



PRISMA
SERVIZI • MULTIFUNZIONALITÀ • AMBIENTE

“NOTE DI RIFLESSIONE”

1° INCONTRO: GIOVEDÌ 23 FEBBRAIO 2012

dalle 14.30 alle 18.30 - Castrocaro Terme - Palazzo dei Capitani di Terra del Sole

Le mete, i borghi, le tipicità nei luoghi dei Medici (vallate Rabbi/Montone/Tramazzo)

Andrea Succi (andreasucci@andreasucci.it)

Coordinatore degli incontri, Facilitatore di Cambiamento e Apprendimento e Presidente del Consorzio Impresa Multisensoriale, presenta e sottolinea la peculiarità del progetto PRISMA, il primo in regione che vede lavorare allo stesso tavolo dieci enti formativi espressione di ben tredici Associazioni di categoria..

Si tratta di un progetto fondato sulla sostenibilità ambientale e sociale e sulla multifunzionalità delle imprese agricole, che fa leva sulle competenze trasversali degli operatori economici e turistici e interviene sul sistema dei servizi. Diventa dunque fondamentale fare rete per far conoscere le radici e i contenuti del nostro territorio e riuscire così a valorizzare e comunicare un marchio unico: il brand ROMAGNA.

(Vedi Slide in allegato)

RELATORI

Gianluca Bagnara, Assessore alle Politiche agroalimentari della provincia FC, sottolinea l'importanza dell'integrazione di filiera e di una competitività che abbia effetti sul territorio soprattutto in un momento come oggi, in cui i mercati internazionali offrono grandi opportunità che tuttavia non hanno ricadute di valore nel territorio regionale e nazionale.

Partendo dall'analisi della nostra realtà composta da piccole e medie imprese, realizziamo che, pur vantando numerose “eccellenze”, ognuna di loro non può affrontare i mercati internazionali: l'integrazione di filiera e un modo cooperativo di fare impresa risultano perciò fondamentali per valorizzare e promuovere le ricchezze locali. Questi seminari mirano a stimolare la reciproca conoscenza e l'incontro di operatori economici diversi, ognuno dei quali trasmette il proprio sapere e la propria professionalità. Lo scopo dei relatori è ragionare assieme ai partecipanti offrendo spunti interessanti di riflessione.

Obiettivo comune è elaborare una strategia di sviluppo rurale del nostro territorio, attraverso un'azione mirata sulle aziende agricole, il terziario e l'imprenditoria giovanile e femminile.

Per poter parlare di identità del territorio il primo passo da fare è cercare di conoscerlo. Solo dopo sarà possibile valorizzare il nostro patrimonio distintivo attraverso la Cultura dell'Ospitalità.

Barbara Vernia, archeocuoca, lavora presso la Cooperativa Amphora, costituita nel 2004 e attiva nel settore della promozione culturale. Insieme ai suoi colleghi ha elaborato percorsi con un taglio trasversale e avventi come punto di forza la promozione dei prodotti locali e la trasmissione di tecniche antiche di conservazione e trasformazione.

(Vedi Slide in allegato)

Il progetto “Da Columella ad Artusi” - due personaggi che precedono la refrigerazione e la nascita della catena del freddo industriale - ha censito 20 strutture campione restaurate “luoghi della conservazione”: conserve, neviere e fosse da grano delle provincie di Forlì-Cesena, Rimini e Ravenna. Esso si è successivamente allargato anche alle provincie di Ferrara e Pesaro.

I luoghi della conservazione vengono così presentati come modo sostenibile di conservare materiali naturali. Lungo il percorso archeologico è anche possibile visitare bookshop i cui prodotti maggiormente venduti sono alimenti che vantano una loro storia.

(Il pane romano fatto dal forno di Civitella e i fichi al miele di Pompei).

Ripercorrendo velocemente la storia per macroperiodi e presentando qualche progetto della Cooperativa nasce la riflessione su cosa significa "tradizionale" e "tipico" per alcuni prodotti regionali considerati tali ma che in realtà vengono da lontano. Un milione di anni fa nei territori romagnoli c'era la spiaggia ed era sviluppata la produzione dell'industria litica: la tessitura dei telai, le stampe romagnole, le nostre ceramiche riportano ancora i colori dell'antica tradizione. Dal I sec. d.C. la Romagna diventa uno dei maggiori produttori di frutta esotica oggi considerata "locale", come la pesca (proveniente dalla Persia) e l'albicocca (dall'Armenia). Inoltre, dal XX sec.d.C. la Romagna è uno dei maggiori produttori di kiwi dopo la Cina.

