

DOCUMENTAZIONE COMPROVANTE L'ATTIVITA' PREPARATORIA

1. CARATTERISTICHE DEL PARTENARIATO PUBBLICO/PRIVATO - GAL

1.1 Elementi identificativi del Soggetto Proponente	
DENOMINAZIONE	GAL CILENTO REGENERATIO
FORMA GIURIDICA	S.R.L.
DATA COSTITUZIONE	10.06.2010
SEDE LEGALE	MAGLIANO VETERE (SA), C.SO UMBEROTO I SNC – CAP 84050 FRAZIONE: CAPIZZO
SEDE OPERATIVA	
CODICE FISCALE	04823610656
P.IVA	04823610656
ISCRIZIONE CCIAA	04823610656
TELEFONO	0974 / 992332
FAX	0974 / 992144
SITO INTERNET	WWW.CILENTOREGENERATIO.COM
EMAIL/PEC	CILENTOREGENERATIO@PEC.IT
RAPPRESENTANTE LEGALE	GABRIELE DE MARCO

Istituto di Credito	Conto Corrente	IBAN
Banca di Credito Cooperativo di Aquara	n. 003010032769 del	n. IT93N0834276380003010032769

1.2 Informazioni generali

Zona geografica interessata

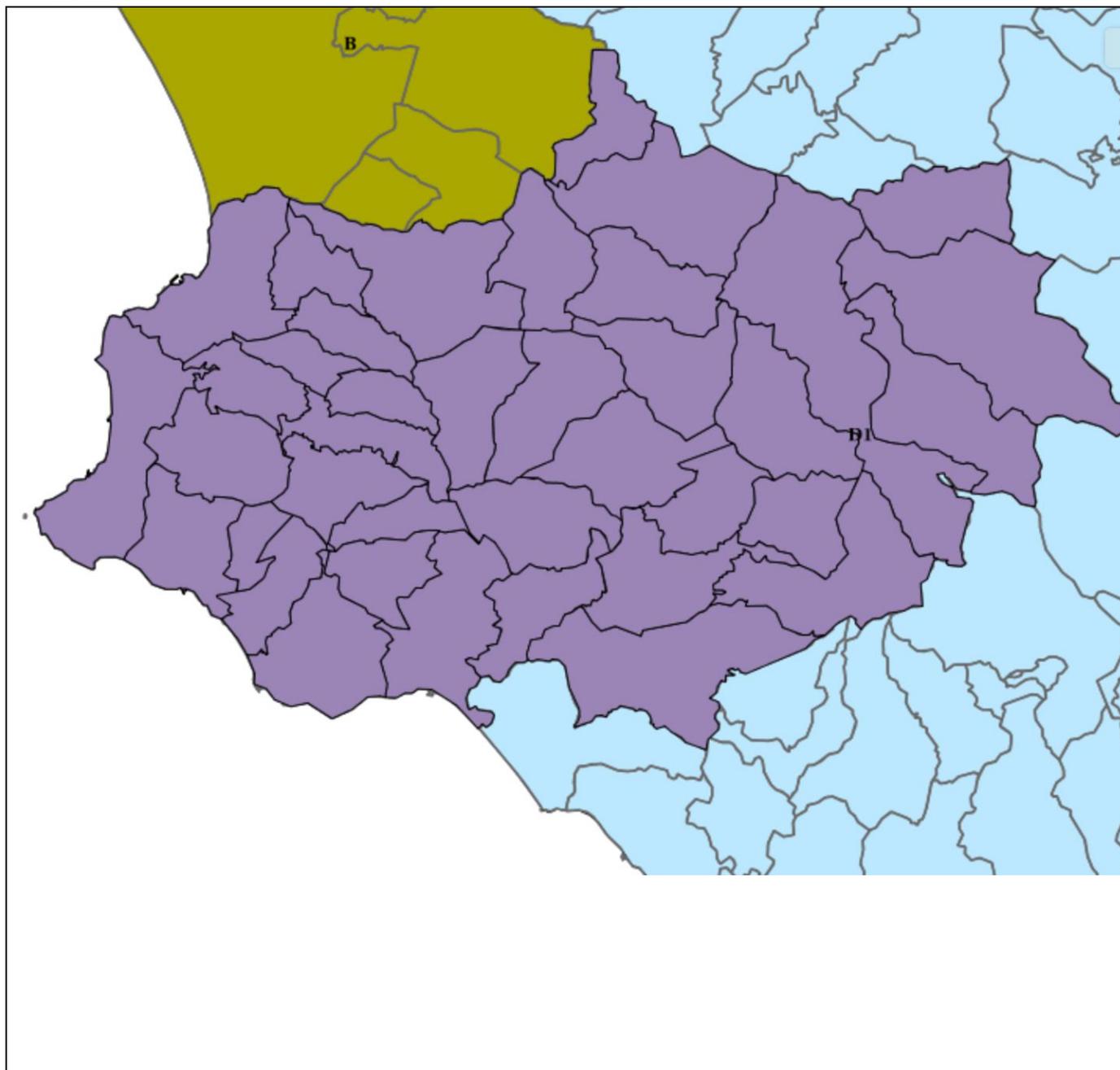
CARTOGRAFIA (MAX 1:50.000)



Fondo europeo agricolo
per lo sviluppo rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali



Assessorato Agricoltura



1.2 Individuazione geografica ed amministrativa del territorio

Comune	Macroarea (C, D)	Superficie (Km2)	Popolazione (n. abitanti)	Densità (ab./ Km2)	Tasso di spopolamento	Indice di invecchiamento	Altri dati significativi (a discrezione del proponente)
Agropoli	C	32,47	21173	646,2	-0,93%	181	
Albanella	C	40,23	6273	155,9	-0,60%	162	
Altavilla Silentina	C	52,48	6962	132,7	-0,30%	167	
Campora	D	29,15	325	11,1	-4,91%	686	
Cannalonga	D	17,75	981	55,3	-0,97%	238	

Casal Velino	C	31,71	5343	168,5	-0,01%	172
Castel San Lorenzo	C	14,29	2246	157,1	-1,22%	205
Castellabate	C	37,43	8658	231,3	-0,79%	135
Castelnuovo Cilento	C	18,6	2802	155,2	2,00%	264
Ceraso	D	46,46	2268	48,8	-0,44%	248
Cicerale	D	41,37	1169	28,3	-0,31%	292
Felitto	C	41,53	1163	28	-1,58%	380
Gioi C.to	D	27,99	1127	40,3	-2,53%	369
Giungano	D	11,7	1300	111,1	-0,08%	143
Laureana	D	13,74	1225	89,1	1,00%	180
Laurino	D	70,45	1309	18,6	-2,68%	363
Lustra	D	15,24	994	65,2	-1,18%	213
Magliano Vetere	D	23,3	606	26	-2,51%	420
Moio della Civitella	D	17,19	1802	104,8	-0,89%	266
Montecorice	D	22,25	2553	114,7	-1,27%	243
Monteforte Cilento	D	22,17	539	24,3	-0,25%	247
Novi Velia	D	34,71	2312	66,6	0,47%	113
Ogliastro	C	13,24	2263	170,9	0,22%	193
Omignano	C	10,1	1632	161,6	0,10%	139
Orria	D	26,55	993	37,4	-1,59%	496
Perdifumo	D	23,81	1758	73,8	0,29%	252
Perito	D	24	829	34,5	-2,23%	316
Piaggine	D	62,77	1180	18,8	-2,47%	542
Pollica	D	28,17	2178	77,3	-1,81%	268
Prignano	D	12,4	1070	88,9	-0,31%	159
Roccadaspide	C	64,16	6971	108,7	-0,34%	196
Rutino	D	9,69	765	79	-1,52%	185
Sacco	D	23,66	443	18,7	-1,39%	497
Salento	D	23,79	1802	75,8	-2,14%	214
San Mauro	D	15,28	873	56,5	-0,19%	270
Serramezzana	D	7,23	290	40,01	-0,68%	383
Sessa Cilento	D	18,04	1200	66,5	-1,79%	238
Stella	D	14,52	685	47,2	0,20%	372
Stio Cilento	D	24,28	776	32	-1,54%	305
Torchiaro	C	8,46	1824	215,6	-0,04%	170
Trentinara	D	23,44	1572	67,1	-0,94%	201
Valle dell'Angelo	D	36,6	220	6	-1,18%	1011
Vallo della	C	25,32	8084	319,3	-0,94%	190



Fondo europeo agricolo
per lo sviluppo rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali



Lucania						
TOTALE		1.271,02	132.869	97,8	-0,99%	192

1.3 Classificazione aree rurali				
Comune	Codice Comune	MACROAREA C (Km ²)	Macroarea D (Km ²)	Totale C+D
Agropoli		32,47	...	32,47
Albanella		40,23	...	40,23
Altavilla Silentina		52,48	...	52,48
Casal Velino		31,71	...	31,71
Castel San Lorenzo		14,29	...	14,29
Castellabate		37,43	...	37,43
Castelnuovo Cilento		18,6	...	18,6
Felitto		41,53	...	41,53
Ogliastro		13,24	...	13,24
Omignano		10,1	...	10,1
Campora		...	29,15	29,15
Cannalonga		...	17,75	17,75
Ceraso		...	46,46	46,46
Cicerale		...	41,37	41,37
Gioi C.to		...	27,99	27,99
Giungano		...	11,7	11,7
Laureana		...	13,74	13,74
Laurino		...	70,45	70,45
Lustra		...	15,24	15,24
Magliano Vetere		...	23,3	23,3
Moio della Civitella		...	17,19	17,19
Montecorice		...	22,25	22,25
Monteforte Cilento		...	22,17	22,17
Novi Velia		...	34,71	34,71
Orria		...	26,55	26,55
Perdifumo		...	23,81	23,81
Perito		...	24	24
Piaggine		...	62,77	62,77
Pollica		...	28,17	28,17
Prignano		...	12,4	12,4
Rocccaspide		64,16	----	64,16
Rutino		...	9,69	9,69
Sacco		...	23,66	23,66
Salento		...	23,79	23,79
San Mauro		...	15,28	15,28
Serramezzana		...	7,23	7,23
Sessa Cilento		...	18,04	18,04
Stella		...	14,52	14,52
Stio Cilento		...	24,28	24,28
Torchiaro		8,46	---	8,46
Trentinara		...	23,44	23,44
Valle dell'Angelo		...	36,6	36,6
Vallo della Lucania		25,32	---	25,32
TOTALE		390,02	767,7	1.157,72

a) Elenco dei partner pubblici che aderiscono al PPP/GAL

Ente	Rappresentante	Sede	Telefono	E-mail	Pec
Comune di Castel San Lorenzo	Giuseppe Scorza	Via L. Salerno 84049 Castel San Lorenzo (SA)	0828-944066		comune.castelsanlorenzo@pec.it
Unione dei Comuni Alto Calore	Carmine Casella	Piazza Mercato 84055 Felitto (SA)	0828 945390		unionealtocalore@pec.it
Comune di Felitto	Carmine Casella	Piazza Mercato 84055 Felitto (SA)	0828-945028		protocollo@pec.comune.felitto.sa.it
Comunità Montana Calore Salernitano	Antonio Rizzo	Via Cesine, 3 84069 Roccadaspide (SA)	0828 941132		protocollo@pec.cmcalore.it
Comune di Laurino	Romano Gregorio	Piazza A. Magliani,10 84057 Laurino (SA)	0974.941014		comune.laurino@asmepec.it
Comune di Stio	Giancarlo Trotta	Via Trieste e Trento,50- 84075 Stio (SA)	0974-990034		protocollo@pec.comune.stio.sa.it
Comune di Magliano Vetere	Adriano Piano	Piazza Umberto I 84050 Magliano Vetere (SA)	0974-992032		protocollo@pec.comune.maglianovetere.sa.it
Comune di Monteforte Cilento	Bernardo Mottola	Piazza Roma Monteforte Cilento (SA)	0974-996006		protocollo@pec.comune.montefortecilento.sa.it
Comune di Valle dell'Angelo	Salvatore Angelo Iannuzzi	Piazza Mazzei, 7- 84070 Valle dell'Angelo (SA)	0974 942016		affarigenerali.valledellangelo@pec.it
Comune di Campora	Antonio Morrone	Piazza Umberto I,13- 84040 Campora (SA)	0974 944004		protocollo.campora@asmepec.it
Comune di Piaggine	Renato Pizzolante	Piazza Umberto I, 9- 84065 Piaggine (SA)	0974.942014		protocollo@pec.comune.piaggine.sa.it
Comune di Sacco	Franco La Tempa	Corso V. Emanuele 84070 Sacco (SA)	0974.276900		tributisacco@legalmail.it
Comune di Agropoli	Roberto Mutalipassi	Piazza della Repubblica, 3 Agropoli (SA)	0974/827411		protocollo@pec.comune.agropoli.sa.it
Comune di Laureana Cilento	Angelo Serra	Via del Mercato, 24, 84050 Laureana Cilento (SA)	0974 832022		protocollo@pec.comune.laureanacilento.sa.it
Comune di Lustra	Luigi Guerra	Via Municipio 84050 Lustra (SA)	0974.830074		protocollo@pec.comune.lustra.sa.it
Comune di Rutino	Giuseppe Rotolo	Via Paestum, 6 Rutino (SA)	0974830020		c:protocollo.rutino@asmepec.it
Comune di Torchiara	Massimo Farro	Via Roma , 1 Torchiara (SA)	0974 83 11 02		protocollo@pec.comune.torchiara.sa.it
Comune di Castellabate	Marco Rizzo	Piazza S. Lucia 84048 Castellabate (SA)	0974 96 23 11		comune.castellabate@pec.it
Comune di Casalvelino	Silvia Pisapia	P.zza XXIII Luglio, 6 Casal Velino (SA)	0974 90 88 11		protocollo@pec.comune.casalvelino.sa.it
Comune di Prignano Cilento	Michele Chirico	P.zza del Municipio, 1 Prignano Cilento (SA)	0974 83 10 39	info@comune.prignanocilento.sa.it	protocollo@pec.comune.prignanocilento.sa.it
Comune di Perito	Pietro Apolito	Via Garibaldi, 36	0974 99 80 03		sociali.perito@asmepec.it



		Perito (SA)			
Comune di Castelnuovo Cilento	Eros Lamaida	Via San Leonardo Castelnuovo Cilento (SA)	0974.62128		protocollo@pec.comune.castelnuovocilento.sa.it
Comune di Gioi	Maria Teresa Scarpa	Piazza Vittorio Emanuele 1 Gioi Cilento (SA)	0974 99 10 26		protocollo@pec.comune.gioi.sa.it
Comune di Sessa Cilento	Gerardo Botti	Via Roma 84074 Sessa Cilento (SA)	0974836055		protsess@pec.it
Comune di Perdifumo	Vincenzo Paolillo	Piazza Municipio 84060 Perdifumo (SA)	0974 84 50 24		protocollo.perdifumo@asmepec.it
Comune di Montecorice	Flavio Meola	Via Duca degli Abruzzi 84060 Montecorice (SA)	0974 96 40 73		segreteria.montecorice@asmepec.it
Comune di Ogliastro Cilento	Michele Apolito	Via Mazzini 84061 Ogliastro Cilento (SA)	0974.833004		protocollo.ogliastrocilento@asmepec.it
Comune di Cicerale	Giorgio Ruggiero	Via Roma, 100, 84053 Cicerale (SA)	0974 834021		protocollo.cicerale@asmepec.it
Comune di Serramezzana	Augusto Materazzi	Via Roma, 3 Serramezzana (SA)	0974 845040		protocollo.serramezzana@asmepec.it
Comune di San Mauro Cilento	Giuseppe Cilento	Via Serra, 18 – 84070 San Mauro Cilento (SA)	0974 903161		protocollo.sanmaurocilento@asmepec.it
Comune di Omignano	Raffaele Mondelli	Via Europa, 16, 84060 Omignano (SA)	0974 836020		comune.omignano@pec.it
Comune di Vallo della Lucania	Antonio Sansone	Piazza V. Emanuele, 44 Vallo della Lucania (SA)	0974 71 41 11		prot.vallodelalucania@legalmail.it
Comune di Salento	Gabriele De Marco	Piazza Europa, 2 84040 Salento (SA)	0974 62 018		protocollo.salento@asmepec.it
Comune di Cannalonga	Carmine Laurito	Piazza Del Popolo, 1 84040 Cannalonga (SA)	0974 4375		COMUNE.CANNALONGA@ASMEPEC.IT
Comune di Ceraso	Aniello Crocamo	Piazza Municipio 84052 Ceraso (SA)	0974 61078		segreteria.ceraso@asmepec.it
Comune di Moio della Civitella	Enrico Gnarra	Piazza Municipio, 43 84060 Moio della Civitella (SA)	097466118		protocollo.moio@asmepec.it
Comune di Orria	Agostino Astore	Piazza Municipio, 1 Orria (SA)	0974 99 30 06		orriaanagrafe@legalmail.it
Comune di Pollica	Stefano Pisani	Via D. Alighieri, 8, 84068 – Pollica (SA)	0974/ 901004		protocollo@pec.comune.pollica.sa.it
Comune di Novi Velia	Adriano De Vita	Piazza 19 Agosto 77 Novi Velia (Sa)	0974 65031		protocollo.comunenoviavelia@asmepec.it
Comune di Stella Cilento	Francesco Massanova	Via Roma, 10 Stella Cilento (SA)	0974 90 90 78		sindaco.stellacilento@asmepec.it
Comunità Montana Alento Monte Stella	Angelo Serra	Via Roma, Palazzo Cagnano 84050 Laureana Cilento (SA)	0974.850511		posta@pec.alento-montestella.sa.it
Comune di Albanella	Renato Iosca	Piazza Cavalieri di Vittorio Veneto, 6 - 84044 Albanella (SA)	0828-781126		protocollo@pec.comune.albanella.sa.it
Comune di Altavilla Silentina	Francesco Cembalo	P.zza Umberto I°, 53 84045 Altavilla Silentina (SA)	0828/98380		protocollo.altavillasilentina@asmepec.it
Comune di Giungano	Giuseppe Orlotti	Piazza Vittorio Veneto, 9 - 84050 Giungano (SA)	0828 880285		protocollo.comune.giungano@pec.it



