Destinazione del borgo marinaro: un poliborgo attivo dello Stretto

Il borgo marinaro è concepito come un **poliborgo attivo**: un luogo abitato, studiato, lavorato e visitato, in cui si intrecciano formazione universitaria, lavoro creativo e digitale, impresa giovanile, cultura locale, turismo esperienziale e shopping di qualità.

La destinazione è valorizzare l'identità marinara, agricola e artigianale della zona (pesca, bergamotto, piccoli borghi dell'entroterra, cultura dello Stretto) trasformandola in un'infrastruttura integrata di servizi per studenti, ricercatori, giovani professionisti, residenti e visitatori.

Il modello combina:

- una **residenza universitaria avanzata** con spazi studio e coworking;
- un **centro di formazione e innovazione** in collaborazione con le università di Reggio Calabria e Messina;
- un **borgo-laboratorio culturale e artigianale**;
- un'**offerta turistica esperienziale** su mare, Vallata del Gallico e Aspromonte;
- un'**area commerciale attrattiva** di tipo outlet, con firme di lusso e grandi brand della moda, per rafforzare l'attrattività territoriale e generare flussi di visitatori e occupazione.

Spazi e funzioni: un ecosistema integrato

1. Residenza, studio e coworking universitario

Il borgo ospita:

- **Sale per lo studio universitario**, ambienti silenziosi e modulari, progettati per la concentrazione individuale e il lavoro di gruppo.
- **Aree lounge e spazi di coworking** con postazioni dotate di connessione internet ad alta velocità, per studenti, ricercatori, professionisti in remoto e start-up.
- **Sale per seminari, formazione e incontri**, utilizzabili anche da docenti delle università di Reggio Calabria e Messina per moduli didattici "in borgo", summer school, workshop e residenze di ricerca.
- **Laboratori per l'innovazione sociale, culturale e turistica**, dove sviluppare progetti su turismo sostenibile, valorizzazione del patrimonio, digitalizzazione dei servizi territoriali, marketing dei prodotti tipici (bergamotto, pesca, artigianato).
- **Spazi per associazioni, start-up e giovani professionisti**, pensati come incubatori di iniziative legate al mare, all'agricoltura di prossimità, all'artigianato, alla cultura dello Stretto e al commercio innovativo (anche in sinergia con l'area outlet).

Questi spazi sono affiancati da **programmi strutturati di collaborazione con le università di Reggio Calabria e Messina**, per tirocini curriculari ed extracurriculari, laboratori congiunti, progetti di ricerca applicata e attività didattiche decentralizzate.

2. Accoglienza e servizi per la vita quotidiana

Per rendere il borgo vivibile tutto l'anno, il modello prevede:

- **Reception e servizi di accoglienza** per studenti, ospiti, gruppi, visitatori e clienti dell'area commerciale.
- **Sale per la prima colazione**, cucina e lavanderia a uso condiviso per residenti e partecipanti a programmi di lunga durata.
- **Depositi e servizi di supporto** (bagagli, attrezzature sportive e culturali, materiali per laboratori, spazi per logistica leggera delle attività commerciali).
- **Attività di informazione turistica** e sportello digitale collegato con operatori turistici, per orientare visitatori e acquirenti verso servizi, eventi, itinerari e punti vendita dell'area outlet.
- **Servizi digitali** (piattaforma locale, app, mappe interattive) per prenotare spazi, partecipare a laboratori, accedere a contenuti sul patrimonio del borgo, della Vallata del Gallico e dell'offerta commerciale.

3. Area commerciale attrattiva: outlet di firme e retail esperienziale

Per completare l'offerta e rafforzare l'attrattività del borgo, è prevista un'**area commerciale di tipo outlet**, ispirata ai modelli di successo del Sud Italia e non solo (es. La Reggia Designer Outlet, San Marino Outlet Experience) e coerente con la presenza già consolidata di outlet di grandi firme a Reggio Calabria e Villa San Giovanni.

Caratteristiche principali

- **Outlet di firme di lusso e grandi brand** (moda, accessori, lifestyle), con boutique che offrono sconti significativi tutto l'anno, secondo il modello "designer outlet".
- **Mix di marchi internazionali e realtà italiane**, con possibile attenzione a brand legati al mare, allo sport, al tempo libero e alla moda mediterranea, in linea con l'identità dello Stretto.
- **Spazi retail esperienziali**, non solo punti vendita ma anche corner narrativi sulla storia dei brand, sulla moda sostenibile, sui materiali e sulle filiere (es. tessuti, pelle, artigianato).
- **Integrazione con l'offerta culturale e turistica**: pacchetti "shopping + borgo", "shopping + itinerari del bergamotto", "shopping + tour dello Stretto", in collaborazione con tour operator, hotel e strutture ricettive.
- **Servizi complementari**: aree di ristoro, caffè, spazi per eventi di lancio collezioni, presentazioni, fashion talk, piccoli sfilate e appuntamenti legati alla moda e al design.