Abbiamo tanti luoghi da far conoscere che possono costituire spunti per i ristoratori locali e altri operatori economici. Un esempio tra tanti: molti partono per cammini e pellegrinaggi all'estero mentre proprio a Dovadola, dall'Eremo di Monte Paolo inizia il cammino di Assisi.

Gabriele Zelli, ex assessore ma soprattutto operatore culturale appassionato e studioso del territorio, sottolinea come il nostro obiettivo primo debba essere la conoscenza del territorio. Si rivolge soprattutto ad amministratori locali, dirigenti, amministratori di fondazioni bancarie che da oltre 50 anni investono nella riviera romagnola senza capire che il vero bacino culturale si trova nell'entroterra. Sono necessari maggiori investimenti per far conoscere il territorio e portare un turismo culturale che negli ultimi anni è cresciuto del 33%. Anche se abbiamo un territorio ricco di storia, il nostro richiamo culturale è minimo rispetto ad altre regioni quali Toscana, Umbria e Marche.

E' molto importante riscoprire la nostra cultura (chi era il romagnolo una volta e chi è oggi) anche attraverso la musica popolare: la "Notte della Taranta" vanta più di centomila presenze da tutta Italia, mentre alla "Notte Rosa" della riviera romagnola non si trova nemmeno un musicista romagnolo.

Infine, non bisogna dimenticare che il nostro territorio vanta quattro città di fondazione situate a poca distanza l'una dall'altra, che raccontano 400 anni di storia della Romagna: Terra del Sole, Predappio, Cervia e Milano Marittima, costruite fra il 1464 e il 1924.

In questa stessa ottica, i 450 anni dalla fondazione di Terra del Sole, celebrati nel 2014, diventeranno un'occasione per promuovere il turismo attraverso la storia e l'ospitalità.

TESTIMONIANZE

Giuseppe Mercatali, della coop. Agricolo-Sociale Abbraccio Verde di Modigliana, costituita nel 2007. La cooperativa, che ha aderito al Marchio Impresa Etica, ha come finalità principale l'inserimento lavorativo di persone svantaggiate ed i servizi di cui si occupa si svolgono prevalentemente all'interno del territorio dell'Unione Montana Acquacheta. Nella nuova sede Albergo Travalli verrà aperto un punto vendita di prodotti del territorio e oggetti di piccolo artigianato locale, un servizio di banqueting e catering che unisce una cucina realizzata con materie prime di alta qualità e del territorio con un impegno sociale e solidale ed un ostello aperto a gruppi e famiglie che vedono la vacanza come desiderio di socializzare e riscoprire la ricchezza paesaggistica e culturale del nostro territorio.

Claudio Aldini, presidente del Consorzio Castrum Cari e commerciante, sottolinea come fino ad oggi nel territorio si sia sviluppata un'economia principalmente termale, trascurando il resto delle risorse del territorio fino alla crisi. Bisogna riappropriarsi del territorio e unire le forze per sfruttare le sue eccellenze e la vicinanza a siti storici di questa splendida vallata, integrando l'apporto del turismo termale. Per sviluppare spunti progettuali è in fase di apertura un nuovo ufficio operativo turistico.

Andrea Bandini, presidente della Pro Loco di Terra del Sole, ricorda che tra i comuni della Romagna Toscana questa città-fortezza è unica al mondo e vanta un'architettura esportata anche in Francia e Germania (futuri gemellaggi della città saranno infatti Torino e Spandau). Evidenzia la mancanza di segnaletica stradale per un turismo ciclistico da Terra del Sole a Marradi, in un percorso che attraversa anche Monte Paolo e Gamogna S.Damiano. Inoltre l'"archivio storico" di Terra del Sole, importante dal punto di vista penale e giudiziario, è inaccessibile di sabato e domenica, giornate di maggior affluenza turistica. Vengono citati alcuni eventi: una mostra a Berlino, i musei dell'artiglieria nella "cittadella di Torino" - città dalla quale si possono prendere spunti interessanti in materia di investimenti comunitari e marketing del territorio - e infine un tentativo di far incontrare tutti i sindaci delle località della Romagna-Toscana per creare una rete territoriale entro il 2014.