Fondo europeo agricolo
per lo sviluppo rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali



Comune di Trentinara	Rosario Carione	Piazza dei Martiri e degli Eroi, 16 84070 Trentinara (SA)	0828 831032		protocollo@pec.comune.trentinara.sa.it
Comune di Roccadaspide	Gabriele Iuliano	Via Giuliani, 84069 Roccadaspide (SA)	0828-948211		protocollo@pec.comune.roccadaspide.sa.it

b) Elenco dei partner privati (parti economiche e sociali) che aderiscono al PPP/GAL

Denominazione	Rappresentante	Sede	Telefono	E-mail	Settore di attività
Caroccia Pasquale	Caroccia Pasquale	Via San Lucido N. 2, Stio (SA)	339 3375421	pasqualecaroccia@puntopec.it	Legale
Casula Gelsomino	Casula Gelsomino	Via Sa Mura 24 09010 UTA (CA)	338 1974072	maestrocasula@gelsominocasula.it	Pittura e scultura
D'alessandro Carmine	D'alessandro Carmine	Via Arco di Piazza N. 26 – Magliano Vetere (SA)	337 3777413	c.dalessandro@pec.commercialistisalerno.it	Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili
D'alessandro Greta	D'alessandro Greta	Via Fravita N. 14, 84080 Pellezzano (SA)	337 3777413	greta.dalessandro@pec.it	D.I. Agricoltura
D'alessandro Ilaria	D'alessandro Ilaria	Via Fravita N. 14, 84080 Pellezzano (SA)	337 3777413	dalessandroilaria@pec.it	D.I. Agricoltura
D'avenia Telemaco	D'avenia Telemaco	Contrada Palazzo Soccorso N. 8, 84050 Magliano Vetere (SA)	333 8066328	telemacodavenia@libero.it info@tdeventi.com	Comunicazione
Folle Giulia	Folle Giulia	Diana N. 12, 84047 Capaccio (SA)	0828 046051	paestum3@libero.it	sport
Farace Evelina	Farace Evelina	Contrada Sant' Andrea, SNC, 84048 Castellabate (SA)	328 6194480	evelinafarace@puntopec.it	Legale
Guariglia Livio	Guariglia Livio	via Santa Maria a Mare N. 9, 84048Castellabate (SA)	339 8841474	info@guarigliaagency.com	Pubblicità e Web
Marotta Nadia	Marotta Nadia	via Sacra Famiglia N. 16,84043 Agropoli (SA)	338 6509688	n.marotta@epap.conafpec.it	Agronomo
Infante Mauro	Infante Mauro	Largo Fiera N. 44 85075, Stio (SA)			D.I. Zootecnica
Arcaro Anna Pina	Arcaro Anna Pina	Viale delle Repubbliche marinare, 5 – 84010 Ravello (SA)	339 576289	annapina.arcaro@architettisalernopec.it	Ordine Architetti, Pianificatori, Paesaggisti e Conservatori di Salerno



Fondo europeo agricolo
per lo sviluppo rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali



Scairato Vincenzo	Scairato Vincenzo	Via Roma, n.9, 84049, Castel San Lorenzo (SA)	366 3519505	cosimoscairato@tiscali.it	D.I. Vitivinicolo
Trotta Angelo	Trotta Angelo	Via degli Artigiani N. 3, 84091, Battipaglia (SA)	335 433892	angelo.trotta@pec.sa.fnovi.it	D.I. Agricoltura
Trotta Virgilio	Trotta Virgilio	VIA LAMIE, 22, 84050, MAGLIANO VETERE (SA)	339 4556419	trottavirgilio@pec.it	D.I. Agricoltura
Vigorito Carlo	Vigorito Carlo	Via Diana N. 12 Corleto Monforte, 84029(SA)	339 4436311	c.vigorito@pec.commercialistisalerno.it	Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili
Garden Riviera Hotel Dei f.lli Pecora S.N.C	Malvina Pecora	Via Fontana Nuova, 84048 Santa Maria (SA)	0974 961281	gardenrivierahotel@pec.it	Turismo
Consulenti Associati di Filomena Mastrosimone	Filomena Mastrosimone	Via Roma N.106, 84055 Felitto (SA)	0828 945207	consulenti_associati@mailegale.it	Fiscale
Casa Vacanze il Tempone	Maria Rosaria Vecchio	Salita S. Giuseppe, SNC, Prignano Cilento (SA)	0974 831363	info@residenceiltempone.it	Turismo
100%Italia - International Trade S.R.L	Grazia Di Filippo	Via Lungomare Cristofaro Colombo, snc, 84129, SALERNO (SA)	089 759002	100x100italia@pec.it	Import- Export
La Cultura del Fare SRL	Francesco Redi	Via Trezzo n. 56, 30174 Venezia	041 0993333	laculturadelfare@legalmail.it	MARKETING

c) Elenco dei partner privati (organismi che rappresentano la società civile) che aderiscono alPPP/GAL

Denominazione	Rappresentante	Sede	Telefono	E-mail	Settore di attività
Associazione Cinema e Diritti	Maurizio Del Bufalo	Piazza F.Alario N.1 - 84121, Salerno	329 4393933	associazione@cinemaediritti.org	CULTURA
L'eco dell'anno	Gelsomino Casula	Via Pomerio, 20 84055 Felitto (SA)	338 1974072	maestrocasula@gelsomino.it	CULTURA
Ass. Campana Interregionale dell'Italia Meridionale		Via Mattine, n. 16, 84043 Agropoli			
Associazione Fai Turismo	Angelo Agresti	Via Prospero Bonadies snc 84074 Sessa Cilento (SA)	333 9640339	fabrizioagresti@yahoo.it	TURISMO
Contatto Cooperativa Sociale	Paola Feola	Largo Regina Margherita N.11, 84040, Campora (SA)	0974 270286	contattocoopsociale@legalmail.it	SOCIO CULTURALE
Associazione Leucosia	Giovanni Farace	Via S. Andrea snc, 84048, Castellabate (SA)	0974 968022	giovannifarace@libero.it	TURISTICO CULTURALE



Fondo europeo agricolo
per lo sviluppo rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali



Assessorato Agricoltura



Ass Culturale di Raffaele Tortora Onlus	Anna Palluotto Tortora	Corso Materazzi, 121, 84048 Castellabate (SA)	0974 960315	associazioneraffaeletortora@gmail.com	SOCIO CULTURALE
Pro Loco Saxum	Claudio Elia	Via Felitto piano, n. 5 – 84074 Sessa Cilento (SA)	339 6480438	prolocosaxum@tiscali.it	TURISTICO CULTURALE
Università Europea Per il Turismo	Salvatore Messina	Bulevardi Zogu, 1 Tirana (Albania)		profsalvatoremessina@hotmail.it	RICERCA E FORMAZIONE
Ars Cilento	Liliana Arcaro	VIA EUROPA N. 35, 84040 CAMPORA (Sa)	338 1706653	lilianaarcaro@libero.it	ARTIGIANATO
Pro Loco Campora	Angelo Rizzo	VIA EUROPA N. 35, 84040 CAMPORA (Sa)	0974 944004	prolococampora@gmail.com	TURISTICO CULTURALE
Caa Tutela e Lavoro		Via Caserta, n. 40, 84091 Battipaglia (SA)	347 7891925	agronomogrosso@libero.it	TUTELA DEL LAVORO
Uimec Uil Campania		Località Ortale, San Mauro Cilento (SA)	392 9468341	buonomo.v@unimecuil.it	AGRICOLTURA
Confagricoltura Salerno	Rosario Rago	- Viale Verdi, 1Y (Parco Arbostella) 84131 Salerno	089 331729 - 335 5854064	direzione.salerno@confagricoltura.it salerno@confagricoltura.it	AGRICOLTURA
Coldiretti Salerno		Via Piave, n.24 Agropoli (SA)	335 5854064	coldiretti.sa@legalmail.it	AGRICOLTURA
Confederazione Italiana Agricoltori di Salerno		Via fiera vecchia, 26 84122 Salerno (SA)	089 231814	salerno@cia.it	AGRICOLTURA
Copagri di Salerno	Angela Pisacane	Viale Eburum, 22, 84025 Eboli SA	089 259 7637 340 5630942	sa.205@caacopagri.it	AGRICOLTURA
Confcooperative Campania	Antonio Boera	Centro Direzionale Isola E/3, 80143 Napoli NA	081 5425467	campania@pec.confcooperative.it	AGRICOLTURA
Confesercenti Sportello di Agropoli		C.so Garibaldi, 76 84043 Agropoli (SA)	388 2547290	ema.prota@alice.it	ASSISTENZA
Centro Assistenza Fiscale Sials s.r.l		Via A. De Gasperi, n. 33, 84043, Agropoli (SA)	333 2314849		ASSISTENZA FISCALE
Fondazione Gianbattista Vico Onlus	Luigi Maria Pepe	P.zza giambattista Vico, castello De Vargas, Perdifumo (SA)	0974 845549	fondazionegbvico@pec.it	CULTURA
Banca di Credito Cooperativo di Aquara		Via Garibaldi, snc, 84020 Aquara (SA)	0828 962755	segreteria@pec.bccaquara.it	ECONOMIA
Associazione CilentoRegeneratio Onlus	Anna Pina Arcaro	Frazione Capizzo, via Positano – 84050, Magliano Vetere (SA)	0974 1902290	cilentoregeneratio@libero.it	turistico culturale
Fare AmbienteMovimento Ecologista Europeo	Vincenzo Pepe	Via Valadier 36 A - 00193 Roma	06.484409	presidenzafareambiente@pec.it	AMBIENTE

d) Elenco dei gruppi di interesse che formeranno/formano l'organo decisionale

Denominazione	Settore di attività
Soci Privati	Agricoltura, turismo, formazione, commercio, artigianato, società civile, sport, ambiente, cooperazione, tecnologie innovative, marketing, comunicazione
Soci Pubblici	Amministrazione e miglioramento dei beni comuni, ambiente, socioeconomico, sviluppo locale, cooperazione, contrasto allo spopolamento, innovazione,



Fondo europeo agricolo
per lo sviluppo rurale:
l'Europa investe nelle zone rurali



Peso percentuale previsto dei soggetti pubblici che formeranno/formano l'organo decisionale (%) 49%

Peso percentuale previsto dei gruppi d'interesse privati che formeranno/formano l'organo decisionale (%): 51

- gruppo di interesse Soci Privati _____ %) 51 _____
- gruppo di interesse Soci Pubblici _____ %) 49 _____
- gruppo di interesse _____ %) _____

e) Esperienza dei singoli componenti che formeranno/formano l'organo decisionale del PPP/GAL rispetto agli ambiti tematici scelti nella proposta di SSL allegata al bando

DESCRIZIONE
<p>I Poteri decisionali, come da statuto e codice civile, si dividono tra Assemblea dei Soci e Consiglio di Amministrazione al quale vengono affidati i compiti di gestione della società. Il CdA si compone di N° 7 componenti, con esperienza congrua rispetto al tema catalizzatore, con la presenza di almeno 3 componenti eletti tra giovani o donne. Dei sette componenti, quattro sono attribuiti alla compagine privata.</p> <p>Nella componente del livello decisionale attribuita ai soci privati, l'impegno assunto è quello di garantire una competenza professionale e/o imprenditoriale in assonanza con le attività che saranno gestite dal GAL. Sono scelti imprenditori o professionisti che avranno esperienza in materia di attività ricettiva o di trasformazione di produzione agricola, nonché competenza in materia tecnico-economica con esperienza amministrativa sulla disciplina concernente i finanziamenti dei GAL e delle Misure PSR.</p>

Assetto organizzativo ed amministrativo del richiedente il sostegno				
<p>L'assetto organizzativo e gestionale della struttura tecnica è organizzato di volta in volta rispetto al quadro dei fabbisogni relativo della SSL, nonché di una adeguata attribuzione delle funzioni e dei compiti alle risorse. Tale organizzazione, avviene in maniera funzionale alle effettive attività da implementare e realizzare.</p> <p>Nel settore amministrativo-contabile il GAL ha disposto di competenze specialistiche e di apporti tecnici mediante la creazione, in passato, di una Short List dalla quale poter attingere le professionalità necessarie pubblicando l'avviso denominato "AVVISO PUBBLICO PER LA FORMAZIONE DI UNA SHORT LIST DI PROFESSIONISTI ED ESPERTI A CUI ATTINGERE PER L'AFFIDAMENTO DI INCARICHI ESTERNI DI ASSISTENZA TECNICA ED ATTIVITÀ CONNESSE ALL' ATTUAZIONE DELLA SSL "I BORGHI DELLA DIETA MEDITERRANEA" PSR CAMPANIA 2014 – 2020 COFINANZIATA DAL FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE E DELLA SSL FLAG CILENTO MARE BLU A VALERE SULLE RISORSE DEL PO FEAMP 2014 – 2020"</p> <p>Nello specifico il GAL ha inteso acquisire la disponibilità delle seguenti aree:</p> <ul style="list-style-type: none"> • AREA A GESTIONALE, GIURIDICO/ ECONOMICA • AREA B TECNICO – SCIENTIFICA • AREA C RICERCA, SVILUPPO E INTERNAZIONALIZZAZIONE • AREA D MARKETING, COMUNICAZIONE E RISORSE UMANE <p>Per le predette aree il GAL si riserva di selezionare i seguenti profili professionali:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Esperto senior • Esperto middle • Esperto junior <p>Attualmente la pianta organica risulta così composta:</p>				
Nominativo	Incarico/funzioni	Tipologia contrattuale	Termini contrattuali	Esperienza
GABRIELE DE MARCO	PRESIDENTE			AVVOCATO CON ESPERIENZA DECENNALE COME SINDACO DEL COMUNE DI SALENTO
LUCA CERRETANI	COORDINATORE	2222 c.c.	12 MESI	ESPERIENZA DECENNALE COME COORDINATORE E RAF GAL

PASQUALE D'ALESSANDRO	RAF	CO.CO.CO	12 MESI	ESPERTO CONTABILE, ESPERIENZA DECENNALE COME RAF GAL
CARMEN MASIELLO	ISTRUTTORE AMMINISTRATIVO	2222 c.c.	12 MESI	STUDI LEGALI, MASTER II LIV DIRITTO AMMINISTRATIVO, ISTRUTTORE AMMINISTRETIVO GAL
MARIA GIORDANO	RESPONSABILE DI MISURA 6	2222 c.c.	12 MESI	ARCHITETTO CON ESPERIENZA DECENNALE ALL'INTERNO DI LEADER/CLLD COME TECNICO ISTRUTTORE E RESPONSABILE DI MISURA
FEDERICO POPOLIZIO	RESPONSABILE MISURA 7	2222 c.c.	12 MESI	ESPERIENZA VENTENNALE ALL'INTERNO DI LEADER/CLLD COME ANIMATORE, SUPPORTO ALL'AMINISTRAZIONE, RESPONSABILE DI MISURA
GIOVANNA RICCI	RESPONSABILE DI MISURA 4 E MIS. 16	2222 c.c.	12 MESI	ESPERIENZA 5 ANNI ALL'INTERNO DI LEADER/CLLD COME TECNICO ISTRUTTORE, RESPONSABILE DI MISURA E COORDINATORE AREE INTERNE
LAURA APONE	RESPONSABILE DI MISURA 19.3.1	2222 c.c.	12 MESI	STUDI LEGALI E AMMINISTRATIVI, ESPERIENZA TRIENNALE COME RESPONSABILE DI MISURA
NICOLA NICOLETTI	ADDETTO COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE	2222 c.c.	12 MESI	MASTER IN COMUNICAZIONE, ISCRITTO ALL'ORDINE DEI GIORNALISTI
ELENA FOCCILLO	SUPPORTO ALL'AMINISTRAZIONE	2222 c.c.	12 MESI	ESPERIENZA DECENNALE ALL'INTERNO DI LEADER/CLLD COME RAF FLAG E SUPPORTO ALL'AMMINISTRAZIONE
CARMELO INFANTE	RESPONSABILE ANIMAZIONE E MONITORAGGIO	2222 c.c.	12 MESI	ESPERIENZA 5 ANNI ALL'INTERNO DI LEADER/CLLD COME ANIMATORE, RESPONSABILE MONITORAGGIO E RAF FLAG

