

PROGRAMMA DEL DISTRETTO DEL CIBO

BORN IN SICILY ROUTES - VAL DI MAZARA

Il Gruppo costituente del Distretto del Cibo “**Born in Sicily Routes - Val di Mazara**” si propone di formalizzare una proposta unitaria di riconoscimento alla Regione Siciliana, sulla base dei seguenti presupposti e obiettivi generali:

- a) Adesione delle filiere agroalimentari previste dalle "Linee Guida" della Regione Sicilia, giustificate D.A. n° 12/Gab del 4 febbraio 2019, a partire dalla implementazione delle compagini dei Distretti di Filiera Agroalimentare, già riconosciute ed operative a livello regionale, e/o dalle relative organizzazioni di filiera costituite/costituende;
- b) Adesione di quante più "Dimensioni Territoriali" riconosciute ed operative nell'attuale ciclo di programmazione (Agenzie di sviluppo, GAL e FLAG), alla "Rete Strutturata di Partenariato Pubblico Privato Agroalimentare Regionale";
- c) Condivisione di un Regolamento Comune per la gestione integrata delle attività della "Rete Strutturata di PPP Agroalimentare Regionale", fondato sul mantenimento delle strutture organizzative e di rappresentanza di filiera agroalimentari operativamente attive e, contemporaneamente, sui reciproci diritti/doveri e specifiche competenze dei Soggetti cooperanti in rete, al fine di garantire l'esercizio delle prerogative di tutti i Soggetti sottoscrittori della “Rete Brand Sicilia Agroalimentare”;
- d) Condivisione di piani, programmi e progetti, funzionali alla valorizzazione integrata delle diverse produzioni di filiera, unite nel “Brand Sicilia”, sia in ambito regionale (mercati di prossimità) che nazionale ed estero (in particolare tramite punti comuni e/o affiliati di vendita ed attività di incoming).

OBIETTIVI SPECIFICI

Il Distretto del Cibo “**Born in Sicily Routes - Val di Mazara**” si propone di svolgere un ruolo strategico nell'integrazione tra le diverse attività agricole e agroalimentari, esercitate sul territorio di riferimento, con settori funzionalmente complementari per la valorizzazione, promozione e commercializzazione delle produzioni alimentari di qualità, anche tramite e-commerce, vendita diretta e degustazione/ristorazione. Il Distretto promuove tale integrazione favorendo l'aggregazione delle filiere agroalimentari con imprese di altre filiere produttive, al fine di incentivare lo sviluppo territoriale e sostenere più produzioni certificate e tutelate ai sensi della vigente normativa europea, nazionale o regionale. Tale integrazione potrebbe essere istituzionalizzata anche tramite uno o più contratti di Rete.

Iniziativa 1. - «**Born in Sicily**» - finalizzata alla valorizzazione di un'identità comune e riconoscibile delle produzioni di eccellenza, tramite il rafforzamento della politica di filiera agricola e agroalimentare e la creazione di **un sistema di reti di imprese per la promozione dei prodotti tipici di qualità** dei territori della Sicilia, da realizzare anche sulla base di specifiche azioni di sensibilizzazione e la messa a punto, anche selezionando le più adeguate figure atte a svolgere la funzione di “business angels”, di strumenti di microfinanza e di finanza d'impatto in grado di sostenere la nascita di nuove imprese, il loro sviluppo ed i loro processi di innovazione ed internalizzazione. Tra gli interventi programmati si prevede, dunque, di:

- Operare nell'ambito delle attività delle filiere agroalimentari certificate UNI EN ISO 22005:2008, con particolare riguardo alla **rintracciabilità delle filiere agroalimentari** relative ai settori: viti-vinicolo, con particolare riferimento al vino da abbinare a portate a base di pesce prodotto da vitigni autoctoni quali il Grillo, l'Insolia, il Catarratto, lo Zibibbo secco, per quanto riguarda i vini bianchi, il Perricone (o Pignatello) per i vini rossi, inoltre, i vini da dessert tipici del territorio quali il Marsala e il Passito; Il settore cerealicolo, in particolare alcuni tipi antichi di grano duro ancora coltivati nel territorio, come la Tumminia (o Timilia), il

Russello e la Biancolilla (o Biancuccia); Il settore olivicolo e oleario, con particolare riferimento alle produzioni di qualità delle Valli Trapanesi e della Val di Mazara, con le cultivar autoctone come la Nocellara del Belice, il Cerasuolo e la Biancolilla; il settore dei prodotti ittici, in particolare il Pesce azzurro (Ritunno, Acciughe, Palamita, etc.), Tonno Rosso di Favignana e Gambero Rosso di Mazara, Il settore lattiero caseario, al fine di valorizzare la filiera del latte ovi-caprino, in particolare per la produzione di Ricotta, Pecorino, Tumma di Pantelleria e Vastedda del Belice; Infine, per quanto attiene ai percorsi enogastronomici verranno valorizzate le produzioni tipiche di qualità del territorio, come ad esempio: l'Aglio rosso di Nubia, il melone di Paceco, l'Arancia Ovaletto di Calatafimi, il Ficodindia di Santa Margherita Belice e il Bastarduni di Calatafimi, il Pumiddu di Salemi, il Cece di Erice, la Cicerchia di Buseto Palizzolo, La Lenticchia autoctona e il Fagiolo rosso di Paceco, Buseto e Pantelleria, il Cappero di Pantelleria, nonché, del patrocinio UNESCO dello Zibbibbo di Pantelleria coltivato ad alberello, etc. Il possesso della certificazione di rintracciabilità di filiera è requisito per la candidatura al Marchio collettivo "Qualità Sicura garantita dalla Regione Siciliana", definito ai sensi dell'art. 16 del Reg. (UE) 1305/2013, che identifica le produzioni agricole, alimentari e zootecniche con garanzie qualitative, volte ad una maggior tutela degli interessi e della salute dei consumatori, ottenute secondo specifici disciplinari di produzione;