William Sanzani, Presidente dell'Associazione Albergatori e Consigliere comunale, sottolinea come in questo momento, in cui il traino termale di Castrocaro si è arrestato, sia fondamentale rinforzare gli aspetti collaterali e di supporto trascurati finora. A questo scopo è importante ricordare che la città fu fondata nel ventennio fascista e che il "salsudium" rende il parco termale diverso e unico rispetto alle oltre 300 terme presenti in Italia. Eccellenze locali quindi sono la Fortezza, il Decò e il Rinascimento e bisogna saperli valorizzare imparando a usare meglio le poche risorse disponibili.

Le due proposte per valorizzare il territorio sono il binomio di due brand: Castrocaro Terme e Voci Nuove e Predappio come territorio del nazionalismo. Oppure unire la Fortezza di Castrocaro, Terra del Sole e il compendio termale come un prodotto commerciale vendibile attraverso un biglietto unico, creando maggior fruibilità per il turismo.

Fondamentale la ricchezza dell'attività delle associazioni locali e la celebrazione dei 450 anni di Terra del Sole come città di fondazione.

Ennio Caruso, Presidente della pro loco e direttore della fortezza di Castrocaro introduce un nuovo punto di vista riguardo alla situazione del territorio, in particolare in quello in cui opera: "Se il nostro turismo è in crisi e sbagliamo la diagnosi del problema, rischiamo di sbagliare anche la cura e si finisce per ottenere un effetto peggiore: richiamare un turismo effimero piuttosto che quello culturale".

Caruso paragona gli incentivi al turismo ad un invito a cena agli amici "se la nostra casa è tenuta male gli amici non torneranno". Così continua: "Se la Romagna e Castrocaro non sono amate dai propri cittadini, i turisti avvertiranno questa trascuratezza e non torneranno o non 'passeranno parola' ad altri visitatori. Bisogna quindi curare il proprio territorio anche con senso civico, ma non solo. Anche se abbiamo un territorio potenzialmente straordinario la "sete di cemento" ha rovinato molte ricchezze rendendo inutile il finanziamento di "cartellonistiche" turistiche a fronte di un territorio non tutelato e monumenti in un contesto mortificato".

Oltre a Ravenna, Castrocaro possiede l'unico battistero circolare bizantino della regione (sono 50 in tutta Italia), e in città si trovano alcuni dipinti di Gentile da Fabriano non presente agli Uffizi. Purtroppo l'ultimo restauro fatto alla cittadella di Castrocaro risale ai tempi di Lorenzo il Magnifico, sarebbe necessario intervenire nuovamente... L'appello va quindi ai cittadini, a non far finta di niente e avere maggiore attenzione per il proprio territorio e curandolo, ma anche alle amministrazioni locali per una maggiore accortezza nelle scelte d'intervento edilizio".

Andrea Succi sottolinea che le risorse da valorizzare ci sono, bisogna conoscerle e valorizzarle: importante risulta quindi la responsabilità, di cittadini con senso civile ma anche di operatori economici bravi e competenti. Creando un tavolo di lavoro in cui partecipino i diversi attori del territorio e aggregando i vari soggetti.

I tempi sono maturi per tutto ciò ed è in questo contesto che il progetto PRISMA vuole agire nel territorio e individuare gli operatori privati e pubblici per lavorare assieme, per fare "massa critica", creando una condizione che politicamente abbia peso. Tutto ciò al fine di tutelare i nostri interessi come operatori attraverso una rete, "Da soli saremmo di fatto inascoltati", conclude Succi.

Antonietta Stinga, consulente progettista di Dinamica per il Progetto PRISMA.

Per valutare il territorio dobbiamo prima "sapere" e poi "vedere". Competenza significa "sapere" e sapersi collocare nei confronti di questo sapere. Cercando quindi un nuovo modo di essere cittadini e operatori economici: il Turismo Sostenibile è una grande risorsa. Tipico - Tipo - Impronta.

I corsi di formazione che verranno sviluppati contestualmente allo svolgersi del Progetto PRISMA saranno corsi che avranno modalità di "progetti pilota", corsi in cui i partecipanti stessi si incontreranno e impareranno a fare a loro volta dei progetti per operare insieme. Unire i diversi operatori per realizzare un progetto non è facile, l'obiettivo è quindi creare tavoli di confronto per produrre un cambiamento attraverso anche il turismo sostenibile.

"Bisogna sapere dove si è per capire dove si vuole andare" - Jonathan Livingston.

Roberto Rambaldi, proprietario della Pasticceria Gran Caffè 900 di Castrocaro presenta la sua attività e l'intenzione di realizzare dolci all'olio nostrano e prodotti tipici anche inerenti le celebrazioni del 450° della fondazione della cittadina.