Questa componente commerciale mira a:

- attrarre **nuovi flussi di visitatori** (giornalieri e weekend) da Reggio Calabria, Messina, dalla Sicilia e dal resto della Calabria;

- generare **occupazione diretta e indotta** (vendita, logistica, sicurezza, servizi, comunicazione);
- creare sinergie con le **attività culturali, formative e turistiche** del borgo, trasformando lo shopping in un'esperienza integrata di scoperta del territorio.

4. Itinerari e percorsi esperienziali

Il borgo diventa nodo di partenza e di arrivo di una rete di itinerari tematici:

- **Itinerari guidati nel borgo**, sul lungomare, nella Vallata del Gallico e verso l'Aspromonte, con percorsi a piedi, in bici o con supporto di guide locali.
- **Percorsi dedicati al bergamotto**, con visite agli agrumeti, degustazioni, laboratori sui prodotti derivati e sulla filiera del bergamotto di Reggio Calabria.
- **Percorsi sulla pesca e sulla marineria**, ispirati anche a esperienze già attive nello Stretto di Messina (feluche, pesce spada, tradizioni marinare).
- **Itinerari culturali sullo Stretto**, che collegano il borgo a temi mitologici (Ulisse, Scilla e Cariddi), archeologici e paesaggistici, in sinergia con proposte già esistenti tra Calabria e Sicilia.
- **Percorsi "shopping + territorio"**, che integrano la visita all'area outlet con tappe nel borgo, nei laboratori artigianali, nei punti di degustazione e negli spazi espositivi.

Questi percorsi possono essere proposti a studenti, gruppi scolastici, famiglie e turisti, anche in collaborazione con operatori già attivi nella promozione del territorio dello Stretto.

5. Cultura, arte e artigianato: laboratori, mostre, concorsi

Il programma culturale trasforma il borgo in un "borgo-laboratorio" permanente:

- **Mostre d'arte contemporanea e di artisti locali**, negli spazi del borgo e in edifici recuperati, con focus su paesaggio, memoria e identità dello Stretto.
- **Laboratori di pittura, fotografia, ceramica, legno, vetro e artigianato tradizionale**, aperti a residenti, studenti e visitatori, anche in collegamento con esperienze già avviate nella Vallata del Gallico (es. percorsi sull'artigianato artistico e sulla cultura enogastronomica).
- **Concorsi di pittura e fotografia** dedicati a Gallico, al paesaggio dello Stretto e alla memoria del quartiere, per stimolare la produzione artistica e documentaria sul territorio.
- **Esposizioni sulla pesca, sulla marineria e sulle attività agricole tradizionali**, con materiali storici, fotografie, oggetti d'uso e testimonianze orali.
- **Laboratori didattici per scuole, famiglie e visitatori**, su temi come la sostenibilità, il mare, l'agricoltura del bergamotto, la storia locale, la cultura dello Stretto e, in chiave educativa, anche la moda sostenibile e il consumo responsabile.

- **Iniziative dedicate alla gastronomia e ai prodotti tipici**, tra degustazioni, incontri con produttori, laboratori di cucina e percorsi enogastronomici che valorizzano pesce, agrumi, ortaggi e altri prodotti dell'area.

Queste attività possono essere organizzate in modo ricorrente (stagionale o annuale) e integrate con eventi già esistenti, come rassegne, feste di borgo e iniziative promosse da comuni e associazioni della Vallata del Gallico.

Modello operativo integrato: come funziona il borgo

Il borgo marinaro opera come un **sistema integrato di funzioni**:

- **Di giorno**:
  - ospita studenti e ricercatori nelle sale studio, nei laboratori e negli spazi di coworking;
  - accoglie gruppi scolastici in visite e laboratori didattici;
  - attiva percorsi guidati per turisti e visitatori (mare, Vallata del Gallico, Aspromonte, bergamotto, pesca);
  - apre l'area outlet e i servizi commerciali, attirando flussi di acquirenti e visitatori.
- **Di sera e nei weekend**:
  - diventa spazio per mostre, incontri, presentazioni, laboratori artistici e gastronomici, concerti e piccole rassegne culturali;
  - ospita eventi legati alla moda (presentazioni collezioni, talk, incontri con designer) in sinergia con l'area outlet;
  - propone itinerari serali nel borgo e sul lungomare, anche abbinati a esperienze di shopping e ristorazione.
- **Durante l'anno**:
  - sostiene start-up, associazioni e giovani professionisti con spazi di coworking, servizi digitali e programmi di formazione in collaborazione con le università;
  - consolida il rapporto con operatori turistici, tour operator e piattaforme digitali per pacchetti integrati "formazione + cultura + turismo + shopping";
  - rafforza il legame con le filiere locali (pesca, agricoltura, artigianato, commercio) attraverso progetti di innovazione e marketing territoriale.