- Attivare iniziative finalizzate all'adesione al Sistema "**Valore Sicilia**", già ideato e messo a punto dall'Agenzia per il Mediterraneo (Società consortile costituita da alcuni GAL siciliani, per assicurare l'utilizzo di uno strumento innovativo di governance pubblico-privata e valorizzare l'offerta agroalimentare siciliana di qualità. Il fine è quello di promuovere lo sviluppo di un sistema di filiera corta, organizzata, idonea a migliorare il valore delle produzioni derivanti da filiere dotate della certificazione di rintracciabilità, anche per migliorare l'offerta turistica enogastronomica del territorio. A tal fine dovrà anche essere attivata una calibrata attività formativa che, tra l'altro, contempra dei corsi specifici di educazione alla Responsabilità Sociale delle Imprese, volte ad aumentare la creazione di valore per la comunità di riferimento in una prospettiva di cittadinanza d'impresa. Alle imprese viene chiesto di assumere un ruolo sociale e di farsi carico degli impatti ambientali e delle conseguenze derivanti dalla propria attività, dando conto degli effetti, anche economici e sociali .
- Realizzare uno studio sul settore agricolo ed agroalimentare siciliano e sui settori funzionalmente complementari per l'identificazione, valorizzazione, promozione e commercializzazione delle produzioni alimentari di qualità, che evidenzino le caratteristiche e le problematiche relative ai prodotti di tradizione di eccellenza, nonché la relativa **penetrazione nei mercati interni ed internazionali**, anche in raffronto con prodotti analoghi commercializzati dai paesi concorrenti dell'area mediterranea. Lo studio, inoltre, individuerà i paesi esteri commercialmente più promettenti per l'esportazione dei prodotti di eccellenza del Distretto del Cibo.
- Creare una **piattaforma di informazione e comunicazione sul web** che rappresenti lo strumento tecnologico di promozione delle produzioni agroalimentari, valorizzando le potenzialità del trinomio produzione agroalimentare – percorsi turistici enogastronomici e cultura dello Stile di Vita legato al locale modello di Dieta Mediterranea. Tale piattaforma web, costituendo l'interfaccia comunicativa tra il tessuto imprenditoriale dei tre settori, diviene strumento di comunicazione sia interna, per lo sviluppo delle relazioni e interazioni tra le filiere organizzate nei territori, sia esterna, in grado di fornire al consumatore informazioni essenziali in tema di sicurezza e qualità dei prodotti agroalimentari. Ciò sarà possibile anche attraverso informazioni dirette e trasparenti sulla catena delle forniture "dal campo ai consumatori" e la possibilità di acquistare prodotti on-line (e-commerce) e/o di effettuare prenotazioni turistiche (booking on-line). L'innovazione tecnologica terrà conto anche dell'importanza dell'esperienza sensoriale proposta, arricchita da specifici supporti digitali di ultima generazione ed esportabile, grazie alla creazione di un'innovativa app e ad un format operativo, frutto di accordi con soggetti istituzionali e privati, nazionali o individuati in paesi target di mercati strategici per l'economia siciliana. La piattaforma di informazione e comunicazione sul web permetterà altresì la creazione di un vero e proprio Matchmaking e Marketplace tra le imprese coinvolte, per gestire un business comune, anche a livello di PMI (comprese le realtà che svolgono un'attività artigianale o altre attività a titolo individuale o familiare);

- Realizzare il **“Passaporto del gusto”** dei prodotti agroalimentari, strumento questo già ideato e testato nel novero del Sistema “Valore Sicilia”, parto della anzidetta Agenzia per il Mediterraneo che contempla dettagliate informazioni sull’azienda e la sua storia, la descrizione sensoriale del prodotto e le sue peculiarità, gli aspetti nutrizionali e salutistici. Un approccio di marketing strategico che unisce ed integra tradizione produttiva rurale e turismo relazionale;
- Mettere a punto un “pacchetto” di **strumenti finanziari a supporto dei processi di internalizzazione delle imprese agricole ed agroalimentari** (e di quelle funzionalmente complementari del turismo, dell’artigianato ed in genere, del settore culturale) già esistenti, nonché della creazione di nuove imprese. Tali progetti di internalizzazione possono prevedere, a titolo esemplificativo e non esaustivo: studi di fattibilità, consulenze, partecipazione a mostre e fiere, aperture siti internet o di reti di imprese, predisposizione di materiale informativo su carta e su web, formazione del personale, adesione a contratti di rete, scouting delle fonti di finanziamento europee, come OCM Vino e Reg. (UE) n. 1144/2014, e supporto all’accesso a queste forme di contribuzione pubblica. Il “pacchetto” può comprendere:
 - Prodotti di microfinanza** (microcredito, microleasing, microassicurazione) erogati dal sistema bancario e finanziario sulla base di apposite convenzioni;
 - Costituzione di fondi di rotazione e/o fondi di garanzia** a valere sulle risorse del progetto “Born in Sicily”, volti a favorire l’accesso delle imprese alle fonti di finanziamento;
 - Accesso a strumenti crowd** (equity crowdfunding e social lending) **e di venture capital**.
- **Valorizzare la “finanza d’impatto”**, basata sull’assunto che i capitali privati possono contribuire a creare, anche in combinazione con i fondi pubblici, impatti sociali positivi e nuovo valore economico. Il potenziale di questi investimenti permette, infatti, di far fronte alle nuove sfide legate alla crescente domanda diversificata di servizi, soprattutto da parte delle imprese con maggiori difficoltà di accesso al credito. Tra gli strumenti della finanza d’impatto da valorizzare rientra, in particolare, la definizione di “green bonds”, strumenti finanziari relativamente nuovi, che hanno conosciuto un tasso di crescita straordinario negli ultimi anni: obbligazioni la cui emissione è legata a progetti che hanno un impatto positivo per l’ambiente;
- Erogare **servizi di formazione e tutoraggio**, da parte di figure specializzate, a favore delle imprese del Distretto del Cibo e del territorio di riferimento, in particolare per quanto attiene alla definizione dei business plan e delle strategie aziendali più confacenti ai succitati obiettivi di sviluppo ed internazionalizzazione, all’analisi delle problematiche amministrative, fiscali e finanziarie connesse alla gestione dell’impresa (in area nazionale ed internazionale), al monitoraggio costante della realizzazione dei progetti, alle iniziative di adesione a progetti di rete, ecc.
- Assicurare alle imprese servizi di **assistenza ai processi d’internalizzazione** (orientamento sui mercati esteri e sulle relative opportunità commerciali, informazioni su gare internazionali per settore e per paese, formazione sulle principali tematiche attinenti ai processi di internalizzazione d’impresa ed adeguate iniziative di matching(con relativo tutoring), individuazione di operatori locali, informazioni doganali, fiscali, legali, valutarie, assistenza per partecipazione a mostre e fiere e per l’organizzazione di eventi, assistenza per pubblicità nei media esteri, ecc);
- Favorire la **realizzazione di microimprese innovative (start-up) ad alta intensità di applicazione di conoscenza**, anche tramite iniziative di spin-off della ricerca, con la finalità di promuovere gli investimenti delle start-up nei settori delle attività agricole ed agroalimentari esercitate sul territorio di riferimento, nonché nei settori funzionalmente complementari per la valorizzazione, promozione e commercializzazione delle produzioni alimentari di qualità. A tal fine:
 - Sviluppare collegamenti e sinergie tra imprese, centri di ricerca ed università;
 - Promuovere gli investimenti nello sviluppo di prodotti e servizi, il trasferimento e la diffusione di tecnologie, l’eco-innovazione, le reti, i cluster;