Analisi SWOT ¹			
Cod.	Punti forza (Descrizione)	Cod.	Punti di debolezza (Descrizione)
PF01	Il territorio possiede un patrimonio ambientale e paesaggistico di eccezionale valore inserito nella World Heritage List dell'UNESCO e nella rete delle riserve di Biosfera e notevole numero di aree Natura 2000 (SIC, ZPS) nonché di riserve naturali, di cui 1 marina	PD01	Difficoltà di generare innovazione agricola e diversificazione per via delle molteplici normative di tutela ambientale. Invecchiamento delle ceppaie e dei boschi cedui.
PF02	Alta biodiversità collegata alla diversità degli habitat e presenza di endemismi, relitti e specie della flora (es. Genista cilentina, Taxus baccata) e della fauna (lepre appenninica, lontra) in rarefazione.	PD02	Eccessiva frammentazione degli ambiti naturali e seminaturali (costa e valli fluviali interne) dovute principalmente alle opere edilizie, anche abusive, e alla presenza di insediamenti industriali.
PF03	Presenza di una rete idrografica ben sviluppata	PD03	Presenza di microdiscariche abusive, localizzate per la maggior parte lungo le aste fluviali
PF04	Riorganizzazione in atto per la realizzazione del ciclo integrato delle acque e individuazione di un unico soggetto gestore	PD04	Squilibri dell'assetto idrogeologico con elevato rischio per infrastrutture e popolazione residente.
PF05	Ruolo primario dell'agricoltura nel tessuto socioeconomico e culturale di tutto il territorio,	PD05	Piccola dimensione delle aziende agricole, frammentazione delle proprietà e delle filiere,

¹ Comporre e giustificare, sulla base dell'analisi di contesto e dei relativi parametri ed indicatori rilevati, la mappa dei punti di forza, di debolezza, delle minacce e delle opportunità che caratterizzano il territorio di riferimento, anche attraverso opportuni schemi riepilogativi. La SWOT è composta con riferimento anche alle risultanze dell'analisi operata dal PSR, all'approccio multisettoriale previsto per lo Sviluppo locale Leader, con un focus sulle caratteristiche specifiche dell'area e sulla sua peculiarità, piuttosto che con la sola enumerazione delle caratteristiche comuni, in quanto analisi SWOT generiche potrebbero essere applicate ovunque.

	sia nelle zone costiere che nel territorio interno.		produzione agricola destinata prevalentemente all'autoconsumo.
PF06	Territorio e clima idoneo alla coltivazione dei prodotti tipici locali.	PD06	Produzione agricola destinata prevalentemente all'autoconsumo
PF07	Forte presenza di agricoltura biologica e tradizionale poco impattante sull'ambiente	PD07	Scarso ricorso al marketing e bassa remunerazione degli agricoltori
PF08	Produzione e trasformazione di prodotti biologici in crescita	PD08	Scarsa formazione professionale operatori soprattutto dei giovani
PF09	Sistema colturale esteso e diffuso con prevalenza di coltivazioni di tipo estensivo e con buone potenzialità di presidio del territorio	PD09	Abbandono delle aree agricole e di colture tradizionali, in particolare nelle aree più marginali
PF10	Elevata qualità dei prodotti agroalimentari, alcuni dei quali con riconoscimento comunitario di tipicità e 110 prodotti segnalati e 5 presidi slow food	PD10	Alti costi per lo svolgimento delle varie fasi delle attività agricole
PF11	Elevata presenza di boschi con gestione finalizzata ad uso produttivo	PD11	Mancanza di piani di assestamento forestale
PF12	Paesaggio agrario ancora caratterizzato dal tipico sistema dei "piccoli campi" che consente l'ottimizzazione dell'uso delle acque, la minimizzazione dell'erosione del suolo, la conservazione di spazi naturali e nuclei di vegetazione naturale e seminaturale (cespuglieti, siepi, filari, margini di macchia e boschetti, pascoli).	PD12	Scarsa competitività delle aziende agro-silvopastorali dovute a: rarefazione del tessuto produttivo, carenza di associazioni di categoria, insufficienza di una rete di servizi di consulenza alle imprese, bassa qualificazione della manodopera, carenza di capacità imprenditoriali, assenza di legami tra mondo della formazione e della ricerca e mondo produttivo
PF13	Rete commerciale è ancora caratterizzata da casi di commercio di prossimità e si delinea come un vero e proprio sistema di "piccoli centri commerciali naturali"	PD13	Territorio servito scarsamente da trasporti e vie di comunicazione.
PF14	I settori commerciali di maggiore influenza riguardano comunque gli alimentari e i servizi per il turismo.	PD14	Scarsa conoscenza del territorio da parte del cliente target
PF15	Varietà di forme culturali presenti (archeologico, enogastronomico, artistico, etc.) di rilevanza mondiale (riconoscimento UNESCO, 1998)	PD15	Risorse finanziarie insufficienti per la valorizzazione fisica dei luoghi archeologici
PF16	Diffusa presenza di forti tradizioni culturali locali	PD16	Poca conoscenza dell'offerta culturale e dei luoghi archeologici da parte dei clienti target
PF17	Beni culturali diffusi su tutto il territorio	PD17	Mancanza di adeguate opere di 38 territorio, in gran parte ancora da valorizzare (mulini, torri costiere, castelli, conventi bizantini, borghi abbandonati) tutela e manutenzione dei beni culturali.
PF18	Forte attaccamento emotivo della popolazione al territorio e anche da parte delle giovani generazioni con forte rafforzamento dei fattori di riconoscibilità e identità.	PD18	Abbandono dei centri minori delle aree interne verso comuni della fascia costiera o verso centri dove risulta più facile trovare occupazione
PF19	Elevato numero di imprese artigiane con produzioni tipiche	PD19	Ridotta dimensione delle aziende e solo di rado la produzione assume le caratteristiche di vera e propria attività d'impresa
PF20	Produzioni artistiche e tradizionali dell'area molto apprezzate dal mercato	PD20	Assenza di legami tra mondo produttivo e della formazione professionale continua
PF21	Fiscalità di vantaggio nelle aree interne e imprese verdi	PD21	Insufficienza di una rete di servizi alle imprese.
PF22	Diffuso sistema di istruzione primario e secondario di buon livello con concentrazione delle scuole di secondo grado in alcuni comuni più grandi.	PD22	Disagio sulla mobilità intercomunale per il raggiungimento delle sedi scolastiche (reti di infrastrutture)
PF23	Grande disponibilità di forza lavoro	PD23	Tassi di disoccupazione piuttosto elevati soprattutto fra i giovani e le donne con un buon

			tasso di scolarizzazione
PF24	Alta presenza di associazioni di volontariato e organizzazioni del terzo settore e sociali	PD24	Scarsa propensione allo sviluppo di modelli e strumenti di cooperazione sociale.
PF25	Presenza di strade a scorrimento lento inserite in contesti naturalistici interessanti con potenzialità turistico-ricreative	PD25	Carenza o assenza di trasporto pubblico su gomma per molti centri dell'interno e inadeguatezza del collegamento con servizi pubblici anche fra i centri maggiori
PF26	Consolidato richiamo turistico delle località costiere e forte potenzialità turistico-ricreativa delle aree interne per lo sviluppo di un'offerta diversificata	PD26	Scarsa capacità delle aree interne di attrarre turisti a causa di una difficile accessibilità ai luoghi e della mancanza di un'offerta ricettiva di livello adeguato
PF27	Ricco paniere di prodotti agroalimentari e artigianali con possibilità per lo sviluppo di itinerari enogastronomici	PD27	In alcuni casi si registrano bassi livelli di competenza professionale degli operatori turistici
PF28	Disponibilità da parte della popolazione locale ad avviare progetti di ospitalità diffusa	PD28	Scarse capacità di attivare efficaci iniziative di marketing territoriale
PF29	Esistenza di numerose tipologie di tessuto urbano, determinata dall'adattarsi dell'edificato alla morfologia del territorio (nuclei in cresta, a mezzacosta, adagiati sul crinale, ecc.).	PD29	Diffusi interventi di "sovrastruttura" su immobili storici con utilizzo di materiali non appropriati (diffuso uso di materiali plastici, infissi in alluminio, eternit, superfetazioni e volumi aggiunti in cemento armato) con conseguente diminuzione del valore del costruito e compromissione dei caratteri morfologici dei centri urbani.
Cod.	Opportunità (Descrizione)	Cod.	Minacce (Descrizione)
O01	Possibilità di incremento delle produzioni agricole di pregio caratteristiche solo del territorio cilentano	M01	Abbandono delle attività agricole dovuta al progressivo invecchiamento della popolazione
O02	Possibilità di incrementare i legami con la ristorazione, il turismo, l'artigianato tipico	M02	Circuiti distributivi di alcune filiere poco sviluppati e poco sensibili al territorio.
O03	Sviluppo del turismo legato al paesaggio agricolo, alle attività, cultura, tradizioni e prodotti tipici.	M03	Livello di qualificazione delle risorse umane impiegate non sempre adeguato.
O04	Possibilità di qualificazione delle produzioni attraverso marchi d'area o riferibili a risorse naturali e culturali presenti (Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano, Aree archeologiche, etc)	M04	Concorrenza di prodotti agricoli di altre aree italiane e anche di Paesi esteri (anche non tipici)
O05	Interesse crescente da parte del mercato sia nazionale che estero per le produzioni agroalimentari tipiche e di agricoltura biologica	M05	Poca competitività dei prodotti agricoli locali in relazione anche agli alti costi di produzione.
O06	Possibilità di creare numerosi posti di lavoro in ragione dello sviluppo di filiere produttive legate ai prodotti tipici locali.	M06	Difficoltà di coordinamento tra i vari operatori di alcune filiere.
O07	Sviluppo della domanda turistica nel settore naturalistico/escursionistico	M07	Forte pressione del flusso turistico sulle aree naturali sensibili ed in particolare nelle aree costiere
O08	Inserimento del Territorio nelle reti ecologiche nazionali ed europee che beneficiano di specifiche fonti di finanziamento (Progetto APE, Life Natura, etc.)	M08	Urbanizzazione incontrollata della pianura, espansioni incongrue col tessuto edilizio consolidato, abusivismo
O09	Organizzazione della rete di prossimità e promozione della filiera corta e dei "centri Commerciali Naturali"	M09	Perdita delle potenzialità commerciali nei centri storici
O10	Crescente interesse da parte del mercato italiano e da parte di quelli esteri delle produzioni agroalimentari tipiche e di	M10	Uso di prodotti esterni e di scarsa qualità nel circuito commerciale locale.



	agricoltura biologica.		
O11	Il commercio riscopre sempre di più il valore della filiera corta e delle produzioni tipiche di qualità.	M11	I settori di qualità non si integrano né condividono certificazioni di qualità
O12	Varietà di offerta ampia e possibilità di creazione di pacchetti turistici integrati.	M12	Sistema della pianificazione debole nei confronti dei beni culturali e della tutela del paesaggio.
O13	Beni culturali diffusi su tutto il territorio, in gran parte ancora da valorizzare (mulini, torri costiere, castelli, conventi bizantini, borghi abbandonati)	M13	Rischio di scomparsa di alcuni importanti siti archeologici.
O14	Disponibilità di risorse finanziarie nazionali per lo sviluppo del settore dei beni culturali.	M14	Difficoltà di collegamenti su tutto il territorio del Gal vista la carenza di infrastrutture
O15	Fenomeno di "migrazione di ritorno" favorito dalla migliore qualità della vita (tranquillità, stress ridotti, ecc.)	M15	Tendenza all'invecchiamento della popolazione
O16	Valorizzazione del patrimonio genetico territoriale.	M16	Abbandono di parti del territorio con conseguenti fenomeni di degrado e disfacimento delle componenti ambientale
O17	Crescita della domanda di prodotti con una forte connotazione territoriale	M17	Lo scarso ricambio generazionale potrebbe determinare la scomparsa di know-how
O18	Diffusione di marchi collettivi territoriali per il riconoscimento della tipicità e della provenienza dei prodotti tipici locali	M18	Riduzione degli investimenti sia sulle infrastrutture che sui servizi alle imprese
O19	Popolazione giovanile sensibile alle tematiche ambientali.	M19	Emigrazione dei giovani in zone che danno maggiori opportunità di lavoro.
O20	Potenzialità di sviluppo molto elevate in alcuni settori (comparto agricolo, turismo, industria manifatturiera) da cui potrebbero scaturire nuove opportunità occupazionali.	M20	Perdita di competitività nei confronti dei Paesi a basso costo del lavoro
O21	Presenza di scenari territoriali e nuovi bacini d'impiego (ambiente, cultura) con potenzialità da sfruttare.	M21	Aumento del lavoro non regolare
O22	Espansione, a livello nazionale e internazionale, di una domanda turistica legata all'ambiente naturale, rurale ed alle produzioni tipiche.	M22	Aumento dell'attrattività di altre aree, meglio attrezzate dal punto di vista infrastrutturale, in grado di esercitare una forte pressione competitiva nei confronti dell'area.
O23	Diffusione di forme di soggiorno non tradizionali (ospitalità diffusa, bed and breakfast, ecc) che basano la loro attrattività anche sulla presenza di luoghi interessanti sotto il profilo architettonico	M23	Sistema della pianificazione debole nei confronti della tutela degli immobili storici e dei caratteri costruttivi tipici.

Definizione dei fabbisogni ²

FB cod.	FB (Descrizione)	Elementi swot correlati (Riferimento a PF, PD, O, M)
FB01	Necessità di un rafforzamento della propensione all'associazionismo imprenditoriale, alla cooperazione e a fare rete	PF05; PF19; PF24. PD05; PD07; PD12; PD20; PD21; PD24; PD28. O02; O09. M06; M18.
FB02	Necessità di incrementare la diffusione dell'imprenditorialità e della cultura del rischio	PF13. PD06; PD08; PD12; PD19. M03.

² Sulla base dell'analisi di contesto e della mappa dei punti di forza, di debolezza, delle minacce e delle opportunità che caratterizzano l'Ambito territoriale designato, elencare la lista dei fabbisogni (FB) codificati, con l'ausilio del sopra indicato Quadro, accompagnandoli con una breve descrizione ed evidenziando la relazione con i PF, PD, O, M che li originano. L'individuazione esatta e concreta dei fabbisogni dovrà costituire la base per la definizione dei criteri di selezione.



	di impresa	
FB03	Necessità di mitigare i rischi di abbandono e spopolamento dei territori rurali, favorire il turnover nelle aziende agricole, rafforzare la remuneratività del settore agricolo	PF22; PF23. PD10; PD22; PD23. M01; M15; M16; M17; M19; M21; M22. O20; O15.
FB04	Necessità di rafforzare il carattere sistemico del tessuto imprenditoriale turistico e la sostenibilità del turismo rurale	PF01; PF14; PF21; PF27; PF28. PD13; PD25; PD26; PD27 O02; O03; O07; O12; O13; O14; O19; O22; O23;. M08; M09; M12; M13; M20.
FB05	Necessità di istituire e consolidare le filiere corte dei prodotti materiali e immateriali legati al concetto di Dieta Mediterranea	PF06; PF18. PD18. O01; O04; O05; O06; O11; O17; O18; O21. M02; M04; M05; M10; M11.
FB06	Necessità di valorizzazione di produzioni identitarie di nicchia e certificate di elevata qualità e basate sui valori della biodiversità ambientale e socioculturale	PF02; PF07; PF08; PF09; PF10; PF12. PD03. O10; O16
FB07	Necessità di valorizzare gli attrattori culturali e ambientali del territorio in un'ottica di sostenibilità ambientale ed economica	PF03; PF04; PF11; PF15; PF17; PF20; PF25; PF29; PD01; PD02; PD04; PD11; PD14; PD15; PD16; PD17; PD29; O08;. M14; M23.
FB08	Necessità di migliorare le prestazioni energetiche nelle pratiche agricole e in quelle diversificate	PF03; PF04; PF11; PF15; PF17; PF20; PF25; PF29; PD01; PD02; PD04; PD11; PD14; PD15; PD16; PD17; PD29; O08;. M14; M23.