Patrizia Tamburini, architetto, ricorda che 30 anni fa è stato fatto un censimento delle case rurali (Montone, Rabbi, Bidente): "Non Solo Mare", la pubblicazione e le sintesi della mostra sono in archivio alla Camera di Commercio e saranno disponibili in rete (avrà un costo).

Franco de Carli, albergatore ricorda e ripropone un'altra iniziativa di 30 anni fa: "Nel forlì verde", un servizio di navette dalla costa all'entroterra. Rispetto all'ampia realtà di albergatori presenti in Castrocaro (circa 17 alberghi per oltre 900 posti letto) ricorda che rimane da privilegiare la centralità delle terme nella città.

Andrea Succi, oltre a ricordare che la costa "costa", ricorda che un richiamo nell'entroterra non avviene perché non ci sono attori che creino interesse nell'entroterra, anche se la storia e i prodotti ci sono. Oltre alla ricorrenza del 450°, gli eventi e le motivazioni o ricorrenze ci sono e ci possono essere sempre, chi crea gli eventi non si parla, manca una cabina di regia per dare continuità nel tempo, destagionalizzare e fare sistema. Viene riportato l'esempio dei crocieristi a Ravenna, che vanno ai musei Ducati, a Maranello e solo in parte visitano la Ravenna Città d'arte.

Dopo i saluti del Sindaco di Castrocaro, **Francesca Metri** fa il suo intervento **Anna Pasquale**, proprietaria del Castello di Terra del Sole, privata che riscontra grossi problemi come la difficoltà di fare sistema, come alcuni tentativi falliti di far visitare il castello ai bambini delle scuole. La Romagna è rimasta in dietro nel promuovere la cultura e nel valorizzare e ristrutturare beni culturali e ruderi, Terra del Sole non è Pienza eppure è più bella. D'accordo con l'intervento di Caruso sottolinea che prima di fare visitare casa nostra, bisogna metterla a posto: prima di buttare soldi in mostre bisogna avere lungimiranza e restaurare Terra del Sole.

Andrea Succi quindi conclude l'incontro, attraverso le parole-chiave. Sottolinea l'importanza del sistema territoriale per creare un marchio, il Brand Romagna attraverso un nuovo modo di fare imprenditoria, una continua rielaborazione della realtà e delle reciproche esperienze.

L'evento si conclude con alcune simpatiche letture di Gabriele Zelli, sul romagnolo: chi è, com'è fatto per capire la nostra mentalità i nostri comportamenti e le nostre radici, passando dagli uomini romagnoli pieni di sé, alle donne romagnole che non si perdono mai d'animo.

- ma lo sa che il fumo uccide lentamente?

- Dottore, non ho fretta!

PAROLE CHIAVE DELL'INCONTRO

Sistema territoriale

Integrazione/Cooperazione

Sostenibilità ambientale

Prodotto tipico e prodotto tradizionale

Conoscenza del territorio/Sfruttare le eccellenze del territorio

Rivalutazione della musica popolare

Mettere l'uomo al primo posto

"città rurale"

Fare Rete

Turismo ciclabile e segnaletica

Brand "Romagna"

Impresa attore protagonista

Nuovo modo di essere imprenditori

Nuove competenze

Cura del territorio

Senso civile

Respons-Abilità civile ed economica

Consapevolezza del territorio

Turismo sostenibile

Tipicità = Tipo = Impronta

Nuovi operatori per nuovi progetti

Progetti piccoli ma concreti

Offrire un contributo per il cambiamento

Lavorare bene con i giusti criteri

Eventi nuovi = occasione

"La cultura non è cibo"... ma il cibo è cultura...

TERRA DEL SOLE e Castrocaro

Nel 2005 Castrocaro e Terra del Sole sono state insignite dal Touring Club italiano del marchio di qualità turistico ambientale per l'entroterra "Bandiera Arancione"

La Bandiera Arancione, istituita nel 1998, è il marchio di qualità Touring che seleziona e certifica le piccole località dell'entroterra, in base a rigorosi parametri turistici e ambientali.

Viene assegnata alle località che non solo godono di un patrimonio storico, culturale e ambientale di pregio, ma sanno offrire al turista un'accoglienza di qualità.

A Castrocaro e Terra del Sole sono riconosciute le seguenti caratteristiche, individuate come eccellenze della località: armonia, omogeneità e buona conservazione nel nucleo antico; buona cura del verde e dell'arredo urbano; adeguata differenziazione delle strutture ricettive; calendario ricco e diversificato di eventi.