- Sostenere la ricerca tecnologica e applicata, progetti piloti e le azioni di validazione dei prodotti;
- Realizzare un **incubatore d'impres**e dedicato alle imprese dell'agrifood e del life-biotechfood;
- Costituire una **Rete Soggetto d'impres**e agroalimentari del territorio, la quale, eventualmente, assieme ad altre Reti d'impres

Iniziativa 2. – «Gusta&Acquista» - la Legge regionale siciliana n. 25 del 2011 per la vendita diretta con degustazione/ristorazione consente ai produttori agricoli, singolarmente o in forma associata, l'esercizio della vendita diretta (dal produttore al Consumatore); il Distretto intende stimolare tale soluzione per la commercializzazione, distribuzione e vendita dei prodotti agroalimentari di qualità, ritenendola più efficace del semplice Km 0, in quanto favorisce il sostegno alla cooperazione di filiera, sia orizzontale che verticale, per la creazione e lo sviluppo di filiere corte nei mercati locali. Inoltre, può rappresentare un utile strumento per la creazione di piattaforme logistiche di raccolta (*groupage*) e distribuzione per la penetrazione dei prodotti siciliani di qualità nei mercati locali, ma anche esteri, soprattutto tramite il canale dell'*e-commerce*. Tale soluzione – supportata anche da appositi “pacchetti per l'export” comprendenti tutte le informazioni ed i servizi necessari per le aziende esportatrici e per quelle che intendono avviare percorsi di internazionalizzazione - permette, quindi, di rilanciare i prodotti tipici, sia nei mercati locali che delocalizzati, rappresentando uno degli elementi strategici di valorizzazione del settore agroalimentare locale che favorisce la creazione di un sistema sinergico nel territorio tra risorse naturali, attività economiche e relazioni sociali e contribuisce ad amplificare le possibilità di sviluppo sostenibile. Tra gli interventi previsti:

- Selezionare i prodotti di eccellenza “**Made in Sicily**” da commercializzare all'estero, in particolare se prodotti da micro e piccole aziende caratterizzate da produzioni agrifood di comprovata qualità (certificazioni, ecc). Per le aziende individuate, calcolare l'indice BAI (*Bring Abroad Index*), che consente di valutare il grado di idoneità dell'azienda e dei suoi prodotti al mercato estero;
- Definire un “**pacchetto per l'export**” utilizzabile dalle micro-PMI del Distretto, singole o associate, che intendono esportare i propri prodotti di eccellenza o avviare percorsi di promozione, distribuzione e vendita all'estero. Il “pacchetto” comprende tutti i servizi e le informazioni di carattere legale, amministrativo, fiscale, finanziario e di marketing necessari per avviare e rendere stabili nel tempo i processi di export e di internazionalizzazione, compreso l'elenco dei paesi esteri commercialmente più promettenti per l'esportazione, come risultanti dallo studio precedentemente effettuato;
- Costruire – attraverso la realizzazione di una **piattaforma di e-commerce** (B to B e B to C) – un mercato on line che permetta a privati ed aziende italiane ed estere di ordinare prodotti “icona” dell'enogastronomia direttamente dai piccoli produttori custodi delle tradizioni locali, “saltando” tutti i passaggi della distribuzione tradizionale. In tal modo, i produttori su piccola scala di prodotti *agrifood* possono avere a disposizione un software per entrare a far parte di un ampio mercato virtuale e allargare così il loro raggio d'azione in tutta l'Italia e anche oltre i confini nazionali. Tale piattaforma si interfaccia con l'altra piattaforma dedicata all'informazione e alla comunicazione (v. Iniziativa 1);
- Stabilire le soluzioni di **confezionamento** (con particolare attenzione alle soluzioni *ecofriendly* e di *biorecycling*) e spedizione dei prodotti in Italia e all'estero e di fidelizzazione della clientela.

Iniziativa 3. «Nutrizione e Salute» - La Nutraceutica si è oramai autorevolmente affermata, in campo internazionale, come uno dei settori di punta per lo sviluppo sostenibile, ruolo di rilevanza primaria per la nostra regione per le produzioni legate all'estrazione di principi attivi da matrici di origine vegetale e animale derivanti dalla biodiversità mediterranea, utili alla salute e molto apprezzate nel mercato farmaceutico, cosmetico, degli **integratori alimentari** e degli **alimenti funzionali**. Il “core” del settore riguarda i “*bio-based products*”, basati sui processi produttivi di estrazione dei principi attivi, sia dagli scarti di produzione, che da quella importante parte del pescato mediterraneo che non trova domanda di mercato, in

particolare alcune specie di pesce azzurro, dando luogo alla produzione di ingredienti per integratori alimentari, alimenti funzionali e applicazioni cosmeceutiche.

La scelta strategica di puntare sullo sviluppo della nutraceutica risponde alla domanda di eccellenza ed alta specializzazione tecnologica dell'apparato produttivo locale, infatti, su scala internazionale, le imprese che operano nei settori a più spinta competitività della gamma dei settori che registrano i migliori trend di sviluppo e di performance, tale da consentire un loro efficace e rapido inserimento nel mercato del lavoro locale, nazionale e internazionale, sviluppano una crescente e sempre più qualificata domanda di nuove ed elevate competenze tecniche e tecnologiche altamente specialistiche e con un elevato livello professionale, per promuovere i processi di innovazione nell'area delle nuove tecnologie per la vita. La scelta strategica di investire, in Sicilia, nello sviluppo della nutraceutica, pertanto, è dovuto, oltre che alle prospettive intrinseche del settore in sé, anche allo scopo di **promuovere, sostenere e condurre progetti e programmi pubblico/privati di ricerca applicata**, determinando, altresì, la tanto richiesta disponibilità di risorse umane con elevate specializzazioni tecniche necessarie per rispondere adeguatamente alla sfida dell'innovazione tecnologica.

Per incentivare tale processo sarà istituita un'officina della nutraceutica, da concepire e progressivamente strutturare con dotazione di laboratori e campi sperimentali, volta a incubare start-up innovative capaci di contribuire allo sviluppo di questo settore emergente.