2. ATTIVITA' DI SUPPORTO PREPARATORIO ³

2.1 Attività di animazione del territorio ⁴

Indicare il numero delle attività realizzate e descrivere puntualmente l'attività svolta

Nell'ambito dell'attività di animazione espletata in preparazione della nuova Programmazione Europea, relativamente alle risorse attribuite con il sostegno preparatorio alla nuova SSL 21-27, il Gal Cilento Regeneratio ha predisposto e organizzato un articolato piano di animazione territoriale dal titolo "La Voce delle Comunità Locali Verso Europa 21-27". Il titolo della campagna di ascolto e sensibilizzazione, precisa il significato delle azioni di promozione e concertazione che ha coinvolto i cittadini, le istituzioni, gli stake holders e le associazioni del territorio di competenza del GAL. Sono stati predisposti quindi n. 11 incontri sulle principali tematiche evidenziate nei documenti di indirizzo prodotti presso i tavoli di concertazione europei, nazionali e Regionali. Il piano di incontri è stato organizzato a livello territoriale con circa quattro incontri per ognuno dei quattro STS (Calore Salernitano, Gelbison, Alento Montestella, Magna Grecia), su cui ricade l'area amministrativa dei comuni facenti parte del Gal. Tale articolazione degli incontri è stata predisposta non solo in modo da intercettare il maggior numero possibili di partecipanti e di stake holders, ma anche in funzione del coinvolgimento territoriale delle comunità residenti, delle aziende e delle associazioni che partecipano quotidianamente alla vita del territorio. Si riporta di seguito elenco dettagliato degli incontri svolti:

- 1) Incontro **Vallo della Lucania** 15/11/2022 Tema "La politica agricola comunitaria"
- 2) Incontro **Campora** 17/11/2022 Tema "Un'Europa più intelligente"
- 3) Incontro **Perito** 21/11/2022 Tema "Uno sviluppo più vicino ai territori"
- 4) Incontro **Altavilla Silentina** 24/11/2022 Tema "Agricoltura e sviluppo rurale"
- 5) Incontro **Lustra** 26/11/2022 Tema "Cultura e sviluppo"
- 6) Incontro **Monteforte** 29/11/2022 Tema "Un'Europa più connessa"
- 7) Incontro **Ceraso** 30/11/2022 Tema "Un'Europa più sociale"
- 8) Incontro **Castellabate** 10/01/2023 Tema "Il PNRR, opportunità e prospettive"
- 9) Incontro **Piaggine** 07/02/2023 Tema "I borghi della dieta mediterranea"
- 10) Incontro **Stio** 13/02/2023 Tema "Un'Europa più verde"
- 11) Incontro **Agropoli** 12/05/2023 Tema "Linee guida e studi sul territorio"

Si precisa che la campagna di comunicazione ha coinvolto la maggior parte delle testate giornalistiche e delle emittenti televisive locali che

³ Le attività svolte dal partenariato devono essere descritte, documentate e concluse alla data di presentazione della domanda di partecipazione del presente bando attestata dalla sua data di protocollazione.

⁴ Attività di consultazione del territorio, degli attori locali della componente pubblica, componente privata - parti economiche e sociale e componente privata - società civile, svolta per il processo di elaborazione di una ipotesi di Strategia di Sviluppo Locale. Gli incontri devono essere supportati da un riscontro del numero dei partecipanti (foglio firma), documentazione fotografica e dal materiale divulgativo prodotto (manifesti, brochure, etc ...)



hanno seguito, nei diversi appuntamenti, la campagna di animazione. Inoltre, si fa presente che la struttura tecnica e amministrativa della società ha ampiamente partecipato a tutte le attività apportando un considerevole know-how ai lavori di preparazione. Detto questo, il lavoro di animazione è stato condotto attraverso il seguente schema:

1. Ricerca;
2. Promozione;
3. Ascolto e sensibilizzazione;
4. Diffusione dei risultati

1. Ricerca, relativamente all'attività di ricerca, questa si pone in maniera trasversale alle due successive includendo queste ultime delle azioni della prima. Le indagini sono state operate per mezzo di interviste, questionari, ricerche bibliografiche e su banche dati. Si è proceduto alla stesura delle schede di rilevamento e alla raccolta dati per tutti i Comuni dell'area GAL, riportando per ognuno di essi:

- Dati relativi ai fattori tradizionali;
- Popolazione;
- Leve di interesse storico, economico, culturale;
- Attività economiche presenti;
- Associazioni;
- Dati relativi all'agricoltura;
- Dati culturali;
- Viabilità;
- Connessioni.

Sono state intervistate inoltre, attraverso un apposita scheda di rilevazione che evidenzia non solo la carta d'identità dell'azienda ma anche le principali aspettative e necessità, almeno tre imprese mediane per ogni comune del gal per un totale di circa 150 aziende.

Al fine di agevolare la fase di promozione, per ogni incontro è stata effettuata una ricerca che ha coinvolto sia i canali istituzionali che le fonti web al fine di intercettare ed invitare il maggior numero di stakeholder possibili. Tale ricerca ha prodotto una mail list di oltre 400 contatti facenti parte dei diversi settori di attività a cui saranno indirizzate le politiche locali.

2. Promozione, in riferimento a tale attività, come detto, è stato programmato ed espletato un piano di promozione che ha incluso la diffusione delle notizie presso le principali aziende di informazione (testate giornalistiche e televisive), l'invio di inviti mirati agli stakeholder del territorio e alle amministrazioni pubbliche, l'affissione di manifesti e locandine su tutto il territorio di competenza del Gal. Relativamente al piano di promozione mirata degli incontri si fornisce un piano dettagliato, non esaustivo, degli stakeholder contattati:

- primo incontro, **“la Politica Agricola Comunitaria”**, attori del panorama agricolo cilentano, giovani e nuovi imprenditori agricoli, aziende agrituristiche e operatori dell'indotto.
- Secondo incontro, **“Un'Europa più intelligente”**, professionisti e imprenditori che si sono distinti sul territorio affermandosi nel loro settore, amministrazioni pubbliche, start up, operatori della digitalizzazione, cooperative;
- Terzo incontro, **“Uno sviluppo più vicino ai territori”**, residence, B&B, hotel, associazioni turistiche e culturali, tecnici comunali, amministrazioni pubbliche, imprenditori digitali, smart workers, proloco, associazioni e altri operatori legati principalmente settore dell'accoglienza e dell'accessibilità;
- Quarto incontro, **“Agricoltura e sviluppo rurale”**, country house, società agricole, agriturismi, società di R&I, professori universitari, professionisti legati al mondo dell'agricoltura e della ricerca ed innovazione agricola, aziende di smaltimento rifiuti.
- Quinto incontro, **“Cultura e sviluppo”**, associazioni del territorio nelle loro varie forme costituite, redazioni giornalistiche, associazioni di volontariato, scrittori, operatori culturali, musei, siti archeologici, operatori della digitalizzazione, professori universitari, operatori della formazione.
- Sesto incontro, **“Un'Europa più connessa”**, con tale tema si è intesa non solo la connessione web, ma anche la connessione viaria (tema sempre molto discusso per via delle carenze infrastrutturali in cui versa il territorio), per cui sono stati contattati imprenditori di servizi di rete, di informazione, di trasporti, di manutenzione, operatori della digitalizzazione, società di comunicazione ed informazione.
- Settimo incontro, **“Un'Europa più sociale”**, associazioni di volontariato, case di riposo, case di cura, cooperative e ONLUS.
- Ottavo incontro, **“Il PNRR, opportunità e prospettive”**, sono state invitate tutte le amministrazioni comunali del territorio e le istituzioni pubbliche provinciali e regionali ritenendo il grado di utilizzazione dei fondi un'importante tematica trasversale per l'implementazione delle strategie di sviluppo si è ritenuto di affrontare la tematica anche attraverso un focus sulle opportunità del PNRR.
- Nono incontro, **“I borghi della dieta mediterranea”**, ristoratori, chef, istituti alberghieri, nutrizionisti, fisiologi, associazioni sportive, aziende agricole, amministrazioni locali.
- Decimo incontro, **“Un'Europa più verde”**, associazioni ambientaliste, aziende che mettono in atto procedure di produzione green, società di energia alternativa e risparmio energetico, operatori pubblici e privati che partecipano ad una comunità energetica.
- Undicesimo incontro, **“Linee guida e studi sul territorio”**, tale incontro si configura come un primo tavolo di analisi e restituzione degli studi effettuati ed ha coinvolto alla presenza dell'assessore all'agricoltura, caccia e pesca della Regione Campania ha coinvolto in ampia misura le amministrazioni locali e la società civile.

3. Ascolto e sensibilizzazione

La fase di ascolto e sensibilizzazione coincide con l'incontro stesso durante il quale dopo una prima illustrazione della tematica trattata che ha permesso l'inquadramento del dibattito su asset di concreta applicazione, sono stati ascoltati gli intervenuti che hanno esposto numerosi punti di forza e di debolezza evidenziati anche nell'analisi swot di questo elaborato. Durante gli incontri è stato, inoltre, somministrato un questionario anch'esso utilizzato ai fini dell'elaborazione della strategia.

4. Diffusione dei risultati, relativamente a tale attività si prevede oltre ad una fase di concertazione ulteriore con le amministrazioni locali attraverso l'invio e la richiesta di eventuali ulteriori suggerimenti alla strategia 21-27, sono già stati

programmati tre incontri presso le tre comunità montane che operano sugli STS ricadenti nel territorio del Gal Cilento Regeneratio. I tre incontri ulteriori saranno erogati secondo le linee guida già dettagliate per i precedenti incontri.

2.2 Studi sull'area Leader di riferimento ⁵

Indicare il numero delle attività realizzate e descrivere puntualmente l'attività svolta

1) Somministrazione di questionari di rilevamento dati e tendenza per i partner pubblici e formazione alla compilazione a opera del personale interno.

N° Questionari consegnati: 43

N° Questionari ricevuti in feedback: 43

2) Somministrazione questionari di rilevamento dati e tendenza per aziende private nei settori: Agricoltura; Turismo; Commercio; Servizi; Altro.

N° Questionari consegnati: 129

N° Questionari ricevuti in feedback: 129

3) Analisi Desk per il rilevamento dei dati inerenti alla pratica agricola. Confronto dati in team work ed elaborazione degli stessi.

N° incontri team work 30

3) Analisi dei dati rilevati dai questionari, proiezioni statistiche e agglomerato statistico per la definizione di una SWOT analisi e l'individuazione dei fabbisogni

N° Incontri team work:30

4) Studio di fattibilità realizzato attraverso la definizione di una Bench-Strategies, dai dati al rilevamento delle criticità, alla realizzabilità di azioni a sostegno misurate sulla scorta di quanto previsto dagli Articoli della PAC 2021.

5) Realizzazione di uno studio per il rilievo di Linee Guida per la stesura della nuova SSL del GAL Cilento Regeneratio sulla scorta dei fattori Economici Ambientali e Socio-Culturali.

Assegnata a un Ente terzo attraverso Avviso Pubblico.

6) Incontri territoriali per l'emersione delle criticità e dei punti di forza. Incontri di sensibilizzazione della cittadinanza.

N°. Incontri: 11

2.3 Attività di restituzione degli esiti degli studi, analisi ed indagini ⁶

Indicare il numero delle attività realizzate e descrivere puntualmente l'attività svolta

Il GAL, attraverso l'allestimento di un team work interno, ha organizzato una campagna di restituzione dei risultati. Il gruppo di lavoro, al fine di ottimizzare l'efficacia della campagna, ha seguito la seguente organizzazione:

Per condurre una campagna efficiente di restituzione dei risultati, segui questi passaggi:

⁵ Studi, analisi ed indagini originali finalizzati ad una ipotesi di strategia dell'ambito territoriale di riferimento riguardanti i seguenti aspetti: Economici, Ambientali, Socio culturali realizzati sia con approccio bibliografico che con indagini sul campo.

⁶ Restituzione degli esiti degli studi, analisi ed indagini effettuate attraverso l'attività di divulgazione/informazione da rivolgere agli attori locali e da svolgere in tutti i comuni del territorio oggetto della proposta di strategia (Il riscontro sarà effettuato verificando: convocazioni, foglio firma e foto degli incontri).

1. Definizione degli obiettivi: Prima di avviare la campagna, sono stati stabiliti chiaramente gli obiettivi da raggiungere, partendo dall'aumentare la consapevolezza del prodotto/servizio e generando lead qualificati per incrementare le partecipazioni.
2. E' stato identificato il pubblico di destinazione verso cui indirizzare la campagna di restituzione dei risultati. Ciò al fine di creare messaggi e contenuti mirati che risuonino con le parti interessate e massimizzare l'impatto.
3. Si è creato un piano di comunicazione dettagliato per la campagna di restituzione dei risultati, includendo le tattiche e le strategie da utilizzare per raggiungere i gli obiettivi attraverso attività online, email marketing, social media marketing, marketing influencer, pubbliche relazioni, incontri.
4. I contenuti sono stati organizzati in maniera coinvolgente, ovvero sviluppati seguendo il criterio della rilevanza in base al pubblico di destinazione. Si è tenuto conto dei parametri della chiarezza espressiva, della sintesi e dell'emozionalmente coinvolgenti. Utilizza immagini, video, testimonianze o dati statistici per rendere i tuoi contenuti più interessanti e convincenti.
5. E' stata approntata una strategia multi-canale per raggiungere il massimo numero di persone possibile, combinando diverse tattiche di marketing, come la pubblicità online, l'email marketing, i social media, i contenuti sponsorizzati, gli eventi o le partnership con influencer. Questo per ampliare la portata della campagna e per raggiungere diverse tipologie di pubblico.
6. Sono stati stabiliti criteri di monitoraggio e di valutazione i risultati per misurare costantemente l'efficacia della campagna di restituzione dei risultati. Ciò attraverso il monitoraggio delle metriche chiave come le conversioni, i tassi di risposta, il traffico del sito web e le riflessioni emerse dalla campagna.
9. Sono stati posti indicatori alla customer experience per valutare il livello d'interesse e di partecipazione.

Dal momento che la restituzione dei dati di analisi territoriale implica, altresì, la presentazione e la comunicazione dei risultati ottenuti dall'analisi territoriale in modo chiaro e comprensibile. Ecco alcuni punti chiave stabiliti dal team work per una restituzione efficace dei dati di analisi territoriale:

1. Preparazione dei dati: Verifica della disponibilità di tutti i dati analizzati e organizzali in modo strutturato. Verifica della completezza e della congruità dei dati e idoneità alla presentazione.
2. Identificazione degli obiettivi della restituzione dei dati: Definizione degli obiettivi della restituzione dei dati di analisi territoriale.
3. Identificazione del pubblico di destinazione: Determinazione dei destinatari delle informazioni e adattamento della presentazione dei dati alle loro esigenze e al loro livello di competenza.
4. Scelta del formato di restituzione dei dati: Presentazione visiva come, grafici, mappe e infografiche, report scritti, dashboard interattive e incontri di presentazione.
5. Semplificazione del display dei dati: Filtraggio dei termini tecnici e complessi e adozione di un linguaggio chiaro e accessibile. Utilizzo di grafici, mappe e tabelle di sintesi e rappresentazioni

visive per illustrare i risultati in modo più comprensibile ed efficace.

6. Evidenziamento dei punti chiave: Focalizzazione dei risultati più significativi e rilevanti dell'analisi territoriale. Messa in evidenza delle principali tendenze, pattern e relazioni spaziali emerse dai dati.
7. Costruzione di un contesto interpretativo: Accompagnamento dei dati con un contesto appropriato per una chiara interpretazione. Spiegazione del significato dei risultati, delle implicazioni per la pianificazione, le decisioni e le raccomandazioni eventuali. Supporto per il pubblico destinatario alla comprensione dell'importanza dei dati presentati e di come possono essere applicati nella pratica.
8. Preparazione di risposte a domande topiche e aggiunta di ulteriori informazioni: Per far sì che durante la presentazione dei dati si possano fornire velocemente risposte chiare ed esaustive alle domande fornendo anche ulteriori dettagli o spiegazioni, se richieste.
9. Sintesi dei risultati in conclusioni chiare: riepilogo dei principali risultati emersi dall'analisi territoriale.
10. Raccomandazioni e suggerimenti pratici per il pubblico di destinazione basate sui dati e indirizzate alle azioni concrete che possono essere intraprese per affrontare le problematiche evidenziate.
11. Cura del display, per far sì che la presentazione dei dati sia visivamente attraente e ben strutturata.
12. Adattamento della complessità al pubblico: Analisi del livello di competenza tecnica del pubblico di destinazione e adattamento delle complessità della restituzione dei dati di conseguenza.
13. Utilizzo di esempi concreti e di casi di studio per rendere i dati di analisi territoriale più tangibili e comprensibili.
14. Raccolta di feedback tramite sondaggi, sessioni di domande e risposte o feedback formali.
15. Condivisione dei dati della presentazione: Fornitura al pubblico di una copia dei dati, della presentazione e di altri materiali rilevanti.