Impatto atteso sul territorio

Il modello mira a generare:

- **Occupazione diretta e indotta** nei settori della formazione, della cultura, del turismo, del commercio e dei servizi.
- **Rigenerazione urbana e sociale** del borgo marinaro, con il recupero di edifici e spazi sottoutilizzati e la creazione di nuovi luoghi di aggregazione.
- **Rafforzamento dell'identità territoriale**, valorizzando la cultura marinara, agricola e artigianale dello Stretto e della Vallata del Gallico.
- **Attrazione di nuovi pubblici** (studenti, ricercatori, turisti culturali, visitatori interessati allo shopping di qualità), con ricadute positive sulle economie locali e sulla visibilità del territorio.

In questa configurazione, il borgo marinaro non è solo "da visitare", ma **da abitare, studiare, lavorare, comprare e produrre**: un luogo in cui la dimensione universitaria, lavorativa, culturale, turistica e commerciale si sostiene reciprocamente, usando come filo conduttore l'identità dello Stretto, della Vallata del Gallico e dell'Aspromonte.

Per un'area outlet inserita in un borgo marinaro dello Stretto, la ristorazione tipica non deve essere un semplice "angolo pranzo", ma una **food hall / piazza gastronomica tematica** che racconti il territorio (pesce, bergamotto, agrumi in genee, prodotti dell'Aspromonte e della Vallata del Gallico) e prolunghi la permanenza dei visitatori.

Di seguito una proposta articolata di spazi da dedicare alla ristorazione tipica, pensata per essere integrata con l'outlet e con il resto del programma del borgo.

1. Food hall principale: "Mercato dello Stretto"

Uno spazio centrale, coperto e parzialmente aperto, ispirato ai modelli di food court di outlet italiani (es. Valmontone, Scalo Milano, Castel Guelfo) e alle food hall urbane (es. Mercato Excelsior a Palermo).

Funzione:
Punto di aggregazione principale per chi fa shopping, per i visitatori del borgo e per i residenti; luogo in cui assaggiare, in modo rapido o seduto, i prodotti tipici dell'area.

Spazi da prevedere:

- **Banchi di street food e specialità veloci**:
  - frittura di pesce e "coppo" dello Stretto;
  - panini e focacce con stocco, acciughe, sardine, 'nduja, cipolla di Tropea;
  - taglieri di salumi e formaggi locali;
  - piccoli piatti a base di bergamotto (insalate, carpacci, condimenti).
- **Postazioni a banco e tavoli comuni**:
  - banconi alti per consumo rapido;
  - tavoli condivisi per famiglie e gruppi;
  - angoli più raccolti per coppie e piccoli gruppi di lavoro.
- **Corner narrativi e dimostrativi**:

- spazi per brevi dimostrazioni di cucina (es. preparazione di piatti con pesce spada, stocco, bergamotto);
- pannelli e schermi che raccontano la filiera del pesce dello Stretto, del bergamotto DOP e dei prodotti della Vallata del Gallico.

Questa food hall può occupare una superficie significativa (nell'ordine di alcune centinaia di mq, fino a 1.000–1.500 mq in progetti medio-grandi), come mostrano le esperienze di outlet italiani dove la ristorazione è stata ampliata fino a migliaia di mq complessivi.

2. Ristoranti tematici "di territorio"

Accanto alla food hall, è utile prevedere alcuni **ristoranti veri e propri**, con servizio al tavolo e identità chiara, per chi vuole un'esperienza più lunga e strutturata.

2.1 Ristorante "Marinara dello Stretto"

- **Specializzazione**: cucina di pesce e marineria dello Stretto (pesce spada, tonno, acciughe, sardine, ricci, ecc.).
- **Ambiente**: arredi che richiamano barche, reti, cassette da pesca, fotografie storiche della marineria; possibile affaccio simbolico o visivo sul mare (anche tramite grandi vetrate o proiezioni).
- **Menu tipico**:
  - antipasti di mare con zeste di bergamotto;
  - primi con sughi di pesce (es. busa, spaghetti con ricci, ecc.);
  - secondi a base di pesce spada alla ghiotta, tonno, frittura mista;
  - dolci al bergamotto (sorbetto, torte, semifreddi).

2.2 Ristorante "Vallata e Aspromonte"

- **Specializzazione**: cucina di terra, legata alla Vallata del Gallico e all'Aspromonte (carne, formaggi, ortaggi, legumi, funghi, castagne).
- **Ambiente**: richiami all'agricoltura e alla pastorizia (legno, pietra, attrezzi tradizionali, immagini dei borghi dell'entroterra).
- **Menu tipico**:
  - antipasti con salumi e formaggi locali;
  - primi con strangugghi, maccheroni al sugo di capretto, funghi e castagne;
  - secondi di carne (capretto, maiale, bovini locali);
  - dolci con miele, castagne, agrumi.