Iniziativa 4. – « Filiera Etica e Sostenibile dal punto di vista sociale e ambientale » - Il Distretto del Cibo Born in Sicily – Val di Mazara si propone di promuovere filiere agroalimentari che pongano grande attenzione ai rapporti di produzione interni improntati ad equità e responsabilità sociale dell'impresa: se **la filiera è integrata verticalmente in modo da includere anche la commercializzazione e la “vendita come servizio” alle imprese agricole e di trasformazione agroalimentare** (non un rapporto di acquisto e rivendita, ma un servizio per la commercializzazione e la vendita), che si remunera con una percentuale prestabilita sul prezzo di vendita al consumatore, allora, è possibile prevedere una più **equa ripartizione degli utili tra i protagonisti di tutte le fasi di produzione-trasformazione-vendita e programmazione-gestione**. Insomma, il valore aggiunto può essere ripartito in modo tale da non lasciare il maggior guadagno (come avviene generalmente) al commerciante, ma da far partecipare anche l'agricoltore ai benefici del mercato, prevedendo una gestione trasparente dei costi e dei benefici (anche dal punto di vista finanziario e del cash-flow). Infatti, la sostenibilità non deve essere solo concepita nei rapporti e nelle relazioni che si creano all'interno di un'azienda, ma come l'elemento di responsabilità in grado di legare tutti gli attori di un processo economico (impresa, lavoratori, management, fornitori, acquirenti, banche, istituzioni pubbliche ed altre organizzazioni private). Non si tratta soltanto di un cambio di paradigma etico, ma di generare valore attraverso un aumento della reputazione e quindi, della effettiva convenienza percepita di tutti gli attori coinvolti nella catena di produzione, in quanto “interesse ben compreso” a collaborare sinergicamente, attivando i meccanismi del confronto reciproco, del dialogo e della fiducia, che, nel tempo, sono destinati a costruire “capitale sociale”. D'altra parte, anche sul versante dei consumatori occorre stimolare la consapevolezza riguardo ai “sistemi multi-stakeholder” di produzione e indurre ad adottare quotidianamente comportamenti di acquisto e consumo (con le conseguenti refluenze anche sul settore dei rifiuti e gestione degli scarti di produzione e consumo) consapevole e responsabile, specialmente nel caso si tratti di prodotti provenienti da terre confiscate alle mafie. Proprio in quest'ultimo caso, l'obiettivo sarà quello di creare un modello di gestione coordinata e sinergica tra i diversi attori (stakeholder e istituzioni) coinvolti nella gestione dei beni confiscati e sequestrati alla mafia, perché questa generi, di fatto, un impatto sociale ed economico secondo i principi della welfare society, vale a dire i principi di sussidiarietà circolare in cui i cittadini sono coinvolti nel processo di pianificazione e di produzione dei servizi (co-produzione). La valutazione dell'impatto sociale ed economico del progetto presupporrà non meramente la misurazione o il giudizio, così come non semplicemente i principi di trasparenza e correttezza gestionale; essa, piuttosto, andrà a valorizzare gli elementi ed i percorsi di innovazione sociale nei mezzi e nei fini dell'agire progettuale. Tanto, sia, in termini di cambiamento che si intende generare nella dimensione dei processi gestionali e delle ricadute dei nuovi paradigmi di collaborazione multidimensionali che il progetto attiva tra privati, organizzazioni, istituzioni e territori, sia, in termini di rafforzamento della capacità produttiva dei

beni messi a sistema, di potenziamento delle singole realtà produttive con interventi economici finalizzati all'efficientamento, di creazione di filiere produttive etiche, di integrazione profit-nonprofit, di potenziamento attraverso la trasmissione di know how, di creazione di nuove opportunità economiche, di accesso a nuovi mercati, di creazione di nuova occupazione. Tale modello di gestione sarà indirizzato, quindi, alla **produzione di beni relazionali ed alla creazione di capitale sociale**, che si declinerà, ad esempio, nella capacità di lettura dei bisogni del territorio, nella creazione di reti di partner e nel mantenimento e potenziamento reale nel tempo delle stesse, nella costruzione di sistemi aperti di “*governance multi-stakeholders*”, nella capacità di includere soggetti appartenenti a categorie vulnerabili (svantaggiati, giovani, donne, immigrati, ecc.). Per quanto attiene, poi, alle considerazioni riguardanti l'impatto ambientale dei sistemi di produzione, il Distretto del Cibo Born in Sicily – Val di Mazara vuole impegnarsi nel trasferimento sul territorio di **innovazioni tecnologiche volte a ridurre l'uso dei contenitori di plastica per scopi alimentari** e comunque, a largo spettro, associabili agli obiettivi istituiti infraesposti. Utilizzare sempre più un packaging realizzato con materiali innovativi, magari frutto del riciclaggio degli scarti di produzione agricola e agroalimentare, contribuirebbe notevolmente, assieme alla riduzione dell'uso di pesticidi e fitofarmaci, a mitigare l'impatto ambientale negativo dei nostri sistemi di produzione.

Iniziativa 5. – «Rotte del gusto» - per scoprire le caratteristiche del territorio siciliano attraverso la diretta esperienza della cultura dei suoi territori. Le attività delle “Rotte del gusto”, a partire dalle produzioni agroalimentari ed enologiche, rappresenteranno lo **strumento di valorizzazione per il recupero della ricca varietà di identità locali**. Grazie al fascino evocativo dei veicoli storici (di acqua, di terra e persino, “di aria”) ed alle "rotte meno note" il viaggiatore si immergerà nella autentica memoria degli antichi modelli sociali e dell'impatto degli stessi sulla società di oggi. Il recupero “personale” ed esclusivo del passato, consentirà la proiezione alle potenzialità di sviluppo, anche economico, delle filiere interessate dal progetto di un turismo slow legato ai valori della sostenibilità per il rilancio dei territori ed una affidabile costruzione di piani ed efficaci e competitive politiche strategiche nel turismo. Proporre esperienze di viaggio innovative, che vanno dai treni storici alle ippovie e ciclovie, non rappresenta soltanto sostenere itinerari culturali alternativi, ma applicare sul territorio un modello di vita legato allo sviluppo del turismo attraverso la qualità dei prodotti alimentari garantiti dalle filiere certificate selezionate dal distretto. Vere summae di eccellenze delle realtà produttive locali, le singole “stazioni di sosta” diventano patrimonio ed espressione del territorio cui appartengono, dotando l'area di una sede stabile di commercio, scambi, scuola di tradizioni enogastronomiche ed eventi di cultura viva, autentica espressione della specifica porzione di territorio in cui insistono.

