



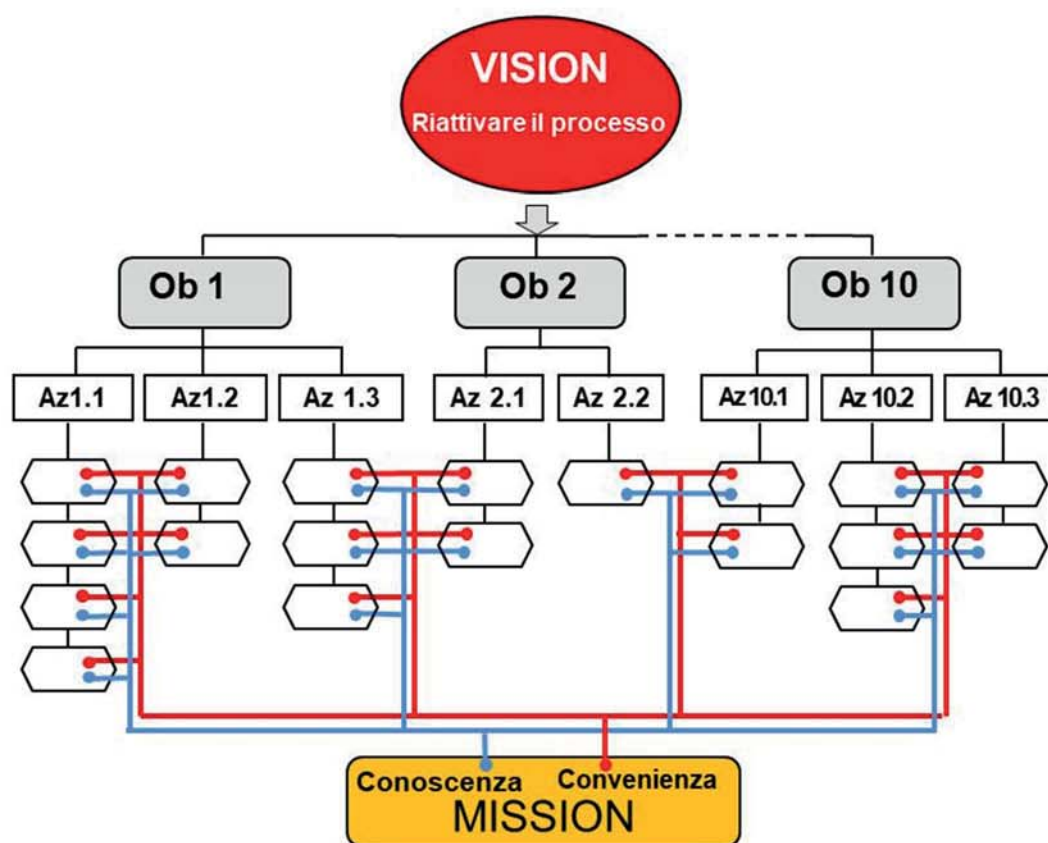
CENTRO UNIVERSITARIO EUROPEO PER I BENI CULTURALI
Ravello

Territorio storico e ambiente

5

VERSO LA COSTIERA ANTICA

PIANO DI GESTIONE DEL SITO UNESCO "COSTIERA AMALFITANA"



a cura di
Ferruccio Ferrigni

con la collaborazione di
Maria Carla Sorrentino

Centro Universitario Europeo per i Beni Culturali
Villa Rufolo - I 84010 RAVELLO - Tel. 0039 089 857669 - Fax 0039 089 857711 – www.univeur.org e-mail: univeur@univeur.org
Redazione: Monica Valiante

MAIN SPONSOR



Il presente volume è stato stampato con il contributo di
Ministero per i Beni e le Attività Culturali
Circolare 108/2012 a.f. 2018

Le fotografie ed i disegni sono degli autori dei testi in cui compaiono.

Tutti i diritti sui testi e sul materiale iconografico sono riservati agli autori.
Ne è consentita la riproduzione con citazione della fonte.