2.3 Osteria / Trattoria "Bergamotto e Agrumi"

- **Specializzazione**: piatti e prodotti in cui il bergamotto è protagonista (antipasti, primi, secondi, contorni, dolci, cocktail analcolici e drink).
- **Ambiente**: luminoso, con colori agrumati, elementi grafici legati agli agrumeti e alla filiera del bergamotto DOP.

- **Offerta**:
    - menu degustazione “dal fiore al frutto” (uso di fiori, scorze, succo, polpa);
    - laboratorio-bottega dove si vedono e si acquistano prodotti trasformati (marmellate, liquori, cosmetici alimentari, confetture).

3. Bar, caffetteria e gelateria artigianale

Spazi più leggeri ma strategici per la sosta breve e per il “dopo shopping”.

- **Caffetteria “LungoStretto”**:
    - caffè, cappuccini, specialità al bergamotto (caffè aromatizzato, torte, biscotti);
    - angolo colazione per studenti e lavoratori del borgo.
- **Gelateria artigianale**:
    - gusti legati al territorio: bergamotto, limone, fichi, mandorla, gelsi, castagna, ricotta e fichi;
    - possibile laboratorio a vista per la produzione del gelato.
- **Bar aperitivo**:
    - aperitivi con prodotti locali (vini della Calabria, liquori al bergamotto, distillati, birre artigianali);
    - piccoli taglieri e stuzzichini tipici.

4. Spazi per eventi gastronomici e laboratori

Per trasformare la ristorazione in offerta culturale e formativa:

- **Aula / cucina didattica**:
    - laboratori per scuole, famiglie e turisti su: cucina del pesce, uso del bergamotto, conserve tradizionali, pane e pasta fatta in casa.
    - corsi brevi per visitatori (es. “prepara il tuo piatto di stocco”, “bergamotto in cucina”).
- **Spazio per cene evento e presentazioni**:
    - cene a tema (es. “Cena dello Stretto”, “Notte del bergamotto”);
    - presentazioni di libri di cucina, incontri con chef, produttori e pescatori;
    - piccole rassegne enogastronomiche in collaborazione con associazioni e consorzi.

5. Botteghe e punti vendita collegati alla ristorazione

Accanto ai locali di consumo, è utile prevedere:

- **Bottega dei prodotti tipici**:
    - vendita di bergamotto e derivati, conserve, sottoli, salumi, formaggi, dolci, vini, oli.
    - possibilità di confezioni “da viaggio” e box regalo.
- **Pescheria / mercato del pesce a vista**:
    - banco di pesce fresco con esposizione e spiegazione delle specie dello Stretto;

- possibilità di acquistare pesce e, in alcuni casi, farlo cucinare al momento in uno dei ristoranti (modello "mercato-ristorante").

6. Collocazione rispetto all'outlet e al borgo

Per massimizzare l'effetto attrattivo:

- **Posizione**:
  - la food hall e i ristoranti principali dovrebbero affacciarsi su una **piazza interna o su un percorso pedonale** che collega l'outlet al borgo e al lungomare, come avviene in alcuni outlet dove la "piazza del food" diventa un vero spazio urbano.
  - ideale una collocazione vicino a un'area di sosta (panchine, ombra, giochi per bambini) per favorire la permanenza.
- **Relazione con gli altri spazi del borgo**:
  - collegamenti visivi e fisici con i laboratori artigianali, le mostre e gli spazi culturali, così da creare percorsi "shopping + cultura + gusto";
  - possibilità di usare i tavoli della food hall anche per incontri informali di studenti, start-up e associazioni quando non ci sono picchi di pranzo/cena.

Sintesi degli spazi da dedicare alla ristorazione tipica

In termini di tipologie, il programma può prevedere:

1. **Una food hall centrale** ("Mercato dello Stretto") con più banchi di cucina veloce e tavolate comuni.
2. **2–3 ristoranti tematici** (pesce dello Stretto, cucina di terra della Vallata/Aspromonte, osteria del bergamotto).
3. **1 caffetteria / bar aperitivo** e **1 gelateria artigianale**.
4. **1 cucina didattica / aula eventi** per laboratori e cene a tema.
5. **1 bottega dei prodotti tipici** e, se possibile, **1 pescheria-mercato** collegata ai ristoranti.

Questi spazi, ben integrati con l'outlet e con il resto del borgo, trasformano la ristorazione in un vero e proprio "quartiere del gusto", capace di attrarre visitatori, trattenere gli acquirenti e raccontare l'identità dello Stretto, della Vallata del Gallico e dell'Aspromonte.