La campagna ha anche visto l'organizzazione di 4 eventi specifici di confronto con stakeholder pubblici e privati e con la cittadinanza:

24/05/2023, presso Comunità Montana Gelbison e Cervati, Vallo della Lucania;

25/05/2023, presso Comunità Montana Calore Salernitano, Roccadaspide;

26/05/2023, presso Comunità Montana Alento e Monte Stella, Laureana Cilento;

27/05/2023, presso NEXT (Ex Tabacchificio), Capaccio Paestum

2.4 Studi di fattibilità relativi ai progetti inseriti nell'ipotesi di strategia ⁷

Indicare il numero delle attività realizzate e descrivere puntualmente l'attività svolta

Al fine di valutare la reale possibilità di realizzazione delle azioni che, in ordine a quanto previsto dalla PAC 2021, possono essere adottate in risposta ai fabbisogni, il GAL ha organizzato, servendosi di risorse interne, un team work cui è stato affidato il compito di svolgere un'analisi di fattibilità.

Il team si è riunito più volte, sia in fisico che on line e ha realizzato un'approfondita analisi da cui si desumono i seguenti aspetti.

Piano di fattibilità (Sintesi):

Obiettivi:

- Favorire la formazione di nuove generazioni di agricoltori, incentivando la formazione professionale e lo scambio di conoscenze tra produttori.
- Promuovere la diversificazione produttiva, rafforzando i filoni produttivi più promettenti (come l'olio, la mozzarella di bufala e il vino), ma guardando anche a nuove opportunità, come le coltivazioni biologiche e la produzione di energia rinnovabile.
- Valorizzare il legame tra produttori e territorio, creando marchi di qualità e circuiti di distribuzione corti, anche attraverso la creazione di mercati contadini e la promozione del turismo enogastronomico.
- Investire in tecnologie sostenibili per la gestione dell'acqua e la fertilità del suolo, anche attraverso incentivi pubblici e privati.

Ci sono diversi motivi per cui è possibile rilanciare l'economia rurale nel Cilento, tra cui:

1. Riscoperta del territorio e del patrimonio culturale: Il Cilento è una zona ricca di storia e di patrimonio culturale che può essere valorizzato attraverso l'organizzazione di eventi culturali e turistici.
2. Agricoltura: Il Cilento è una zona di produzione agricola, in cui si coltivano prodotti di alta qualità che possono essere commercializzati in tutto il mondo.
3. Territorio protetto: Il Parco Nazionale del Cilento, Vallo di Diano e Alburni tutela la natura e l'ambiente del territorio, creando opportunità per lo sviluppo di attività turistiche sostenibili.
4. Turismo: Il Cilento offre paesaggi naturali di grande bellezza e una vasta gamma di attività turistiche come escursioni a piedi, in bicicletta, a cavallo o in canoa. Inoltre, la regione è famosa per la sua cucina tradizionale e per le sue spiagge.
5. Innovazione: Le start-up e le imprese innovative possono trovare nel Cilento un territorio con grandi potenzialità, grazie alla presenza di numerosi parchi scientifici e all'attenzione verso la sostenibilità ambientale.
6. Formazione: La formazione è fondamentale per lo sviluppo dell'economia rurale e il Cilento dispone di diverse istituzioni che offrono opportunità di formazione e di specializzazione nei settori legati all'agricoltura, al turismo e all'innovazione.

Il Cilento esprime enormi potenzialità per sviluppare la sua economia rurale grazie al patrimonio culturale e naturale, alle produzioni agricole, al turismo, all'innovazione e alla formazione.

La dieta mediterranea, che è caratterizzata dall'abbondanza di frutta, verdura, cereali integrali, pesce e olio d'oliva, è stata storicamente associata all'economia rurale del Cilento e di altre regioni del Mediterraneo. Ci sono diversi vantaggi dell'adozione di questa dieta per l'economia rurale del Cilento.

In primo luogo, l'agricoltura biologica può essere incentivata grazie alla richiesta di prodotti locali e freschi. L'agroalimentare è il settore che ad oggi ha fatto conoscere il territorio cilentano a livello internazionale, divenendo punto di riferimento per etichetta e tipicità dei propri prodotti.

In secondo luogo, la dieta mediterranea promuove e valorizza la biodiversità del territorio e dei suoi prodotti. Questo può aiutare a proteggere lo sviluppo di piccole aziende e cooperative locali che producono alimenti tipici, come i pomodorini cilentani, le olive e l'olio del Cilento.

In terzo luogo, la dieta mediterranea incoraggia lo sviluppo del turismo enogastronomico, che può portare beneficio alle comunità rurali e alle loro economie locali. La presenza di agriturismi, ristoranti e fattorie didattiche con prodotti tipici del Cilento diventano un luogo di scoperta e di maturazione del gusto gastronomico, affiancando alla conoscenza dei luoghi anche quella della tradizione.

⁷ Studi di fattibilità correlati con tutti i progetti proposti nell'ipotesi di strategia.

Infine, la promozione della dieta mediterranea può anche incoraggiare lo sviluppo della pesca sostenibile e dell'allevamento animale a terra, incentivando il consumo di pesce di piccola taglia, una produzione stagionale e circuiti commerciali a km 0, anche attraverso l'apporto dell'aggregazione tra imprenditori.

L'adozione della dieta mediterranea come leva di sviluppo può aiutare a promuovere l'economia rurale del Cilento e di altre regioni del Mediterraneo, fornendo un incentivo per il consumo di prodotti locali, freschi e sostenibili e promuovendo lo sviluppo del turismo enogastronomico e l'agricoltura biologica. Il ritorno a stagionalità dei prodotti e alla produzione sostenibile determina un valore aggiunto per il sistema produttivo e di elaborazione dei prodotti, ma anche per il turismo e per la crescita culturale legata al gusto.

- Per rilanciare l'economia rurale del Cilento si può quindi valorizzare la filiera corta, ovvero la vendita diretta dei prodotti agricoli dai produttori ai consumatori, senza passare attraverso intermediari. Questo permetterebbe di ottenere prezzi migliori per i produttori e garantirebbe prodotti freschi e di qualità per i consumatori.

- Inoltre, sarebbe possibile creare un circuito turistico che valorizzi la produzione locale, attraverso la visita ai luoghi di produzione, già in larga parte predisposti, la degustazione dei prodotti e l'acquisto di souvenir legati alla tradizione cilentana.

- Sarebbe, altresì, importante promuovere la crescita delle PMI agroalimentari nella zona, offrendo loro supporto in termini di formazione e finanziamenti. In questo modo, si potrebbe stimolare l'innovazione e la creazione di posti di lavoro nel settore agroalimentare.

Infine, la filiera corta potrebbe essere uno strumento per incentivare la biodiversità e la salvaguardia delle specie autoctone del Cilento, prevenendo la diffusione di monoculture e migliorando la sostenibilità ambientale dell'agricoltura locale.

La valorizzazione della filiera corta potrebbe rappresentare un'opportunità concreta per rilanciare l'economia rurale del Cilento, promuovendo lo sviluppo del territorio e la tutela della sua ricchezza culturale e naturale.

Comparto Eno-Agroalimentare

L'obiettivo di questo studio è quello di analizzare la fattibilità dello sviluppo delle produzioni eno-agroalimentari di eccellenza nel Cilento, con particolare attenzione ai prodotti di alta qualità e tradizione.

Analisi del contesto

Il Cilento è un territorio molto vasto, caratterizzato dalla presenza di montagne, colline e dal mare. Questo permette di coltivare una grande varietà di prodotti, tra cui ortaggi e frutta, olive, uva e cereali.

Per quanto riguarda la produzione vitivinicola, il Cilento vanta una lunga tradizione che risale all'epoca degli antichi Greci. Oggi, in questa zona vengono prodotti vini di alta qualità, tra cui il Fiano di Avellino DOCG, il Greco di Tufo DOCG, il Aglianico del Vulture DOCG e il Castel del Monte DOC.

La produzione di olio d'oliva è un'altra eccellenza del Cilento, che vanta la presenza di vari tipi di olive, come la Rotondella, la Pisciotana, la Seella la Frantoio e la Carpellese.

Il Cilento è anche noto per la produzione di formaggi, tra cui il Caciocavallo Silano DOP, la Mozzarella nella Mortella e il Cacioricotta del Cilento, prodotto dal latte della capra nera del Cilento.

Fattibilità dello sviluppo delle produzioni eno-agroalimentari di eccellenza nel Cilento:

La fattibilità dello sviluppo delle produzioni eno-agroalimentari di eccellenza nel Cilento dipende da diversi fattori, tra cui la presenza di risorse naturali e la capacità dei produttori locali di valorizzarle.

Uno dei vantaggi del territorio cilentano è la presenza di suoli fertili e di un clima favorevole alla coltivazione di diverse specie vegetali. Inoltre, ci sono diverse squadre di giovani produttori locali che si sono impegnati a valorizzare i prodotti tipici del territorio, contribuendo alla loro diffusione a livello nazionale e internazionale.

Tuttavia, uno dei fattori limitanti dello sviluppo delle produzioni eno-agroalimentari di eccellenza nel Cilento è la mancanza di infrastrutture adeguate per la trasformazione e la commercializzazione dei prodotti. Inoltre, spesso i produttori locali lavorano in modo frammentato e isolato, senza avere un'organizzazione efficiente che possa garantire la qualità e la sostenibilità delle produzioni.

Per superare queste limitazioni, sarebbe necessario promuovere una maggiore collaborazione tra i produttori locali, ma anche incentivare la creazione di cooperative di trasformazione e di commercializzazione dei prodotti. In questo modo, si potrebbe garantire la tracciabilità dei prodotti, la qualità e la sostenibilità delle produzioni, aumentando al tempo stesso la visibilità dei prodotti a livello nazionale ed internazionale.

Conclusioni:

L'agricoltura è una componente fondamentale dell'economia del Cilento. Tuttavia, la maggior parte delle attività

agricole nella zona sono concentrate sulla produzione di olio d'oliva e di uva, con una limitata diversificazione. Ciò significa che l'area è vulnerabile alle fluttuazioni del mercato e alle potenziali crisi ambientali. Inoltre, l'agricoltura monocolturale limita la biodiversità e può influire negativamente sulla qualità del suolo e sulla salute delle piante.

Diversificazione in agricoltura

Obiettivi:

Lo scopo di questo studio di fattibilità è di valutare la possibilità di incrementare la diversificazione in agricoltura nel Cilento. In particolare, mira a esaminare i vantaggi e le sfide della diversificazione, identificare le possibili colture alternative e valutare la fattibilità economica delle nuove attività agricole.

Metodo:

Per raggiungere gli obiettivi dello studio, sono stati utilizzati diversi approcci metodologici. In primo luogo, l'analisi documentale, impiegata per raccogliere informazioni sulla situazione attuale dell'agricoltura nel Cilento e identificare le possibili colture alternative. In secondo luogo, si sono condotte interviste di stakeholder, tra cui agricoltori, rappresentanti delle associazioni agricole e organizzazioni locali. Da tali interviste sono emerse informazioni sulle opinioni degli stakeholder concernenti la fattibilità del progetto e l'identificazione delle principali sfide e opportunità da considerare. Infine, si è svolta una valutazione economica sulle colture alternative identificate per determinare la loro fattibilità finanziaria.

Risultati attesi:

Ci si aspetta che questo studio di fattibilità fornisca una visione chiara della situazione attuale dell'agricoltura nel Cilento e delle opportunità per la diversificazione. Inoltre, si prevede che l'analisi delle sfide e delle opportunità identificate durante le interviste di stakeholder fornirà informazioni preziose sulla fattibilità della diversificazione. Infine, ci si aspetta che la valutazione economica delle colture alternative identificate possa fornire un'indicazione della loro fattibilità finanziaria. Questi risultati forniranno le basi per lo sviluppo di un piano d'azione per la diversificazione in agricoltura nel Cilento.

Quindi, lo sviluppo delle produzioni eno-agroalimentari di eccellenza nel Cilento è fattibile, ma richiede una maggiore collaborazione tra i produttori locali e l'adozione di strategie di valorizzazione e promozione dei prodotti a livello internazionale. In questo senso, l'adozione di buone pratiche e di normative che consentano di garantire la qualità e la sostenibilità delle produzioni rappresenta un elemento chiave per la valorizzazione dei prodotti tipici del Cilento.

Ospitalità diffusa (diversificazione in attività non agricole)

Introduzione:

Il Cilento è una regione molto suggestiva per la sua natura incontaminata e la sua bellezza culturale, con una grande quantità di siti archeologici e storici da visitare. Inoltre, il Cilento offre un'ampia scelta di prodotti tipici e una cucina tradizionale di grande qualità. Come tale, il Cilento è particolarmente adatto a promuovere l'ospitalità diffusa e l'agriturismo, un'opportunità per i visitatori di trascorrere del tempo in questo suggestivo angolo del mondo. In questo studio di fattibilità, esploreremo come incrementare l'ospitalità diffusa e l'agriturismo nel Cilento, analizzandone le opportunità, le sfide e le pratiche migliori.

Opportunità:

Il Cilento ha molte opportunità per sviluppare l'ospitalità diffusa e l'agriturismo, tra cui la sua bellezza naturale e storica, la sua cucina e i suoi prodotti tipici, e la sua vicinanza alla costa. Ci sono già alcuni esempi di agriturismo di successo nella regione, che dimostrano che ci sono già persone che apprezzano i benefici di un soggiorno nella campagna cilentana. Inoltre, la crescente domanda di turismo sostenibile, con l'obiettivo di preservare la bellezza naturale e storica delle regioni, rende il Cilento ancora più attraente come destinazione per l'ospitalità diffusa e l'agriturismo.

Sfide:

Ci sono anche alcune sfide che devono essere affrontate per incrementare l'ospitalità diffusa e l'agriturismo nel Cilento. La principale sfida è probabilmente la promozione della regione al di fuori dell'Italia. Molti visitatori stranieri non conoscono ancora il Cilento e potrebbero tendere a scegliere altre mete turistiche più famose. Inoltre, la mancanza di infrastrutture, come le strade e i trasporti pubblici, potrebbe rendere difficile spostarsi all'interno della

regione. Infine, la gestione e la conservazione di molte delle risorse naturali e culturali del Cilento devono essere gestite con cura per garantire la loro sostenibilità a lungo termine.

Pratiche migliori:

Ci sono alcune ottime pratiche che possono essere implementate per aumentare l'ospitalità diffusa e l'agriturismo nel Cilento. Alcune di queste includono una campagna di marketing internazionale per promuovere la bellezza e le opportunità di soggiornare nella regione; la creazione di un sistema di trasporto pubblico efficiente; l'implementazione di standard ecologici e di sostenibilità per gli agriturismi esistenti e futuri; e lo sviluppo di percorsi turistici che consentano ai visitatori di vedere e godere di tutte le risorse naturali e culturali del Cilento.

Conclusioni:

L'incremento dell'ospitalità diffusa e dell'agriturismo nel Cilento rappresenta un'opportunità unica per questa bellissima regione del sud Italia. Ci sono molte sfide da affrontare, ma fortunatamente esistono anche delle ottime pratiche che possono aiutare a superarle. Promuovendo la bellezza naturale e storica della regione cilentana, insieme alla sua cucina e ai suoi prodotti tipici, e adottando standard ecologici e di sostenibilità, il Cilento può diventare una meta ancora più attraente e sostenibile per i visitatori provenienti da tutto il mondo.

Rafforzamento dell'economia rurale nel Cilento(Fattibilità)

Per rafforzare l'economia rurale nel Cilento, è possibile adottare diverse strategie. Queste includono:

1. Diversificazione delle attività agricole: oltre alla tradizionale produzione di olio e formaggi, è possibile sviluppare anche la produzione di altri prodotti agricoli come frutta e verdura, allevamento di animali da cortile, coltivazione di piante aromatiche e medicinali, produzione di prodotti biologici.
2. Valorizzazione dei prodotti del territorio: promuovere la conoscenza e la diffusione dei prodotti tipici del Cilento, anche attraverso eventi e manifestazioni turistiche.
3. Sviluppo del turismo rurale: promuovere il turismo rurale nel territorio, attraverso la valorizzazione del patrimonio culturale, naturalistico e gastronomico del Cilento.
4. Sperimentazione di nuove tecnologie: la sperimentazione di nuove tecnologie può migliorare la produzione agricola e ridurre i costi di produzione, ad esempio l'utilizzo di droni o l'agricoltura di precisione.
5. Formazione e coordinamento delle attività: favorire la formazione di reti di produttori e l'organizzazione di associazioni per coordinare le attività dei produttori e promuovere la commercializzazione dei prodotti.