L'architettura logica di cui consta la progettualità, costituisce un modulo aggregante estensibile a tutta la Sicilia, variamente declinata in base alle particolari specificità identitarie dei diversi territori, con un elevato potere “destagionalizzante” dei flussi intercettati, proprio in virtù della ricca varietà delle differenti tipologie di offerta le quali, anche in forza della alternanza delle stagioni, si consente ai territori di approntare. Tale architettura può essere schematizzata attraverso la descrizione delle seguenti azioni principali:

- **Creazione di itinerari di “discovery” dei Territori meno noti e più intensamente evocativi degli autentici markers identitari siciliani**, mediante l'utilizzo di veicoli, di acqua, di terra (rotaia, gomma, cicli, carri e carrozze, sentieri, cavalli, asini, etc), di aria, atti ad esaltare la suggestività esperienziale del percorso, specie utilizzando il metodo “slow” e l'atmosfera “senza tempo”;

- Predisposizione di strumenti idonei ad “aumentare” le dimensioni esperienziali dell'itinerario e precisamente:

- Sui veicoli d'epoca, mediante un approccio 1) sensoriale/ “personale, di contatto”, utilizzando i veicoli come “aule” nelle quali le realtà (pubbliche o private, singole o associate) espressive dell'identità locale (enogastronomica, ambientale/naturalistica, culturale, produttiva- artigianale, etc), con calendari preventivamente formati su una accurata selezione della qualità delle proposte, avranno la possibilità di istillare nel viaggiatore, la consapevolezza sensoriale, prima dell'immersione, fino al personale, “esclusivo” coinvolgimento nel “divenire siciliano”; 2) digitale/ social, mediante supporti informatici distribuiti sui veicoli all'utenza, predisposti per sottoporre alle scelte del “navigatore”, per tal via correlativamente

profilato, contenuti audio-video (media e web) opportunamente categorizzati per tematicità relative alle peculiari risorse attrattive e di tradizione della specifica porzione di territorio attraversata.

□ “Per via” (rotte, tratte, sentieri, trazzere, strade desuete), mediante *app* georeferenziate e scaricabili dal singolo viaggiatore mediante tecniche di *mobile engine*, al fine di guidare il viaggiatore che opti di esplorare “in autonomia” il territorio, offrendo una esaustiva gamma di aggiornati e verificati contenuti (descrizioni, cenni storici, orari, tempi di chiusura, calendari di attività, promozioni, *newslettering*, modalità di fruizione, caratteristiche di accessibilità, etc), relativi agli attrattori (culturali, naturalistici, enogastronomici, etc) presenti sui luoghi. Detto mezzo, rimanendo presente sul supporto personale del viaggiatore sino alla scelta della eventuale disinstallazione, consentirà a quest’ultimo di “portarsi a casa” il territorio anche oltre il compimento della limitata esperienza fisica della visita “*abroad*”. Ciò consentirà di realizzare il duplice obiettivo strategico della predisposizione di uno strumento, sia di materiale “testimonianza persuasiva” e “costante tentazione” del passaparola del viaggiatore nel suo racconto dell’esperienza ritratta dall’esplorazione del territorio, sia di preziosissima costruzione di un data base, minuziosamente profilato, relativo ad un incrementale bacino di utenza potenziale di *incoming*, investitori, partners di sviluppo territoriale, etc (in relazione alla qualità e composizione del raggio di potenziale divulgazione di referenze da parte del viaggiatore) .

□ Nei luoghi di sosta (edifici dal fascino storico evocativo riattati ad hoc ed allo stato facenti infruttuosamente – oltre che costosamente- parte del patrimonio, ad esempio, anche dei “gestori delle vie” quali beni considerati “fuori uso”) con la diretta esperienzialità della più selezionata e performante offerta (enogastronomica, culturale, etc) delle realtà produttive ed istituzionali del singolo territorio. Saranno questi, infatti, gli stabili templi delle vive realtà dell’offerta locale, stabilmente ed autonomamente attivi con calendari di degustazioni, fiere (ove le aziende partecipanti verranno rigidamente selezionate in base a criteri di serietà nella predisposizione e gestione di una offerta di qualità, sicurezza e tracciabilità garantite, un metodo di commercializzazione diretta ed un performante sistema di “delivery”, che snellisca ed agevoli la decisione di acquisto da parte del viaggiatore ospitato, considerato in termini di B to B che B to C) mostre e *pieces* culturali di realtà artistiche locali, luoghi di convegni interessanti le aree di competenza, etc.

- Potenziamento dell’offerta turistico-culturale e messa in rete di siti di interesse storico e paesaggistico presenti sul territorio, attraverso azioni congiunte volte al recupero di immobili di interesse, pubblici e non, riconducibili sia al patrimonio minore sia al patrimonio culturale di pregio, legate al tema del turismo lento, per la scoperta di territori, specie le destinazioni meno note, attraverso una mobilità dolce, lungo itinerari di livello regionale. Nell’ottica di favorire la valorizzazione territoriale delle risorse culturali, paesaggistiche ed agroalimentari, nonché promuovere la mobilità dolce e il turismo sostenibile, gli immobili oggetto di recupero saranno riutilizzati a fini turistico-ricettivi, e finalizzati a supportare il viaggiatore camminatore o ciclista nella scoperta del territorio.

- Realizzazione di forme di collaborazione istituzionale – che prevedano ad esempio la costituzione di un fondo di rotazione o di un fondo di garanzia – volte allo sviluppo di ogni utile attività di sostegno finanziario e di assistenza tecnica per lo sviluppo di progetti di recupero e riutilizzo a fini turistici e culturali di immobili pubblici. In particolare:

- Concessione di microrcrediti finalizzati all’avvio di progetti di valorizzazione del patrimonio immobiliare pubblico e privato di interesse, in favore dei soggetti che risultino affidatari degli immobili stessi;

- Concessione di linee etiche di credito fino ad un importo massimo di 150.000 euro a favore delle imprese che, in relazione a programmi d’investimento complessi, sostenibili ed ecocompatibili, necessitano di finanziamenti che eccedono l’ammontare massimo tipico del microcredito;

- Erogazione di servizi di assistenza tecnica, monitoraggio e tutoraggio delle microimprese finanziate, secondo modelli di supporto già operativi e sperimentati con successo a livello nazionale.