I materiali pubblicati sono tratti dal
Piano di Gestione del sito UNESCO “Costiera Amalfitana”

prodotto da
Soprintendenza Archeologia, Belle Arti e Paesaggio di Salerno e Avellino
Comunità Montana Monti Lattari
Centro Universitario Europeo per i Beni Culturali, Ravello

coordinamento scientifico di
Ferruccio Ferrigni
Giovanni Villani

con il contributo di docenti e ricercatori di
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI “ROMA 3” - Roma
UNIVERSITÀ FEDERICO II - Napoli
SECONDA UNIVERSITÀ DI NAPOLI
UNIVERSITÀ DEL SALENTO
CNR (IAMC, IRAT) - Napoli
UNESCO ICOMOS

SOMMARIO

Premessa	9
<i>Parte prima</i>	
<i>Il sistema da governare e le questioni di governo</i>	
1. Mission e struttura del Piano di Gestione	15
2. Il percorso di formazione del Piano di Gestione	19
3. Analisi SWOT del sistema “Costiera Amalfitana”	23
4. I valori da tutelare e le criticità da gestire	29
5. Il modello di governance e gli strumenti di governo del sistema	35
5.1 Il modello di <i>governance</i>	35
5.2 L’integrazione degli strumenti di governo	39
5.3 Criteri prestazionali e differenziati nella normativa urbanistica	42
5.4 Un ruolo diverso per la Soprintendenza ABAP	47
6. La struttura del Piano	51
6.1 Gli obiettivi strategici	53
6.2 La scheda tipo: criteri di redazione e contenuti	58
<i>Parte seconda</i>	
<i>Il Piano di Gestione</i>	
7. Obiettivi, azioni, interventi	63
8. Cronoprogramma, priorità e costi	223
<i>Allegati</i>	
All. 1 Norme di autoregolazione (<i>F. Ferrigni</i>)	231
All. 2 Relazione tra obiettivi/azioni/interventi e 5 piani UNESCO (<i>F. Ferrigni e M.C. Sorrentino</i>)	239
All. 3 Format scheda intervento (<i>M.C. Sorrentino</i>)	243
All. 4 Qualità della vita (<i>A. Della Pietra</i>)	247
All. 5 La questione energetica (<i>F. Ferrigni</i>)	267
All. 6 Indicazioni gestionali su agricoltura, etnobotanica e aree di interesse naturalistico (<i>G. Caneva, L. Cancellieri, M. Tufano, V. Savo</i>)	277
All. 7 Valenza ed opportunità della candidatura MAB (<i>G. Caneva</i>)	289
All. 8 Singolarità geologiche di rilievo paesaggistico-culturale. Geositi e Geotopi (<i>C. Violante, E. Esposito</i>)	291

Obiettivo 4

Incremento della redditività delle attività agricole costitutive del paesaggio

- 4.1 Riduzione dei costi di produzione
 - 4.1.1 Introduzione di nuove tecnologie capaci di ridurre i costi di produzione
 - 4.1.2 Offerta di vacanze lavoro
- 4.2 Incremento dei ricavi diretti
 - 4.2.1 Allungamento della filiera locale del limone
 - 4.2.2 Promozione della “adozione” delle colture di pregio
- 4.3 Promozione delle attività collaterali e integrative
 - 4.3.1 Inserimento nei pacchetti turistici di visite alle aziende agricole
- 4.4 Promozione dei prodotti locali
 - 4.4.1 Realizzazione di una campagna di marketing a supporto dei prodotti della “Costiera Amalfitana”
 - 4.4.2 Promozione dei prodotti locali nelle scuole, ristoranti e hotels
 - 4.4.3 Valorizzazione della “Casa del Gusto”
- 4.5 Supporto alle micro aziende, in quanto costitutive del paesaggio
 - 4.5.1 Lobbying presso l’UE per deroghe alla taglia minima per le aziende costitutive del paesaggio
- 4.6 Supporto ai giovani operatori agricoli
 - 4.6.1 Realizzazione di attività formative extracurricolari ad indirizzo agrario specifico per la Costiera
 - 4.6.2 Promozione del “Nuovo Pastinato”
- 4.7 Recupero produttivo delle terrazze abbandonate
 - 4.7.1 Piano dell’accessibilità integrata

4.4.1 REALIZZAZIONE di una CAMPAGNA DI MARKETING A SUPPORTO dei PRODOTTI della "COSTIERA AMALFITANA

Obiettivo strategico	4. Incremento della redditività delle attività agricole costitutive del paesaggio
<i>Obiettivi correlati</i>	<i>2. Incremento della conoscenza del sito da parte della comunità locale e rafforzamento della sua identità</i>
Azione di riferimento	4.4 Promozione dei prodotti locali
<i>Azioni correlate</i>	<i>2.3 Rafforzamento del brand del sito</i>
Settore UNESCO	CONOSCENZA - TUTELA E CONSERVAZIONE - VALORIZZAZIONE - MONITORAGGIO