In generale, è importante che le istituzioni locali, regionali e nazionali promuovano politiche di sostegno all'agricoltura e al turismo rurale, con particolare attenzione alla valorizzazione delle produzioni locali e alla conservazione del patrimonio culturale e ambientale del territorio.

Ratios Strategici

Una delle prime strategie potrebbe essere quella di incentivare l'utilizzo di tecniche agricole eco-compatibili, come l'agricoltura biologica o la permacultura, che permettono di ridurre l'impatto sull'ambiente e promuovere la biodiversità. Queste tecniche richiedono una maggiore attenzione alla gestione del suolo e delle risorse idriche, ma possono portare a una produzione più sana e di qualità.

Un'altra possibile strategia consiste nel promuovere la diversificazione delle colture, attraverso la sperimentazione di nuove specie vegetali adatte al clima del Cilento. Questo permetterebbe di ridurre la dipendenza da alcune monoculture e aumentare la resilienza del sistema produttivo in caso di cambiamenti climatici o altri fattori esterni.

Un ulteriore aspetto da considerare è l'uso delle tecnologie digitali, in particolare dei sistemi di precision farming, che consentono di monitorare in tempo reale la qualità del terreno, la gestione delle coltivazioni e l'uso dell'acqua. Questi strumenti innovativi possono aiutare gli agricoltori a ottimizzare le loro attività, ridurre gli sprechi e migliorare la produttività, con conseguente aumento della sostenibilità.

Infine, sarebbe utile promuovere la valorizzazione dei prodotti tipici del Cilento attraverso iniziative di marketing e promozione, sia a livello locale che internazionale. In questo modo si potrebbe incentivare il turismo e il consumo dei prodotti locali, contribuendo alla sostenibilità economica dell'area.

In sintesi, il Cilento ha tutte le caratteristiche per essere un'area modello per le pratiche agricole innovative e sostenibili, che beneficerebbero sia dell'ambiente che dell'economia locale.

Per valorizzare e tutelare attivamente l'ambiente nel Cilento incrementando l'innovazione e la sostenibilità nelle pratiche agricole, ci sono diverse azioni che possono essere adottate:

1. Introdurre pratiche agricole sostenibili: Ridurre l'impatto ambientale dell'agricoltura del Cilento può essere fatto introducendo pratiche agricole sostenibili come la rotazione delle colture, l'uso di concimi organici, la riduzione di pesticidi e l'adozione di tecniche di irrigazione a basso consumo.
2. Utilizzare le energie rinnovabili: Utilizzare le energie rinnovabili come il solare o l'eolico per alimentare le attività agricole nel Cilento può aiutare a ridurre l'impatto ambientale e la dipendenza dalle fonti di energia fossile.
3. Incentivare l'agricoltura biologica: Promuovere l'agricoltura biologica nel Cilento può stimolare la produzione di prodotti alimentari sani e sostenibili e garantire la protezione dell'ambiente.
4. Promuovere la gestione dei rifiuti: Promuovere la raccolta differenziata e il riciclaggio dei rifiuti nell'area del Cilento può ridurre l'impatto ambientale degli insediamenti agricoli e le attività commerciali.
5. Favorire il turismo sostenibile: Il turismo sostenibile può sostenere l'economia locale e mantenere l'ambiente intatto promuovendo la produzione locale e l'utilizzo delle attività ricreative che non danneggiano l'ambiente, come il trekking o il ciclismo.

Attraverso queste azioni, il Cilento può diventare un modello di agricoltura sostenibile e tutelare attivamente l'ambiente, mantenendo l'equilibrio tra la produzione e il preservare delle bellezze naturali della zona.

L'eco-economia rurale è una delle strategie più efficaci per lo sviluppo sostenibile dei territori rurali, che può contribuire a creare occupazione e a preservare l'ambiente. Nel Cilento, una zona caratterizzata dalla presenza di numerose aree naturali protette, può rappresentare una grande opportunità per migliorare l'economia locale attraverso la valorizzazione delle risorse naturali e culturali del territorio e la promozione di prodotti tipici.

La formazione può svolgere un ruolo chiave in questo processo di sviluppo sostenibile, fornendo competenze e conoscenze specifiche ai residenti del Cilento per far fronte alle esigenze di un'economia verde. Ci sono alcune aree dove la formazione è particolarmente importante:

1. Agricoltura sostenibile: I produttori locali devono essere formati per utilizzare tecniche sostenibili di coltivazione e di gestione della terra, che riducono l'impatto ambientale e migliorano la qualità dei prodotti. In particolare, la formazione sulla biodiversità, sulle tecniche di coltivazione biologica e sui sistemi agroforestal può essere molto utile.
2. Turismo rurale: Il Cilento ha molteplici attrazioni turistiche grazie alla presenza di siti archeologici, parchi naturali e orti botanici. La formazione può aiutare ad orientare gli operatori turistici locali su come promuovere il turismo responsabile, come valorizzare il patrimonio culturale e naturale, e come offrire esperienze autentiche ai visitatori.

Produzione e commercializzazione di prodotti locali: La formazione può aiutare i produttori locali a migliorare la qualità e la varietà dei prodotti tipici del Cilento, come l'olio d'oliva, il formaggio, la mozzarella e il vino, così come a sviluppare nuove attività di produzione sostenibile di piante aromatiche o artigianato locale. Inoltre, la formazione può offrire competenze di marketing ed e-commerce, per aiutare i piccoli imprenditori a promuovere ed esportare i loro prodotti.

In sintesi, la formazione può essere uno strumento potente per migliorare l'eco-economia rurale del Cilento, sostenendo la crescita economica locale, la valorizzazione delle risorse naturali e culturali e la preservazione dell'ambiente.

Brand territoriale

Per sostenere l'economia locale si potrebbe creare un programma di marketing basato sull'autenticità delle esperienze offerte.

Ad esempio, si potrebbe promuovere l'agricoltura biologica e il commercio equo e solidale nelle numerose aziende agricole della zona. In questo modo, si potrebbe attrarre una clientela che cerca cibo di qualità e sostenibile, ma anche far conoscere le tradizioni agricole locali e i prodotti del territorio, dando la possibilità alle aziende di valorizzarsi.

Inoltre, si potrebbero organizzare visite a siti archeologici, come le rovine di Paestum o i villaggi abbandonati di Roscigno Vecchia e San Giovanni a Piro. Questo potrebbe portare alla scoperta del patrimonio storico locale, ma anche a rafforzare la consapevolezza sull'importanza della loro conservazione.

Inoltre, si potrebbe istituire una rete di percorsi escursionistici a piedi e in bicicletta per visitare il parco nazionale del Cilento e Vallo di Diano, patrimonio dell'umanità dell'UNESCO. Questo potrebbe creare un'opportunità di turismo

attivo e sostenibile che, oltre a promuovere la bellezza naturale del territorio, potrebbe incoraggiare lo sviluppo di servizi turistici.

Infine, si potrebbe incentivare la creazione di cooperative e associazioni locali che promuovano l'artigianato e la lavorazione di prodotti della terra, olio d'oliva, formaggi e vini locali. Queste cooperative potrebbero fornire ai visitatori esperienze di manualità e di conoscenza delle antiche tradizioni artigiane.

In questo modo, l'autenticità delle esperienze offerte potrebbe affinare l'immagine del Cilento come meta turistica sostenibile, valorizzando le risorse del territorio e promuovendo lo sviluppo sostenibile dell'area.

Ratios territoriali consolidati

Il Cilento rurale è un habitat che si caratterizza per la presenza di antiche tradizioni e culture legate alla vita contadina e alla coltivazione della terra. Questo territorio si estende lungo la costa sud-occidentale della Campania, e comprende una serie di paesi, piccoli borghi e cascine immerse nella campagna.

L'habitus cilentano è costituito da una serie di elementi socio-culturali che si sono sviluppati in modo autonomo e originale, grazie anche alla posizione geografica della zona, lontana dalle principali vie di comunicazione.

La vita quotidiana del Cilento rurale è caratterizzata dal lavoro nei campi, dalla coltivazione di prodotti tipici, dall'allevamento del bestiame e dal rispetto della natura. La religione cattolica rappresenta un valore fondamentale della cultura cilentana, e la religiosità popolare è ancora molto radicata.

Il dialetto cilentano è un'altra caratteristica distintiva dell'habitus, insieme ad alcune prelibatezze culinarie, tra cui olio d'oliva, vino, formaggi, e salumi.

In generale, l'habitus cilentano si presenta come una cultura rurale, ma che conserva una forte identità e una grande ricchezza di tradizioni e costumi locali. La vita nel Cilento rurale è oggi ancora molto legata al territorio e alla comunità, ciò che rende questa zona un luogo unico e affascinante.

L'eredità dei monaci basiliani (ratios dell'unicità)

I monaci basiliani sono stati una delle più importanti istituzioni religiose della storia del Cilento, una regione rurale della Campania, in Italia. Fondata nel IV secolo d.C., questa comunità monastica ha giocato un ruolo fondamentale nella promozione della cultura, della conoscenza e della spiritualità nella regione.

Tra i principali contributi dei monaci basiliani alla cultura cilentana, vi è la diffusione della lingua greca, grazie alla loro conoscenza delle scritture, alla liturgia e alla vita comunitaria. Questa diffusione ha influenzato profondamente la religione e la cultura cilentana, come testimonia la presenza di antiche basiliche bizantine, di scritti in greco e della tradizione culturale e religiosa dei monaci.

Inoltre, i monaci basiliani hanno introdotto e diffuso le tecniche agricole avanzate e l'uso di erbe medicinali, trasformando il Cilento in una terra fertile e ricca di prodotti agricoli di alta qualità. Queste abilità agricole si sono consolidate nel corso dei secoli e ancora oggi il Cilento è una regione famosa per i suoi prodotti alimentari di alta qualità, come l'olio d'oliva, i formaggi, la carne e i prodotti ittici.

La presenza dei monaci basiliani ha anche influenzato l'architettura cilentana, contribuendo alla costruzione di chiese, monasteri e case coloniche, che ancora oggi sono una testimonianza della cultura e della storia di questa regione.

In sintesi, l'eredità dei monaci basiliani nella ruralità cilentana è stata molteplice e profonda: dalla diffusione della cultura greca e della spiritualità cristiana alla promozione dell'agricoltura e della medicina naturale, fino all'architettura e al paesaggio culturale odierno del Cilento.

Innovazione dolce (ratios della qualità)

L'agricoltura tradizionale nel Cilento si basa ancora su pratiche tradizionali e spesso risulta essere poco efficiente e poco redditizia. Questo studio di fattibilità ha l'obiettivo di valutare le opportunità per innovare e incrementare la pratica agricola nel Cilento, prendendo in considerazione i dati esistenti.

In primo luogo, è stato analizzato lo stato attuale dell'agricoltura nel Cilento. Si sono utilizzati dati sull'estensione delle coltivazioni, sulle specie coltivate, sulla produttività e sui consumi di acqua ed altri insumi. In questo modo è stato possibile identificare quali sono i punti critici della pratica agricola locale e le opportunità di miglioramento.

In secondo luogo, sono state analizzate le tecnologie e le tecniche utilizzate in altre aree in cui l'agricoltura è innovativa ed efficiente. Ad esempio, l'uso di tecniche di coltura precisione, l'adozione di sistemi di irrigazione innovativi, l'utilizzo di prodotti biologici e naturale, la digitalizzazione dei processi produttivi, l'impiego di strumenti di monitoraggio dei cicli produttivi, ecc.

Inoltre, si è ritenuto importante considerare le opportunità offerte dai programmi di finanziamento europei e nazionali che promuovono la sostenibilità e l'innovazione nell'agricoltura. In particolare, i finanziamenti per i processi di transizione verso l'agricoltura biologica, la diversificazione delle produzioni, il supporto alla creazione di cooperative e consorzi.

Infine sono stati coinvolti gli operatori locali, dalle associazioni di agricoltori alle organizzazioni sindacali, dalle cooperative ai privati, per definire in modo collaborative le strategie per la promozione di una pratica agricola del Cilento sostenibile e moderna.

In sintesi, per incrementare e innovare la pratica agricola nel Cilento, è necessario un approccio integrato che includa una analisi preliminare del settore agricolo, l'adozione di tecnologie e tecniche innovative, l'utilizzo di strumenti finanziari e la collaborazione tra gli operatori locali.

Dallo Smart Village (PAC 2021) al Cilento Città Rurale

L'opportunità di centrare i goals della PAC 2021, raffrontati allo studio di fattibilità del territorio, fa emergere la possibilità d'incrementare i risultati, portando il concetto a una dimensione di area vasta. Ciò invita a rilevare l'opportunità di alzare l'asticella e di puntare a un modello avanzato di conurbazione rurale, di cui, attraverso l'analisi di fattibilità, si rilevano rassicuranti premesse.

Per organizzare il Cilento come città rurale, modello di una conurbazione innovativa, è necessario adottare diverse strategie.

1. Sviluppare l'agricoltura biologica e sostenibile: il Cilento è una regione ricca di risorse naturali e biodiversità, il cui sfruttamento sostenibile, attraverso l'agricoltura biologica, può essere una fonte di reddito per la popolazione locale e un'attrazione turistica per visitatori interessati all'ambiente e al cibo sano.
2. Favorire la creazione di piccole imprese: il Cilento è una zona rurale con un basso tasso di sviluppo industriale. Per contrastare la fuga dei giovani verso le grandi città, è importante sostenere la creazione di piccole imprese incentrate sull'agricoltura, sul turismo e sulla produzione artigianale.
3. Sviluppare il turismo sostenibile: il Cilento è una regione di grande bellezza naturale e culturale. Per sfruttare questo potenziale senza danneggiare l'ambiente, è necessario sviluppare un turismo sostenibile basato sul rispetto dell'ambiente e della cultura locale.
4. Favorire la creazione di comunità autonome: il Cilento può diventare un modello di una città rurale innovativa attraverso la creazione di comunità autonome che sfruttano le risorse locali e si organizzano in modo sostenibile.
5. Investire in infrastrutture a basso impatto ambientale: la città del Cilento può essere organizzata in modo innovativo investendo in infrastrutture a basso impatto ambientale. Ad esempio, la mobilità sostenibile può essere favorita attraverso l'adozione di veicoli elettrici, percorsi ciclabili e la creazione di spazi pedonali.

Attraverso queste strategie sarà possibile organizzare il Cilento come una città rurale innovativa, modello di una conurbazione sostenibile e rispettosa dell'ambiente.

Per progettare un territorio rurale come se fosse una città, occorre prendere in considerazione diversi fattori fondamentali:

1. Analisi del territorio: è importante comprendere le caratteristiche del territorio in questione, come la geografia, il clima, la fauna, la flora, la presenza di eventuali risorse naturali e le attività economiche già presenti.
2. Identificazione delle aree urbane: individuare le zone in cui concentrare la popolazione, i servizi, gli esercizi commerciali e le attività produttive. Inoltre, è importante definire gli accessi alle zone urbane e identificare eventuali aree di espansione future.
3. Strumenti urbanistici: definire un piano di sviluppo urbanistico, che stabilisca la distribuzione degli spazi pubblici e privati, la localizzazione delle attività, la rete viaria, la mobilità sostenibile, l'approvvigionamento idrico e i sistemi di smaltimento dei rifiuti.
4. Servizi pubblici: prevedere la costruzione di scuole, asili, centri medici e di assistenza sociale, biblioteche e altri servizi pubblici, oltre a definire le modalità di gestione e finanziamento di questi servizi.
5. Sostenibilità: considerare l'impatto ambientale delle attività produttive e dei servizi, puntando sulla sostenibilità e sull'utilizzo di fonti di energia rinnovabile e su pratiche eco-friendly.
6. Partecipazione attiva dei cittadini: coinvolgere attivamente i cittadini nelle decisioni e nella gestione del territorio, attraverso l'organizzazione di gruppi di lavoro, consultazioni pubbliche e progetti partecipati.

In definitiva, progettare un territorio rurale come se fosse una città significa combinare la conservazione delle risorse naturali e delle tradizioni locali con lo sviluppo di servizi avanzati e di una economia moderna, in modo da garantire un futuro sostenibile e prospero per la comunità locale.

La cultura e la digitalizzazione possono giocare un ruolo fondamentale nell'organizzazione di un territorio rurale come una città in un nuovo modello di conurbazione. Queste leve possono contribuire a creare connessioni e sinergie tra le diverse comunità, favorendo la costruzione di un tessuto sociale e culturale più coeso e collaborativo.

La cultura, in particolare, può permettere di valorizzare le specificità e le tradizioni di ogni territorio, contribuendo a creare un senso di appartenenza e di identità comune tra gli abitanti. Attraverso la promozione di attività culturali e di spazi dedicati alla fruizione culturale, si possono favorire interazioni e scambi tra le diverse comunità, stimolando l'emergere di nuove idee e iniziative.