- Supporto finanziario e assistenza tecnica ai piccoli proprietari e/o affittuari che intendono avviare un'attività micro-ricettiva sostenibile in un immobile di proprietà o goduto in comodato, ovvero, condotto in locazione. Ci si riferisce, in particolare, ai molti immobili fermi sul mercato che costituiscono un onere a carico dei proprietari a causa: (i) dello stallo del mercato immobiliare, con un numero minimo di compravendite e con l'impossibilità di vendere o affittare la propria casa in momenti di necessità; (ii) dell'elevato costo di manutenzione e mantenimento degli immobili (interventi manutenzione ordinaria e straordinaria, imposte, tasse, ecc.). Grazie alla trasformazione di questi immobili in strutture imprenditoriali micro-ricettive sostenibili, è possibile:

- Da un lato, assecondare le nuove tendenze del turismo extra-alberghiero, da parte del sempre maggior numero di viaggiatori interessati a scoprire autonomamente le ricchezze dei territori, dal punto di vista culturale, ambientale, paesaggistico e culinario;

- Dall'altro, divenire fonte di guadagno per i proprietari o gli affittuari, favorendo, tra l'altro, l'inclusione sociale e finanziaria di quelli tra di loro che si trovano ad affrontare situazioni di disagio economico.

Anche in questo caso il sostegno finanziario sarà offerto nella forma del microcredito a valere su fondi pubblici o privati (il c.d. microcredito per l'housing) e nel caso di progetti che comportino spese che eccedono i limiti del microcredito, anche attraverso linee etiche di credito fino ad un importo massimo di 150.000 euro. Sarà inoltre assicurata l'erogazione di servizi di assistenza tecnica, monitoraggio e tutoraggio delle microimprese finanziate, secondo modelli di supporto già operativi e sperimentati con successo a livello nazionale.

- Creazione di un coordinamento del singolo territorio ed uno generale, concretamente abili alla organizzazione e gestione di vertice dei tasselli dell'offerta complessivamente articolata e contestualmente, alla raccolta, analisi e finalizzazione dei dati statistici e di profilazione raccolti mediante i diversi strumenti a ciò preposti.

- Predisposizione dei protocolli territoriali, di vario livello, necessari alla regolamentazione dei ruoli da svolgere da parte dei singoli componenti, privati ed istituzionali, interessati dalla composizione olistica dell'offerta e contemplanti i disciplinari atti a fornire un livello competitivo di qualità e sicurezza della stessa.

- In linea con i concordati e verificati obiettivi di competitività e di qualità, sicurezza ed autenticità dell'offerta, bisogna tenere presente la necessità di realizzazione dei più opportuni processi: 1) di studio di mercato e della competitività di settore, marketing strategico, individuazione, programmazione, organizzazione e gestione delle azioni, promozione- informazione- comunicazione e caratterizzazione dei prodotti di eccellenza del Distretto del Cibo e individuazione dei paesi esteri commercialmente più promettenti per l'esportazione di tali eccellenze; 2) di formazione e di dotazione professionale nei diversi settori interessati; 3) di snellimento procedurale e semplificazione burocratica nella realizzazione e gestione dei compositi meccanismi di costruzione della detta offerta; 4) di controllo ed alta vigilanza sulla regolarità e legalità delle procedure, sull'adempimento dei singoli carichi obbligatori facenti capo ai singoli apporti compositivi dell'offerta, sulla sicurezza e sul mantenimento del decoro e dell'ordine pubblico, necessari sia alla più esaustiva tutela dei diversi soggetti coinvolti (come tasselli dell'offerta e della domanda, sia pubblici che privati), sia all'assolvimento dei canoni di buon andamento, economicità, efficacia ed efficienza dell'agire pubblico; 5) di interventi infrastrutturali e di mobilità.

Sviluppare un **Turismo enogastronomico "identitario"**, basato sull'approccio del Turismo Relazionale Integrato che intercetta targets i quali, pur sull'arco di segmenti diversi, esprimono in comune tendenza ad una maggiore disponibilità ad una spesa più elevata in ragione dei fattori di qualità ed ai margini dell'offerta e superiore a quella registrata per i targets propri del turismo convenzionale rappresenta un trend in crescita. L'enogastronomia, nella sua più ampia accezione di esperienza culturale, ha acquisito, infatti, una rilevanza considerevole nelle scelte di viaggio e da elemento accessorio si è trasformata in una componente in grado di

orientare in modo determinante le scelte del viaggiatore (considerato tale non solo colui che si rechi ad esplorare luoghi diversi da quelli di nascita/vita quotidiana, ma anche lo stesso cittadino che si muova entro gli stessi propri luoghi natii/ di vita quotidiana). In tal modo si favorisce una multifunzionalità delle imprese.

Iniziativa 6. – «**Club di Prodotto MED DIET Born in Sicily Routes - Val di Mazara**» - l'idea progettuale del Distretto del Cibo nasce, quindi, dall'individuazione dell'insieme degli elementi di identità dei territori identificati e della gente che li anima, conferendone elemento di tipicità, carattere distintivo della proposta nel suo complesso. L'elemento unificante, infatti, sono i ricchi valori del patrimonio, prevalentemente rurale, degli «Antichi mestieri, Sapori e Tradizioni popolari», autenticamente identificati, località per località coinvolta, nonché l'essenza della Dieta mediterranea- Stile di Vita, così come viene declinata nella parte occidentale della Sicilia. I «sapori» sono stati scelti come elemento principale-driver al quale legare tutti gli altri aspetti del «vivere da siciliano», con l'obiettivo, quindi, di confezionare prevalentemente prodotti turistici diversificati, altamente sensoriali e relazionali, caratterizzanti non solo il sistema dei prodotti tipici e della gastronomia, ma comprendendo anche le qualità di uno stile di vita vocato all'accoglienza e alla convivialità. La scoperta del territorio e la fruizione delle sue risorse non risultano, in tal modo, articolate esclusivamente sul modello del target «enogastronomico», bensì sui recettori ed attrattori dell'arco di competitività legato a tutti i settori strategici (Beni Culturali, Enogastronomia, Turismo, Ambiente- Salute- Benessere, Comunicazione, eventi). Considerate le finalità di sviluppo del Distretto del cibo, declinato sugli elementi di identità locale, puntualmente e meticolosamente individuati, e sulla componente «esperienziale» dell'offerta, in maniera tale da formulare una proposta unica, si istituirà un Club di Prodotto, che aggregerà operatori pubblici e privati ed agirà nell'ambito della creazione, promozione e commercializzazione non di un prodotto turistico genericamente inteso, ma di un prodotto specifico rivolto efficacemente al mercato competitivo globale. Il Club di Prodotto avvierà attività promo-commerciali basandosi su una combinazione di prodotti e di mercati. Sarà, quindi, uno strumento prezioso, nel contesto del Distretto del cibo, poiché permetterà anche a piccole aziende di accedere a canali di comunicazione che altrimenti resterebbero preclusi. Il Club di prodotto è una scelta strategica del Distretto poiché consentirà di riportare a filiera ed in un processo sistemico gli elementi legati ai riconoscimenti al regime di qualità vini DOCG, DOC e IGT, in applicazione del Regolamento UE 1308/2013; al regime di qualità dei prodotti Dop e IGP riconosciuti ai sensi del Regolamento UE 1151/2012; ai regimi di qualità SQNZ ed all'agricoltura biologica e sistema di certificazione UNI EN ISO22005:2008 di rintracciabilità nella filiera agroalimentare.