Motivazioni / esigenze	<ul style="list-style-type: none"> - Assenza di un "marchio" percepito dei prodotti tipici della Costiera Amalfitana - Scarsa percezione del valore, anche culturale, dei prodotti locali - Degrado del paesaggio causato dall'abbandono delle attività agro-silvo-pastorali che nel corso dei secoli ne hanno determinato l'aspetto 	
Finalità e Contenuti	<ul style="list-style-type: none"> - Stimolare gli abitanti a riappropriarsi delle attività agro-alimentari che hanno determinato la bellezza dei luoghi, riproponendone lo sviluppo in chiave moderna promuovendo "mercati" per i prodotti locali - Promuovere l'immagine della Costiera Amalfitana, per contribuire a diversificare il "brand consolidato" del turismo balneare - Promuovere i prodotti locali anche al di fuori di circuiti ristretti - Promuovere lo sviluppo, anche turistico, delle aree interne 	
Attività da realizzare	<ul style="list-style-type: none"> - Sistematizzazione ed approfondimento delle informazioni acquisite nel corso della redazione del PdG sulle produzioni locali. - Censimento delle attività locali da considerare Best Practices - Censimento di eventuali iniziative analoghe in corso - Realizzazione di disciplinari "Costiera Amalfitana" per alcuni prodotti tipici (sull'esempio del Latte Nobile delle colline beneventane) - Analisi del posizionamento attuale del Brand "Costiera Amalfitana" - Incontri e tavoli operativi con i produttori locali - Selezione dei prodotti da promuovere ed individuazione dei target da raggiungere - Progettazione della campagna di comunicazione (mezzi, modalità e tempi) - Attuazione della campagna di comunicazione progettata 	
Attori coinvolti	<ul style="list-style-type: none"> - Produttori agricoli, allevatori, artigiani - Esperti di marketing territoriale e di comunicazione - Esperti della conservazione e gestione del sito UNESCO Costiera Amalfitana 	
Risorse da impegnare	Umane	<ul style="list-style-type: none"> - Esperti di marketing territoriale e di comunicazione - Esperti della conservazione e gestione del sito UNESCO Costiera Amalfitana - Agronomi
	Materiali	<ul style="list-style-type: none"> - Sedi per convegni, tavole rotonde, coordinamento attività - Computer con software office / database - Mezzi ed attrezzature per spostamenti e comunicazioni - Materiali pubblicitari, brochures, sito web
	Finanziarie	- € 50.000 + costi per campagne mirate sui mezzi di informazione

Durata presumibile	- 1 anno (da ripetersi)	
Priorità	- Medio-Alta	
Difficoltà	- Media (per censimenti, coordinamento e conflitti eventuali tra i soggetti coinvolti, reperimento fondi, realizzazione dei disciplinari)	
Impatto su	Paesaggio	- Nullo
	Fruibilità del sistema	- Medio
	Stakeholder	- 4 totalmente condiviso
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> - Percezione generalizzata della Costiera come “Sito UNESCO” - Creazione di disciplinari “Costiera Amalfitana” - Incremento della produzione e della vendita dei prodotti locali - Riattivazione dei terrazzamenti abbandonati 	
Indicatori di risultato	<ul style="list-style-type: none"> - Numero di citazioni del “Sito UNESCO Costiera Amalfitana” comparse in media non coinvolti nella campagna di marketing - Realizzazione del Disciplinare - Numero di aziende aderenti al Disciplinare - Variazione % della vendita di prodotti della Costiera ad 1 anno dalla conclusione della campagna 	
NOTE	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Da realizzare in collegamento con gli interventi:</i> 2.3.2 <i>Promozione dell'uso del logo UNESCO nei documenti degli Enti Locali</i> 2.3.3 <i>Partecipazione come sito UNESCO a fiere e mostre internazionali</i> 2.3.4 <i>Realizzazione delle porte di accesso al sito UNESCO Costiera Amalfitana</i> 4.4.2 <i>Promozione dei prodotti locali nelle scuole, ristoranti e hotels</i> 4.4.3 <i>Valorizzazione della “Casa del Gusto” a Tramonti</i> 	