La digitalizzazione, invece, può essere un importante strumento per superare le barriere geografiche e favorire la connessione tra i territori. Grazie alla diffusione di tecnologie come la connessione internet ad alta velocità e l'Internet delle cose (IoT), è possibile creare una rete di informazioni condivise tra i vari territori, permettendo una maggiore comunicazione e coordinamento tra le diverse realtà.

In questo nuovo modello di conurbazione, quindi, cultura e digitalizzazione possono diventare le leve principali per favorire uno sviluppo sostenibile ed equilibrato del territorio, favorendo la creazione di un tessuto urbano e culturale dinamico e inclusivo.

Il Cilento Città Rurale

La creazione di una conurbazione immateriale, come uno Smart Village, nell'area rurale del Cilento richiede una serie di fattori che ne favoriscano lo sviluppo. Di seguito sono elencati alcuni dei principali fattori da considerare:

1. **Infrastrutture digitali:** È fondamentale avere una copertura internet ad alta velocità e una rete di telecomunicazioni affidabile nell'intera area rurale del Cilento. Questo consentirà la connessione e la comunicazione efficace tra le diverse comunità che costituiscono lo Smart Village
2. **Accesso a tecnologie avanzate:** Le comunità rurali del Cilento devono avere accesso a tecnologie avanzate come l'Internet delle cose (IoT) e il cloud computing. Queste tecnologie possono essere utilizzate per sviluppare servizi intelligenti, come l'agricoltura di precisione, la gestione efficiente dell'energia e dei rifiuti, e l'e-health
3. **Sviluppo delle competenze digitali:** È importante promuovere la formazione e lo sviluppo delle competenze digitali nella popolazione locale. Ciò può essere fatto attraverso programmi di formazione e corsi dedicati che insegnano l'uso delle nuove tecnologie e delle piattaforme digitali
4. **Collaborazione tra settori:** La creazione di una conurbazione immateriale richiede la collaborazione tra settori diversi, come il settore pubblico, il settore privato, le istituzioni accademiche e le organizzazioni locali. Queste partnership possono facilitare lo scambio di conoscenze, risorse e competenze, e promuovere l'innovazione e lo sviluppo sostenibile
5. **Sostenibilità ambientale:** Uno Smart Village nel Cilento dovrebbe essere basato su principi di sostenibilità ambientale. L'uso efficiente delle risorse naturali, l'energia rinnovabile e la riduzione dell'impatto ambientale dovrebbero essere considerati nel design e nella pianificazione del villaggio.
6. **Coinvolgimento della comunità:** È essenziale coinvolgere attivamente la comunità locale nel processo decisionale e nello sviluppo dello Smart Village. Il coinvolgimento dei residenti e degli stakeholder locali può garantire che le soluzioni proposte rispondano alle esigenze reali della comunità e favoriscano la partecipazione attiva
7. **Promozione del turismo e della cultura locale:** Il Cilento è un'area ricca di storia, patrimonio culturale e bellezze naturali. Uno Smart Village potrebbe promuovere il turismo sostenibile e valorizzare la cultura locale attraverso l'utilizzo delle tecnologie digitali. Ad esempio, potrebbero essere sviluppate app per visitatori, esperienze di realtà aumentata o piattaforme per la promozione dei prodotti locali.

Questi sono solo alcuni dei fattori da considerare per la realizzazione di una conurbazione immateriale nel Cilento che trovano conforto dai dati rilevati dall'analisi di fattibilità. È importante sottolineare che ogni contesto ha le sue peculiarità e necessità specifiche, quindi la pianificazione e l'implementazione di uno Smart Village dovrebbero essere adattate alle caratteristiche locali. Per questo motivo si è proceduto a mettere in campo uno studio di fattibilità approfondito per valutare la fattibilità economica, sociale e ambientale di un progetto del genere.

Dunque, sono stati verificati altri aspetti da considerare:

8. **Supporto finanziario:** Per realizzare uno Smart Village nel Cilento, potrebbe essere necessario garantire il

supporto finanziario attraverso fondi pubblici, investitori privati o programmi di finanziamento specifici per lo sviluppo rurale e l'innovazione tecnologica

9. Sviluppo economico locale: Uno Smart Village può contribuire a stimolare lo sviluppo economico locale, creando opportunità occupazionali e promuovendo l'imprenditorialità. È importante identificare settori economici sostenibili e promuovere la creazione di start-up e piccole imprese che si basano sull'innovazione tecnologica

10. Governance e regolamentazione: È necessario stabilire un quadro normativo e istituzionale adeguato per facilitare lo sviluppo dello Smart Village. Ciò può includere la creazione di partenariati pubblico-privato, la definizione di politiche incentivate, la semplificazione delle procedure amministrative e la creazione di strutture di coordinamento per la gestione e il monitoraggio del progetto

11. Marketing e promozione: È fondamentale promuovere lo Smart Village del Cilento a livello nazionale e internazionale per attirare investimenti, turismo e partnership. Una strategia di marketing efficace può contribuire a creare consapevolezza e interesse intorno al progetto.

La realizzazione di una conurbazione immateriale, come uno Smart Village, nel Cilento Rurale, area GAL Cilento Regeneratio, risulta, dunque, possibile ma richiede una pianificazione oculata, la collaborazione tra diversi attori e una visione a lungo termine. Il Cilento, con la sua bellezza naturale e il suo patrimonio culturale, potrebbe rappresentare un ambiente ideale per lo sviluppo di un progetto innovativo e sostenibile.

Si riportano alcune tabelle riepilogative elaborate per lo studio di fattibilità:

Tabella n.1

		Fattori tradizionali		Principali leve di interesse		
STS	Comune	Economia	Cultura	Storico/Architettoniche	Ambientali	Eno Agroalimentari
Alento Montetella	Perdifumo	Agricola	Agricola	Castello Vargas, Convento di S. Arcangelo	Trekking	Vino, olio, fichi, cipolla di Vatolla
	Sessa Cilento	Agricola	Agricola	Palazzo Coppola, Chiesa S.Maria degli Eremiti	Trekking	Vino e olio
	Pollica	Turismo	Agricola/Marittima/turistica	Museo Civico di Pollica, che conserva una grande collezione di reperti archeologici e di arte popolare	spiagge incontaminate e le riserve naturali	olio, pescato
	San Mauro	Turismo/Agricola	Turistica	Museo Eleousa	spiagge incontaminate e le riserve naturali	olio,vino, fichi
	Serramezzana	Agricola	Agricola	Palazzo Materazzi	riserva naturale	olio,vino, fichi



	Stella	Agricola	Agricola	Chiesa di San Nicola	natura	olio,vino, fichi
	Laureana	Agricola	Agricola	Palazzi e cappelle	natura	olio,vino, fichi
	Lustra	Agricola	Agricola	Castello di Rocca	natura	olio,vino, fichi
	Castellabate	Turismo	Turistica	Palazzo Perrotti, Palazzo Belmonte	mare	olio, pescato
	Montecorice	Turismo/Agricola	Turistica	Vari Palazzi e chiese	natura, mare	olio, vino, fichi, pescato
	Ogliastro	Agricola/Industriale	Agricola	Conventi e chiese	natura	olio,vino,fichi
	Omignano	Agricola	Agricola	Palazzi nobiliari	Montestella	olio,vino,fichi
	Prignano	Agricola	Agricola	Palazzi e chiese	Oasi fiume alento	olio,vino,fichi
	Rutino	Agricola	Agricola	Palazzi e chiese	attività varie all'aria aperta	olio,vino
	Torchiaro	Commercio	Agricola	Palazzi e chiese	attività varie all'aria aperta	olio,vino
	Agropoli	Turistica/industriale	Storia	Castello e borgo Agropoli vecchio	attività varie all'aria aperta	olio,vino, pescato
	Cicerale	Industriale	Agricola	Palazzi e chiese	attività varie all'aria aperta	olio, vino, fichi, ceci
	Casalvelino	Turismo	Turistica	Palazzi e chiese	attività varie all'aria aperta	olio,vino, pescato
Fonte - Rilevazione GAL 2023						
Tabella n.2						
		Fattori tradizionali	Principali leve di interesse			



STS	Comune	Economia	Cultura	Storico/Architett oniche	Ambientali	Eno Agroalimentari
Magn a Grecia	Capaccio	Agricoltura, turismo, pastorizia	Turismo archeologic o	Area Archeologica, museo nazionale	Balneare, cicloturism o, parapendio , trekking	Mozzarella di bufala, carciofo, Igp, Rosso igp
Magn a Grecia	Altavilla Silentina	Agricola	Agricola	Chiesa francescana origini normanne	Trekking, equitazione	Ortaggi, formaggi, insaccati, vino e olio
Magn a Grecia	Giungano	Agricola, Pastorizia, commercio	Agricola	Chiese, palazzo ducale XVII sec.	Sentieri naturalistici	Vini IGT, cereali
Magn a Grecia	Roccardas pide	Settore terziario, agricola		Ruderi, convento francescano, chiesa Assunta, lapide scanno		Castagna IGP, vino, olio, insaccati
Magn a Grecia	Albanella	Agricola, allevamento	Agricola		Trekking, equitazione	Olio, formaggi, insaccati
Magn a Grecia	Trentinar a	Rurale	Rurale	Origini medioevali	Cilento in volo, trekking	Olio, vino, cereali, castagne
Fonte - Rilevazione GAL 2023						

Tabella n.3

STS	Comune	Fattori tradizionali		Principali leve di interesse		
		Economia	Cultura	Storico/Architetto niche	Ambient ali	Eno Agroalimentari
Gelbis on	Vallo della Lucania	Agricola	Agricola	santuario m. delle grazie e badia di pattano	Trekking	Vino, olio, fichi, salumi
	Moio della Civitella	Agricola	Agricola	palazzo merola, torrusio	Trekking	Vino e olio, salumi



	Castelnuovo Cilento	agricola	Agricola/turistica	castello medioevale, opere pietre calzerano (ciottoli) casa e giardino	riserve naturali	olio, fichi
	Ceraso	Agricola	agricola	palazzo iannicelli e di lorenzo		olio,vino, fichi
	Cannalonga	Agricola	Agricola	palazzo Mogrovejo, Torrusio, Piazza del popolo	diga del carmine, e nocellito, sacro monte	olio,vino, fichi, miele
	Novi Velia	Agricola	Agricola	torre normanna , castello feudalesantuario sacro monte	natura	olio,vino, fichi, latticini e insaccati
	Orria	Agricola	Agricola	Palazzi e cappelle	PALAZZO DUCALE E GOGLIUCI	olio,vino, fichi e salumi
	Perito	Agricola	Agricola		fiumara santa lucia	olio,vino, fichi e salumi
	Gioi C.to	agricola	agricola	Ruderi del Castello normanno e Cinta muraria. Palazzi baronali: Reielli, Conti, Salati, De Marco.	montagna	olio, insaccati
	Salento	Turismo/Agricola	agricola	monici basiliani insediamenti+pala zzo degni bammacaro	natura,	olio, vino, fichi, dolci

Tabella n.4

		Fattori tradizionali		Principali leve di interesse		
STS	Comune	Economia	Cultura	Storico/Architettoniche	Ambientali	Eno Agroalimentari



Calore Salernitano	Laurino	Agricola	Rurale	Palazzo Ducale, Seggio, Convento S. Antonio)	Trekking, Biodiversità in ambiente Montano, Grava di Vesalo	Vino, olio, salumi, formaggi
	Felitto	Agricola	Rurale	Chiesa S. Maria di Costantinopoli	Trekking, canoeing gole del fiume calore, Oasi di Remolino	Vino e olio, fusillo di Felitto
	Magliano Vetere	Agricola	Rurale	Gole del Calore	Trekking, Bike	Cavatello Maglianese
	Stio Cilento	Agricola	Rurale	Mulini lungo il fiume (ruderi)	Trekking, Bike	olio,vino, castagne, fagioli, salumi
	Castel San Lorenzo	Agricola	Rurale	Museo Civiltà Cont. E Artigianato	Trekking, Fiume Calore	olio,vino
	Campora	Agricola	Rurale	Chiesa di San Nicola	Bosco, Montagna	olio,vino, formaggi, salumi
	Sacco	Agricola	Rurale	Palazzi gentilizi, Chiesa S. Silvestro	Sorgenti Sammaro, sentiero del Corticato, Ponte sul Fiume Sammaro	Olio, vino, salumi
	Piaggine	Agricola	Rurale	Palazzi gentilizi (Vairo, Bruno, Ricci)	Trekking e Bike Ambiente montano (elevata biodiversità)	Olio, salumi, formaggi, funghi, origano, miele
	Monteforte Cilento	Agricola	Rurale	Palazzi gentilizi privati, gole del calore	Trekking, Bike	Olio, vino



	Valle dell'Angelo	Agricola	Rurale	Grotta dell'Angelo, Chiesa S. Barbato	Trekking, Bike, Passeggiate a Cavallo, Biodiversità in ambiente montano	olio, formaggi, salumi, origano, funghi
Fonte - Rilevazione GAL 2023						

Tabella n.5

Dati Agricoltura Alento Montestella

Comune	Dati SAU e % sulla superficie agricola rilevata	Superficie media per Fascicolo Az.	N. di fascicoli aziendali	Aree boschive	Aree boschive demaniali	Superfici della Chiesa	Principali colture presenti	Prodotti tipici	Presenza di PAT/DOP/IGP/IGT/DEC/O	Sagre o feste legate a prodotto tipico
Perdifumo	945,3 ha su 1325,8ha	2,29ha	412	239,9 ha			Olivicoltura, vigneti, ficheti, cipolla di Vatolla	Vino, olio, fichi, cipolla di Vatolla	DEC O, DOP	Festa della Cipolla di Vatolla
Sessa Cilento	622,5 ha su 1164,8ha	2,67ha	233	52 ha	52 ha		Olivicoltura, vigneti, ficheti	Castagna, vino	no	Castagna, grano, vino
Pollica	763,3 ha su 1045,9ha	1,99ha	384	222ha			Olivicoltura, vigneti, ficheti	Olio	BIO, DOP, DOC	Pesce
San Mauro	1000ha su 1500ha ca.	5,26ha	190	150ha			Olivicoltura, vigneti, ficheti	Olio e fichi	DOP, IGP	Settembre ai fichi
Serramezzana	239,6 ha su 318,7	1,87ha	128	71,9ha			Ficheti, olivicoltura	Olio, fichi, vino	no	piatti tradizionali



Stella	588,8 0ha su 850,6 ha	2,07h a	285	203,6 ha			Olivico ltura, vigneti, ficheti	Olio, fichi, vino	DOP, IGP	piatti tradizionali
Laureana	547,4 ha su 680,7 ha	1,93h a	283	56,4h a			Olivico ltura, vigneti, ficheti	Olio, fichi, vino	DOP, IGP	piatti tradizionali
Lustra	518,5 ha su 825,8 ha	2,87h a	181	236,8 ha			Olivico ltura, vigneti, ficheti	Olio, fichi, vino	DOP, IGP	piatti tradizionali
Castellabate	917,4 ha su 1181, 5ha	2,31h a	398	129,7 ha			Olivico ltura, vigneti, ficheti	Olio, fichi, vino	DOP, IGP	piatti tradizionali
Montecorice	728ha su 1153, 5ha	2,55h a	285	353,9 ha			Olivico ltura, vigneti, ficheti	Olio, fichi, vino	DOP, IGP	piatti tradizionali
Ogliastro	658,3 ha su 819,2 ha	2,01h a	327	61,2h a			Olivico ltura, vigneti, ficheti	Olio, fichi, vino	DOP, IGP	piatti tradizionali
Omignano	238,7 ha su 394,7 ha	1,71h a	140	127,1 ha			Olivico ltura, vigneti, ficheti	Olio, fichi, vino	DOP, IGP	piatti tradizionali
Prignano	511,6 ha su 650,7 ha	3,22h a	159	50,9h a			Olivico ltura, vigneti, ficheti	Olio, fichi, vino	DOP, IGP	piatti tradizionali
Rutino	358,4 ha su 517,9 ha	2,84h a	126	82,9h a			Olivico ltura, vigneti, ficheti	Olio, fichi, vino	DOP, IGP	piatti tradizionali
Torchiaro	286,7 ha su 384,3 ha	3,3ha	87	46,5h a			Olivico ltura, vigneti, ficheti	Olio, fichi, vino	DOP, IGP	piatti tradizionali
Agropoli	1219h a su 1435, 1ha	2,03h a	601	129,7 ha			Olivico ltura, vigneti, ficheti	Olio, fichi, vino	DOP, IGP	piatti tradizionali



Cicerale	870ha su 1486ha	2,68ha	325	481,4 ha			Olivico ltura, vigneti, ficheti, ceci	Olio, fichi, vino, ceci	DOP, IGP	festa dei ceci
Casalvelino	1342, 1ha su 1819, 4ha	1,80ha	744	330,9 ha			Olivico ltura, vigneti, ficheti	Olio, fichi, vino	DOP, IGP	piatti tradizionali