Attività di support all'istituzione del Club di prodotto sarà la mappatura di tutti i soggetti (pubblici, privati e di terzo settore) potenzialmente interessati e necessaria alla sua costituzione presenti sul territorio.

Passare da una promozione generica ad una strategia di valorizzazione territoriale integrata consentirà di agire sulla consapevolezza rispetto al valore della cooperazione ed affiancamento tra soggetti privati e figure istituzionali direttamente coinvolte nel progetto. Il Club di Prodotto rappresenterà lo strumento «eletto» per favorire la concertazione e l'integrazione tra i proponenti e favorirà la partecipazione condivisa tra gli attori pubblici e privati coinvolti, secondo la metodologia del network. Risultati indiretti del Club di Prodotto saranno:

- la creazione di un'offerta turistica trasversale, diversificando e destagionalizzando così l'offerta territoriale;
- l'incentivo agli operatori ad arricchire i servizi e migliorare la qualità percepita del prodotto offerto;
- la realizzazione di forme di promo-commercializzazione integrata;
- la visibilità e la migliorata percezione complessiva della destinazione;
- la possibilità di raggiungere nuove nicchie di mercato;
- la possibilità di organizzare educational tour e visite aziendali per la promozione dei prodotti di qualità della filiera corta, anche rivolti ai responsabili degli acquisti dei GAS e del canale HORECA.

La filosofia che anima i Club di Prodotto del Distretto, quindi, nello in particolare, si basa sull'intento di creare un circuito di "qualità globale" dell'Accoglienza, che coinvolge i soggetti operanti, sia nell'ambito dell'offerta agroalimentare e turistica di base, sia in quello dei servizi secondari, non tralasciando le necessarie partnership istituzionali ed amministrative. Così da consentire, effettivamente ed affidabilmente, di accogliere "il Viaggiatore" e fargli vivere un'esperienza sui territori ed "in Sicilia", guidata attraverso le bellezze naturalistiche e le ricchezze culturali, la qualità del cibo, l'equilibrio nutrizionale della Dieta Mediterranea ed uno stile di vita rilassante che contribuisce a far apprezzare la scoperta delle autentiche tradizioni delle nostre comunità locali.

Il Distretto del cibo, di conseguenza, non può essere inteso come mero strumento per migliorare la commercializzazione di alcune produzioni alimentari siciliane, ma più propriamente, quale opportunità di far conoscere la specificità delle eccellenze enogastronomiche isolate, legate ad una lunga tradizione culinaria polisemantica formatasi nei secoli attraverso stratificazioni culturali diverse, le quali hanno contribuito a consolidare una peculiare identità che si è sempre mantenuta aperta a un approccio interculturale, nel senso dialogico del termine. Tale aspetto di tipo culturale rappresenta una vera, ma poco valorizzata, risorsa, sia dal punto di vista dell'attrattività di un'offerta turistica basata, non solo sulla cultura della tavola e dell'accoglienza, ma, piuttosto, su una proposta di un olistico "stile di vita", che si riverbera nelle scelte di consumo che tengono conto degli aspetti sociali legati alla convivialità, oltre a quelli di tipo salutistico ed ecologico. Allo stesso tempo, dal punto di vista ambientale, il cibo inteso come produzione agricola, trasformazione, immagazzinamento e trasporto, ha esso stesso un impatto rilevante sulle emissioni di gas serra e sulle modificazioni dell'uso del suolo e quindi sul cambiamento climatico e sul consumo delle risorse naturali. Per ridurre gli effetti del cambiamento climatico è necessario un approccio alimentare più sostenibile capace di ridurre significativamente gli impatti sui sistemi naturali e la biodiversità e di integrare in modo equilibrato le diverse componenti dell'alimentazione, in modo da rispondere anche ad esigenze di benessere fisico e di salute. I prodotti a minor impatto ambientale, infatti, sono tendenzialmente anche quelli che dovrebbero venire privilegiati nell'ambito di un'alimentazione sana e concretamente abile a ridurre il rischio di insorgenza di molte patologie croniche. In pratica, emerge la coincidenza in un unico modello alimentare di due obiettivi diversi, ma altrettanto rilevanti: la salute delle persone e la tutela ambientale. In breve: valorizzazione del modello siciliano di Dieta Mediterranea quale stile di Vita.

Il Distretto del cibo, anche per queste ragioni, non può che rappresentare sia varietà dell'offerta agroalimentare, turistica e culturale territoriale, sia la peculiarità del modello "locale" dello stile di vita mediterraneo. Inoltre, deve evidenziare le caratteristiche del modello produttivo che si vuole promuovere, riuscendo a coniugare tradizione e innovazione, identità e cambiamento, tutela dell'ambiente e salute con modalità e processi sostenibili e competitivi.

Il Distretto del Cibo "Born in Sicily Routes - Val di Mazara" avrà, quindi, successo in quanto riuscirà ad indurre produttori e consumatori a considerare il **cibo quale elemento cardine di un nuovo modello di produzione, promozione, vendita e consumo** che, a sua volta, declina un nuovo modello di sviluppo sostenibile e di consumo consapevole, nonché, un nuovo stile di vita attento alla salute e all'ambiente. In questo nuovo modello i territori, dal basso, possono e devono ritrovare un proprio ruolo trainante, seppur cogliendo le opportunità offerte dall'economia globale. È, infatti, in una prospettiva locale/globale e nella bidirezionalità della dinamica delle interazioni tra vari livelli di governo e delle attività di *governance multilivello* (tanto *bottom-up*, quanto *top-down*) che si può misurare l'efficacia degli interventi pubblici per lo sviluppo locale sostenibile.

