

Mediterritage

Valorisation économique du patrimoine naturel et culturel des montagnes méditerranéennes

SOUS-PROJET « WINOLIVE »

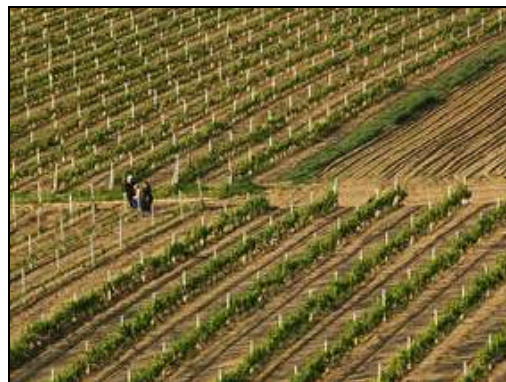
Présentation de la contribution de Belmonte Calabro - Città del Vino Région de Calabre (Italie)

1. Présentation générale du territoire/village

Overall presentation of the territory / Village

L'activité la plus importante est l'agriculture mais il y a encore des vieux artisans et certaines activités industrielles représentent un bon soutien pour l'économie. Très connue est la production de la fameuse tomate de Belmonte, à forme de cœur de boeuf, et celle des figues colavolpe.

Pour sauvegarder la survie de l'économie du territoire promouvoir et valoriser toutes les ressources environnementales, historiques et culturelles pour que l'on puisse constituer un système touristique intégré qui soit capable d'individualiser des parcours d'art, nature, santé, gastronomie, traditions en poussant des flux touristiques capables de produire une économie nécessaire à la vie économique d'un village tel que Belmonte.



Les vignobles d'Ampeli en Calabre

2. Situation du territoire / village par rapport au thème du sous-projet

Situation of the territory / village with regard to the sub-project

La surface de Belmonte occupe une superficie d'environ 23 km², en s'étalant de la montagne (M.te ocuzzo mt. 1.050) jusqu'à la mer.

Belmonte Calabro est facilement joignable par la SS 18, il est à 25 km de l'aéroport international de Lamezia Km 25 et à la même distance de la gare de Paola (Cs). Le centre historique, né en 1270, se trouve à 160 m de hauteur, il est à 5 km de la mer et sur le territoire il y a une série de hameaux qui gardent les caractéristiques d'un bourg rural.

La mairie Belmonte comprend dans son territoire de montagne les hameaux de Spineto, Palombelli, Salice e Annunziata ou il y a des petites entreprises de production oenogastronomique typiques (vin, fruit et légumes, fromages et charcuterie) et des usines artisanales.

L'Associazione Nazionale Città del Vino travaille dans le secteur oenogastronomique depuis 1987 et elle regroupe 500 Mairies italiennes où il y a production de vin. L'Associazione aide les mairies à développer le marketing du territoire à travers la promotion, les medias, la participation aux foires. L'Associazione réalise chaque année des études sur le tourisme oenogastronomique en Italie avec l'aide des structures professionnelles. L'Association participe au projet « winolive » avec son chef de file de Calabre.

Pour assurer la sauvegarde, le maintien et l'amélioration du positionnement des territoires concernés en tant que destination touristiques de haut niveau, il importe donc de développer des produits innovants comme ceux du projet « winolive » qui valorisent une image de qualité.

La rationalisation de l'utilisation du tourisme et la qualification de l'intervention touristique sur le territoire permettront la programmation intégrée du territoire même et notamment la gestion du patrimoine culturel et naturel.

3. Les attentes par rapport au sous-projet

Expectations from the sub-project

Ce projet permettra d'un côté le développement culturel à grande échelle et de l'autre côté il sauvegardera la diversité régionale valorisant les produits typiques des territoires concernés.

Ce projet transcende les simples opérations que chaque partenaire pourrait mener individuellement dans leur pays respectif. En effet, il permettra à l'ensemble du bassin des montagnes méditerranéennes de bénéficier d'une offre identifiable et de nouveaux marchés adaptés à une économie de plus en plus internationale.

Le patrimoine culturel lié à l'oéno-gastronomie sera restauré, mis en valeur et valorisés dans une logique de co-développement durable, et associé à une meilleure valorisation des productions agroalimentaires locales.

Un support sera fourni aux professionnels du secteur touristique : notamment ce service pourra aider à réaliser des packages touristiques avec des parcours personnalisés. Annonces de voyages et paquets seront publicisés sur le site Internet dédié et pendant la campagne de communication.

Le projet permettra l'expérimentation, au niveau transnational, d'une politique de soutien et de développement du tourisme oéno-gastronomique et la valorisation des productions typiques, des recettes de la tradition tandis que la sauvegarde du paysage des territoires des montagnes méditerranéennes.

Le projet donnera lieu à la création et à la consolidation d'un circuit de mise en valeur des territoires concernés par l'implication active des opérateurs, et engendra la mise en valeur des produits dans une plus ample politique de promotion des aires de montagne. De plus, il y aura une implication directe des institutions