioni volontarie, GDO etc.);
- Ammodernamento o realizzazione di opifici per la trasformazione, attraverso interventi strutturali o acquisto di beni immobili;
- Acquisto di macchine, attrezzature e impianti, con l'introduzione di innovazione tecnologica volta ad incrementare il valore aggiunto della produttività aziendale (agricola e industriale);

- Realizzazione o implementazione di impianti energetici per i fabbisogni aziendali: fotovoltaici, eolici, a biomasse, alimentati con i sottoprodotti dell'attività agricola e di trasformazione;
- Sostenere e implementare processi di tracciabilità con sistemi volontari di certificazione per il raggiungimento di maggiori standard di sicurezza alimentare e sostenibilità ambientale (DOP, BIO, etc.);
- Valorizzazione della qualità, della tipicità e immagine delle produzioni certificate attraverso azioni di informazione e promozione (es. DOP);
- Erogazione di servizi di assistenza tecnica all'intera filiera, in tutte le sue fasi.

4. FILIERA DEL POMODORO DI BELMONTE (DeCO)

Il contesto produttivo

Il *Pomodoro di Belmonte* è un prodotto caratteristico dell'omonimo Comune di Belmonte Calabro in Provincia di Cosenza. Stando ai riscontri storici, il pomodoro Belmonte è stato introdotto nel piccolo paesino tirrenico nei primi anni del Novecento, quando un emigrante calabrese fece ritorno da un lungo viaggio in America e rientrando in patria portò con sé i semi di questa particolare varietà.

La varietà è stata inserita dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali nell'elenco degli alimenti tipici della tradizione enogastronomica calabrese. La zona tirrenica della provincia di Cosenza non è solo la patria d'origine del Pomodoro Belmonte Calabro ma anche la terra che fornisce circa il 70% dell'intera produzione. Dal 2003, il pomodoro Belmonte può fregiarsi del marchio "Denominazione Comunale d'Origine" (De.CO).

La coltivazione di questa pregiata varietà si estende, su piccole superfici a conduzione diretta, anche ai Comuni limitrofi a quello di Belmonte Calabro, lungo la dorsale tirrenica cosentina. La tipologia di coltivazione racchiude una forte tradizione, seguendo tecniche antiche che si tramandano di padre in figlio. Le cure colturali necessitano, nel corso del ciclo vegeto produttivo, di un alto grado di manualità, basti pensare alle operazioni di messa a dimora, concimazione organica di base nel solco, di potatura verde, sarchiatua, ecc., operazioni, queste, che si rendono necessarie al fine di esaltare e qualificare le produzioni. In ordine alla riproduzione del seme, nel borgo di Belmonte Calabro sono molti i contadini che ancora oggi eseguono manualmente la selezione dei semi e la preparazione dei semenzai per la produzione delle piantine, perpetuando, di fatto, la varietà originaria.

La destinazione prevalente è il consumo fresco, da mensa; il giusto grado di maturazione è al viraggio di colore; ovvero, quando la bacca inizia ad assumere la tonalità rosa-pallido, solcata dalle caratteristiche striature turchesi.

L'organizzazione della filiera

La coltivazione del *Pomodoro di Belmonte* si estende, principalmente, nell'areale del basso tirreno cosentino, in particolare, come già detto, nel Comune di Belmonte Calabro e nei paesi vicini di Longobardi, Fiumefreddo Bruzio, San Lucido, Amantea, S. Pietro in Amantea, Lago, Aiello e Serra D'Aiello; tuttavia, anche in altri areali del territorio cosentino, la coltivazione ha fatto registrare apprezzabili risultati, anche se non si dispone di dati in ordine a superfici e quantitativi.

Essendo un prodotto di nicchia la coltivazione si estende su piccole superfici, mediamente, di circa 500-600 mq. Allo stato, non si dispone di dati aggregati a livello comprensoriale circa la produzione complessiva; in ogni caso, da ricerche fatte in loco, per come si esporrà di seguito, un lotto di 500