Tutto ciò considerato il progetto si inserisce a pieno titolo fra quelli che possono avere impatto altamente significativo in termini di sviluppo sostenibile, andando ad **agire su diversi SDGs in maniera partecipata e coordinata (Goal 2 – Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile; Goal 11 – Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili; Goal 12 – Garantire modelli sostenibili di produzione e consumo; Goal 17 – Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile).**

In sintesi, gli obiettivi generali da raggiungere tramite la costituzione del Distretto del Cibo sono:

- attivare consapevolezza sul valore delle filiere produttive strutturate, delle imprese che ne fanno parte, delle produzioni di qualità e dei loro Consorzi di tutela, seguendo le regole di sostenibilità ambientale, di valorizzazione territoriale e del rispetto dei consumatori;
- avviare percorsi di riconoscimento dei sistemi di rintracciabilità e salubrità alimentare mirati alla più ampia tutela e protezione della salute dei consumatori, a partire dalla refezione pubblica;
- sensibilizzare, attraverso seminari e workshop partecipati, i soggetti pubblici e privati impegnati nella realizzazione del progetto, sui temi della microfinanza, della finanza d'impatto e sull'ottimale utilizzo dei fondi SIE e promuovere l'utilizzo dei relativi strumenti, assistiti da strumenti di accompagnamento e tutoraggio;
- predisporre criteri e protocolli atti alla creazione di un marchio certificativo "Dieta Mediterranea" validabile su scala internazionale;
- promuovere le certificazioni volontarie "bio", "halal" e "kosher";
- individuare e valorizzare l'agroalimentare regionale secondo principi di inclusione territoriale e sociale, nonché di tutela ambientale basata sulle continue evoluzioni delle strategie di green e blue economy;
- supportare le forme aggregate (Distretti, OP, Cooperative, Consorzi, reti, ecc) di promozione e commercializzazione dei prodotti agroalimentari siciliani, tramite servizi di export management e strategie di filiera corta e di internalizzazione;
- promuovere l'organizzazione di una struttura di management unitario per la gestione del sistema aggregato delle filiere produttive che fanno parte del Distretto.
- organizzare una piattaforma web per la promozione e commercializzazione dell'offerta agroalimentare e turistica eno-gastronomica- culturale basata sulla tutela e valorizzazione delle caratteristiche identitarie del modello territoriale della Dieta Mediterranea come olistico Stile di Vita;
- organizzare piattaforme logistiche per la distribuzione anche tramite e-commerce;
- costruire "pacchetti per l'export" a supporto delle imprese esportatrici e di quelle che intendono avviare percorsi di internazionalizzazione;
- organizzare la commercializzazione e distribuzione dei prodotti di qualità tramite la vendita diretta con degustazione/ristorazione;
- mettere in risalto la centralità della valorizzazione delle produzioni di qualità riconosciute (Dop, Igp, Bio, Doc, Igt, Pat, etc.) fresche e trasformate, anche favorendo l'aggregazione delle filiere agroalimentari con imprese di altre filiere produttive;
- attivare il processo di formazione e/o implementazione del paniere agroalimentare di Sicilia, suddiviso per autonome filiere di settore, collegate in senso proattivo in un unico marchio di qualità;
- promuovere percorsi turistici esperienziali e stagionalizzati, ispirati all'approccio di TRI (valorizzazione delle risorse turistiche collegate ai territori secondo principi di Turismo Relazionale Integrato) e targettizzati secondo le finalità espresse dal Programma del Distretto, rafforzando il legame tra fruizione dei territori e produzioni enogastronomiche;
- promuovere progetti di microricettività alberghiera, extralberghiera ed in genere "turistica" nella lata accezione del mercato di riferimento;
- sensibilizzare alla Responsabilità sociale dell'impresa;

- attivare processi di riconoscimento e promozione dei valori della legalità e dell'etica negli affari e rispetto alle istanze di una reale e sana competitività, della sostenibilità, della accessibilità tecnicamente intesa, della salvaguardia dell'identità e del dialogo interculturale pacifico e fruttuoso;
- Promuovere la coesione e l'inclusione sociale, aggregando filiere produttive che valorizzino rapporti di produzione interni alla filiera, improntati ad equità e responsabilità sociale delle imprese;
- favorire lo sviluppo territoriale, attraverso l'integrazione di attività economiche e sociali caratterizzate da prossimità territoriale;
- garantire l'educazione e la sicurezza alimentare;
- diminuire l'impatto ambientale delle produzioni;
- ridurre lo spreco alimentare;
- salvaguardare il territorio e il paesaggio rurale attraverso le attività agricole e agroalimentari;
- Coinvolgere in maniera pro-attiva, in forma di "Rete Strutturata di Partenariato Pubblico-Privato Agroalimentare Regionale" e nel rispetto delle generali prerogative dei Soggetti cooperanti in rete, gli attori delle diverse filiere agroalimentari siciliane, nel Procedimento Plurifondo CLLD (Community Led Local Development - ovvero Sviluppo Locale Partecipativo), per attivare nuove forme di sviluppo territoriale che utilizzano in forma integrata e coordinata i fondi SIE (FEASR, FEAMP, FESR, FSE, FC);
- Orientare l'impiego delle risorse economiche, già disponibili in questa programmazione o che si renderanno tali nella prossima, verso la valorizzazione del prodotto agroalimentare regionale di qualità, nell'ottica della diffusione del Brand "Born in Sicily";
- Svolgere studi e analisi normative, anche di tipo comparativo, enucleando criticità e possibili soluzioni (strumenti e metodi) più confacenti alle politiche di sviluppo rurale.

RISULTATI ATTESI

L'attuazione del Programma di Distretto è orientata al raggiungimento dei seguenti risultati:

- Aumento del fatturato consolidato delle filiere agroalimentari siciliane;
- Miglioramento delle capacità di organizzazione e strutturazione delle filiere agroalimentari;
- Miglioramento delle possibilità di stabilire programmi di cooperazione e sinergie tra le filiere dei prodotti siciliani agroalimentari e il settore del turismo relazionale integrato;
- Aumento della quota di fatturato generato dalle esportazioni di prodotti agroalimentari siciliani;
- Miglioramento quali-quantitativo del mercato turistico di *incoming*;
- Prolungamento della permanenza dei turisti nel territorio;
- Aumento del valore del Brand "*Born in Sicily*" percepito dai consumatori;
- Ottimizzazione dell'allocazione delle risorse pubbliche derivanti dai Fondi SIE, valorizzando le produzioni agroalimentari siciliane di qualità;
- Creazione di nuove imprese;
- *Match making* tra i settori cultura, agricoltura e turismo;
- Erogazione di strumenti finanziari a favore delle imprese e *capacity building*.