Tabella n.6

Dati Agricoltura Magna Grecia

Comune	Dati SAU e % sulla superficie agricola rilevata	Superficie media per Fascicolo Az.	N. di fascicoli aziendali	Aree boscive	Aree boschive demaniali	Superfici della Chiesa	Principali colture presenti	Prodotti tipici	Presenza di PAT/ DOP/ IGP/ IGT/ DEC O	Sagre o feste legate a prodotto tipico
Capaccio	6361,3 - 81,9 %	4,1ha	1520	757ha			Seminativi, coltivazioni legnose, viti, orti familiari	mozzarella, carciofo, rosso, olio evo	DOP, IGP, IGT, DOC	Festa del carciofo
Altavilla Silentina	2796,9 ha - 88,5 %	2,4ha	1164	95,2ha			Seminativi, coltivazioni legnose, orti	rosso del cilento, mozzarella di bufala	DOP, DOC	Festa di Sant'Egidio
Giungano	560,4 ha - 86,6 %	2,1ha	264	31,7ha			Coltivazioni legnose, agrarie, viti	mozzarella, paestum igt, igt cilento	DOP, IGT	Festa dell'antica pizza cilentana



Roccadaspide	3630ha - 86,8 %	2,3ha	1546	318ha	1407ha		Coltivazioni legnose, agrarie, viti, ulivi	Marrone di Roccada spide	IGP	Sagra della castagna
Albanella	2449,6ha - 86,1 %	2,1ha	1117	191,2ha			Seminativi, viti, coltivazioni legnose, orti familiari, agricoltura	Ricotta di bufala, olio campania	DOP, IGP	Festa di Santa Sofia
Trentinara	742ha - 75,1 %	4ha	183	164ha	2874ha		Seminativi, viti, coltivazioni di orti familiari	Rosso del cilento	DOC	Festa del pane

Tabella n.7

Dati Agricoltura Gelbison

Comune	Dati SAU e % sulla superficie agricola rilevata	Superficie media per Fascicolo Az.	N. di fascicoli aziendali	Aree boschive	Aree boschive demaniali	Superfici della Chiesa	Principali colture presenti	Prodotti tipici	Presenza di PAT/DOP/IGP/IGT/DECO	Sagre o feste legate a prodotto tipico
Vallo della Lucania	782,4	ah 1,69	ah 461	290,4 ha			Olivicoltura, vigneti, ficheti,	Vino, olio, fichi, salumi	DECO, DOP	strasapori
Moio della Civitella	371,1 ah	1,84ha	201	438,1ha	ha		Olivicoltura, vigneti, ficheti	Castagna, vino, olio	no	moyoca



castel nuovo cilento	690,6	2,72ha	253	107,7ha			Olivicoltura, vigneti, ficheti	Olio	BIO	sagra parmigiana
ceraso	1930,8ha ca.	3,28ha	588	84,9ha			Olivicoltura, vigneti, ficheti	Olio e fichi	DOP, IGP	festa del fiume, festa della montagna e dei rioni, festa del pane
Canna longa							Ficheti, olivicoltura	Olio, fichi, vino	no	piatti tradizionali
Novi Velia	1007,7	7,99ha	127	616,8 ha			Olivicoltura, vigneti, ficheti.	latticini e insaccati e olio	DOP, IGP	frecagnola (capra bollita)
ORRI A	759a	2,37ha	319	599,9ha			Olivicoltura, vigneti, ficheti	Olio, fichi, vino, salumi	DOP, IGP	piatti tradizionali
Perito	721,6ha	3,98ha	121	239,9ha			Olivicoltura, vigneti, ficheti	Olio, fichi, vino	DOP, IGP	piatti tradizionali festa del bosco+prito live+clento fest
Gioi C.to	138,36 ettari	2 ettari	6	ettari 82,3913	si	1 ettaro	Olivicoltura, vigneti, ficheti	Olio, fichi, vino	DOP, IGP salsiccia e soppressata	piatti tradizionali



Salerno	109,2 ah	2,79ha	260	481,1 ha			Olivicoltura, vigneti, ficheti	Olio, fichi, vino e	DOP, IGP	piatti tradizionali festa della castagna fiera san barbara
----------------	----------	--------	-----	----------	--	--	--------------------------------	---------------------	----------	--

Tabella n.8

Dati Agricoltura Calore Salernitano

Comune	Dati SAU e % sulla superficie agricola rilevata	Superficie media per Fascicolo Az.	N. di fascicoli aziendali	Area boscive	Area boscive demaniali	Superfici della Chiesa	Principali colture e presenti	Prodotti tipici	Presenza di PAT/DOP/IGP/IGT/DECO	Sagre o feste legate a prodotto tipico
Laurino	1177,42 ha su 3936,22 ha	3,56 ha	330	3795,8	Si		Ulivi, vigneti, pascoli	Vino, olio, salumi, formaggi	DOP olio	Feste patronali, Jazz in Laurino, Serenate laurinesi, focare.
Felitto	1435,5 ha su 2144,8ha	4,66 ha	308	497,3			Ulivi, vigneti	Olio, vino, fusillo di Felitto, salumi	PAT (Fusillo), IGP Vino	Sagra del fusillo
Magliano Vetere	1146,7ha su 1981,4ha	6,06ha	189	785,9			Ulivi, vigneti	Olio, vino, cavatello maglianese, salumi	DOP Olio, IGP Vino, PAT salumi	Festa del cavatello maglianese
Stio Cilento	469,9 ha su 1118,7ha	2,75ha	171	538,3			Ulivi, vigneti, castagneti	Olio, vino, castagne, salumi, fagioli	DOP Olio, IGP Vino, PAT salumi	Ciccimmareta, festa della castagna, fiera della croce



Castel San Lorenzo	757,1 ha su 831,8 ha	1,08ha	702	107			Ulivi, vigneti	Olio, Vino	Olio Dop, Vino Doc	Festa dell'olio e del vino
Campora	1770,5 ha su 2793,9 ha	15,26 ha	116	1008,1			Ulivi, vigneti, castagneti	Olio, castagne, vino	Dop Olio, IGP Castagne	piatti tradizionali
Sacco	1438,70 ha su 2028,00 ha	8,41ha	171	493			Ulivi, pascoli	Olio, formaggi, salumi	Dop Olio	piatti tradizionali
Piaggine	2779,02 ha su 4237,52 ha	9,29ha	299	2369,09			Ulivi, pascoli	Olio, formaggi, salumi	Dop Olio	piatti tradizionali, sagra del fungo porcino, festa del vitello del Cervati
Monteforte Cilento	435,5 ha su 1582,6 ha	3,65ha	119	865,5			Ulivi, vigneti, pascoli	Olio, vino	DOP Olio	piatti tradizionali
Valle dell'Angelo	1245,09 ha su 2694,3 ha	18,06 ha	69	1621,5			Ulivi, pascoli	Olio, formaggi, salumi	Dop Olio	piatti tradizionali (parmarieddu vallangiolese, Cucina Clandestina)

Tabella n. 9

Aziende per settore economico

	n. aziende Agricoltura	n. Aziende Commercio	n. Aziende servizi	n. Aziende Altri settori	totale aziende	% Agricoltura	% Commercio	% Servizi	% Altri settori
Alento Montestella	5278	1286	1526	2191	10281	51%	13%	15%	21%



Magna Grecia	4599	1119	519	730	6967	66%	16%	7%	10%
Gelbison	3161	1346	120	516	5143	61%	26%	2%	10%
Calore Salernitano	2150	225	25	142	2542	85%	9%	1%	6%
TOTALE	15188	3976	2190	3579	24933	66%	16%	6%	12%

Fonte istat 2001

Tabella n. 10

Aziende per settore economico Alento Montestella

		Agricoltura	Commercio	servizi	Altri settori	totale aziende	% Agricoltura	% Commercio	% Servizi	% Altri settori
Alento Montestella	Perdifumo	380	30	10	30	450	84%	7%	2%	7%
	Sessa Cilento	380	13	10	40	443	86%	3%	2%	9%
	Pollica	388	73	120	75	656	59%	11%	18%	11%
	San Mauro	25	24	25	38	112	22%	21%	22%	34%
	Serramezzana	4	1	15	2	22	18%	5%	68%	9%
	Stella	280	22	26	3	331	85%	7%	8%	1%
	Laureana	195	50	50	32	327	60%	15%	15%	10%
	Lustra	178	12	12	15	217	82%	6%	6%	7%
	Castellabate	585	220	272	346	1423	41%	15%	19%	24%
	Montecorice	249	39	66	59	413	60%	9%	16%	14%
	Ogliastro	301	39	55	54	449	67%	9%	12%	12%
	Omignano	124	27	25	33	209	59%	13%	12%	16%
	Prignano	143	11	16	24	194	74%	6%	8%	12%
	Rutino	120	9	16	25	170	71%	5%	9%	15%
	Torchiaro	70	59	38	31	198	35%	30%	19%	16%
Agropoli	853	524	595	1156	3128	27%	17%	19%	37%	
Cicerale	299	13	29	49	390	77%	3%	7%	13%	

	Casalvelino	704	120	146	179	1149	61%	10%	13%	16%
	Totale	5278	1286	1526	2191	10281	51%	13%	15%	21%

Fonte istat 2001

Tabella n. 11

Aziende per settore economico Magna Grecia

STS	Comune	Agricoltura	Commercio	Servizi	Altri settori	totale aziende	% Agricoltura	% Commercio	% Servizi	% Altri settori
Magna Grecia	Capaccio	1.698	513	186	364	2761	61%	19%	7%	13%
	Altavilla Silentina	1384	109	131	134	1758	79%	6%	7%	8%
	Giungano	354	16	15	15	400	89%	4%	4%	4%
	Roccapelice	1217	307	1	3	1528	80%	20%	0%	0%
	Albanella	1247	147	161	165	1720	73%	9%	9%	10%
	Trentinara	389	27	25	49	490	79%	6%	5%	10%
	Totale	6289	1119	519	730	8657	73%	13%	6%	8%

Fonte istat 2001

Tabella n.12

Aziende per settore economico Gelbison

STS	Comune	Agricoltura	Commercio	Servizi	Altri settori	totale aziende	% Agricoltura	% Commercio	% Servizi	% Altri settori
Gelbison	Vallo della Lucania	793	575	10	394	1.772	45%	32%	1%	22%
	moio d. civitella	211	90	20	17	338	62%	27%	6%	5%
	castelnuovo cilento	359	266	13	71	709	51%	38%	2%	10%
	ceraso	631	120	6	6	763	83%	16%	1%	1%
	Cannalonga	3	15	4	3	25	12%	60%	16%	12%
	Novi Velia	402	101	10	10	523	77%	19%	2%	2%

	ORRIA	394	112	24	6	536	74%	21%	4%	1%
	Perito	183	46	14	4	247	74%	19%	6%	2%
	Gioi C.to	2	9	5	1	17	12%	53%	29%	6%
	Salento	183	12	14	4	213	86%	6%	7%	2%
	Totale	3.161	1.346	120	516	5.143	61%	26%	2%	10%
Fonte istat 2001										

Tabella n.13

Aziende per settore economico Gelbison

STS	STS	Comune	Agricoltura	Commercio	Servizi	Altri settori	total e aziende	% Agricoltura	% Commercio	% Servizi	% Altri settori
Calore Salernitano	Calore Salernitano	Laurino	319	31	3	6	359	89%	9%	1%	2%
		Felitto	294	45	3	7	349	84%	13%	1%	2%
		Magliano Vetere	183	17	3	1	204	90%	8%	1%	0%
		Stio Cilento	166	12	8	8	194	86%	6%	4%	4%
		Castel San Lorenzo	499	80	0	86	665	75%	12%	0%	13%
		Campora	81	7	0	14	102	79%	7%	0%	14%
		Sacco	168	8	0	3	179	94%	4%	0%	2%
		Piaggine	258	11	4	14	287	90%	4%	1%	5%
		Monteforte Cilento	117	8	3	2	130	90%	6%	2%	2%
		Valle dell'Angelo	65	6	1	1	73	89%	8%	1%	1%
		Totale	2150	225	25	142	2542	85%	9%	1%	6%
Fonte istat 2001											

Tabella n.14 Esempio rilevamento dati "on field" attraverso Interviste alle Aziende (Selezione Random)



	Capaccio			
Ragione Sociale	Cecilia Baratta	Costantino Antonella	Fratelli D'Alessio sas	Società agricola Sant'Andrea srl
Attività	Cerealicolo, allevamento	Floricolo	Orticolo	Coltivazione ortaggi
Luogo	Capaccio	Capaccio	Capaccio	Capaccio
Eventuale Misura Finanziata in passato con fondi PSR/GAL	Altre misure PSR	Nessuna	Nessuna	Nessuna
Anno inizio attività	2008	2007	2006	2018
Fatturato medio	fino a 200k	fino a 15k	fino a 15k	fino a 15k
Numero medio di presenze (Aziende Ospitalità)				
Quantità prodotta (Aziende produzione)	Latticini 800q ortaggi 50q	50t	60q	100q
Quantità di servizi erogati (Aziende di servizi)	8 Posti letto			
Principali canali di approvvigionamento della clientela	Internet e diretto	Contatto diretto	Internet e diretto	Contatto diretto
Numero di addetti stagionali	dai 3 ai 7	fino a 2	fino a 2	3
Numero medio di addetti	fino a 2	fino a 2	fino a 2	2
Presenza sul WEB	sì	no	sì	no

Elementi di forza	Vicinanza al sito archeologico e al mare	Produzione spezie e piante officinali		
Punti deboli	Prezzi alti e stanze da rinnovare	Visibilità	Mancanza di tipicità	
Criticità	Necessità di ammodernamento		Nessuna	
Programmazione prossimi 5 anni di attività	Nessuna	Nessuna	Nessuna	Nessuna

2.5 Formazione per animatori e addetti⁸

Indicare il numero delle attività realizzate e descrivere puntualmente l'attività svolta

Il GAL ha attivato un percorso di formazione del personale coinvolto nei team work inerenti allo studio dei fattori locali da mettere in relazione ai criteri eleggibili per il disegno di una nuova Strategia di Sviluppo Locale, che se pur proseguendo in continuità con quanto operato nei precedenti cicli di programmazione, e in linea con le disposizioni della PAC 21/27, introduca elementi di forte innovazione e caratterizzazione, in risposta a fabbisogni concreti e possibili soluzioni.

In particolare si sono organizzati, dal mese di gennaio 2023, incontri formativi nei giorni di ufficio, ogni lunedì. Gli incontri sono stati condotti dal Coordinatore, con il contributo di esperti e testimonial del comparto pubblico e privato.

I momenti formativi hanno visto due modalità di svolgimento:

- Incontri Generici (Rivolti a tutto il personale coinvolto)
- Incontri specifici (Focus suddivisi per team work specifici)

Questo percorso di formazione attiva, ha permesso di ottenere risultati notevoli, anche per via del fatto che la continuità ne ha garantito un costante e proficuo monitoraggio dell'andamento.

⁸ Iniziative di formazione rivolte alle parti locali interessate alla SSL (addetti all'elaborazione della SSL)

2.6 Elementi identificativi dell'attività svolta

Con riferimento ciascuna attività fornire, nella tabella sottostante, indicazione puntuale dell'attività e del relativo importo. Indicare, inoltre, gli estremi della documentazione probatoria prodotta che deve essere allegata. Replicare la riga in base al numero di attività svolte. **Si ricorda che sono ammissibili le spese sostenute dalla data di pubblicazione del Bando alla data di presentazione della domanda di sostegno.**

Tipologia attività	Id spesa	Voce di spesa			Documentazione a supporto (preventivi, etc...)
		Importo imponibile (a)	Iva (b)	Totale (a+b)	
Esempio: n. Studi ed indagini sull'ambito territoriale di riferimento compresi gli studi di fattibilità	b	€ 40.000,00	€ 0,00	€ 40.000,00	Bando, offerta
Attività di animazione del territorio, degli attori locali e del partenariato	e	€ 28.000,00	€ 0,00	€ 28.000,00	Bando short list, preventivi
Progettazione della Strategia di Sviluppo Locale, compresi i costi di consulenza	d	€ 29.295,08	€ 2.704,92	€ 32.000,00	Bando short list

LEGENDA IDENTIFICATIVI DI SPESA

(Inserire l'identificativo corrispondente ad ogni azione)

a) Attività di formazione per animatori
b) Studi ed indagini sull'ambito territoriale di riferimento compresi gli studi di fattibilità
c) Amministrativi (costi operativi e per il personale)
d) Progettazione della Strategia di Sviluppo Locale, compresi i costi di consulenza
e) Attività di animazione del territorio, degli attori locali e del partenariato

Magliano Vetere, 01/06/2023

Rappresentante Legale del GAL/Partenariato