Save the Date

PROGETTO CULTURECOVERY

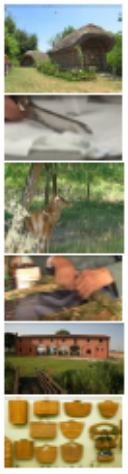
Preservation and Recovery of immaterial Cultural heritage of Central Europe through Ecomuseums, as driver of local growth.

INVITO

Il patrimonio culturale immateriale, trasmesso di generazione in generazione, è costantemente ricreato dalle comunità e dai gruppi in risposta al loro ambiente, alla loro interazione con la natura e alla loro storia. Questo dona loro un senso d'identità e di continuità, promuovendo il rispetto per la diversità culturale e la creatività umana. I *beni immateriali disegnano il territorio, qualificandolo nella sua vocazione e rappresentando le potenzialità reali e tangibili di ciascuna comunità. Coinvolgono istituzioni, imprese, organizzazioni non profit e comunità locali.* In questo quadro, l'Ecomuseo svolge un importante ruolo non solo di preservazione di usi, costumi, saperi e rappresentazioni della Comunità locale, ma si pone come attivatore partecipativo di sviluppo territoriale, incoraggiando il rispetto reciproco fra gli stessi soggetti coinvolti.

DELTA 2000 in collaborazione con Ecomuseo delle Erbe Palustri, Ecomuseo delle Valli di Argenta e l' Ecomuseo del Cervo e del Bosco della Mesola organizza

Workshop tematici



VENERDÌ 11 MAGGIO 2018 ORE 20.30 AD ARGENTA (FE)

c/o CENTRO CULTURALE MERCATO, Piazza Marconi 1 – 44011 Argenta (Fe)

Beni Immateriali e Patrimonio produttivo

Ecomuseo delle Valli di Argenta

SABATO 12 MAGGIO 2018 ORE 9.30 – 12.00 A BOSCO MESOLA (FE)

c/o Sede del Gruppo Mappe di Comunità: P.zza Vittorio Veneto, 25 - Bosco Mesola.

Beni Immateriali e Patrimonio Sociale

Ecomuseo del Cervo e del Bosco della Mesola

DOMENICA 13 MAGGIO 2018 ORE 9.30 – 12.30 A BAGNACAVALLO (RA)

c/o Ecomuseo delle Erbe Palustri, Via Ungaretti 1 - 48012 Villanova di Bagnacavallo (RA)

Beni Immateriali e Promozione di un Turismo Responsabile

Ecomuseo delle Erbe Palustri

Il progetto CULTURECOVERY è finanziato nell'ambito del programma CENTRAL EUROPE coinvolge partner e ecomusei provenienti da Austria, Croazia, Italia, Polonia, Slovenia, Ungheria, con la finalità di migliorare le modalità di gestione, conservazione e valorizzazione del patrimonio culturale immateriale dei territori coinvolti.

PARTECIPA ! SEGRETERIA ORGANIZZATIVA DELTA 2000

Strada Mezzano 10 - 44020 Ostellato (FE)

Tel. 0533 57693 - 57694 • fax +39 0533 57674 • info@deltaduemila.net

Note di Riflessione
a cura di Andrea Succi – Consulente Gal Delta 2000
- Facilitatore di Marketing Territoriale e di Turismo Esperienziale -

Le chiavi di lettura delle Note di Riflessione

Questo documento rappresenta uno strumento di comunicazione che dispone di tre chiavi di lettura e di utilizzo contestuale:

1) raccoglie le relazioni, i contributi, le riflessioni dei partecipanti e una serie di spunti propositivi ispirati dai numerosi e partecipati interventi.

2) ("creare valore aggiunto"): la Partecipazione e il Confronto generano concetti e idee che diventano parte del patrimonio intellettuale, pervenendo a risultati ben superiori al contributo di ogni singolo partecipante (per la serie "si impara anche dagli altri").

3) La ricchezza dei contenuti espressi dal workshop è materia preziosa che ispira l'opportunità di integrare il materiale raccolto con alcuni concetti-chiave, elementi di conoscenza colti "fra le righe" di chi è intervenuto.

****

(Si ringrazia Raffaella Miano per la preziosa collaborazione)

Il 2018 è l'Anno europeo del Patrimonio Culturale Immateriale 3

Cosa si intende per Patrimonio Culturale Immateriale? 4

Il Progetto Europeo CultuREcovery 5

Il Gal Delta 2000 6

Le slides di presentazione del progetto Culturecovery e del Gal Delta 2000 7

I Workshop di Argenta, Mesola, Villanova di Bagnacavallo 8

Workshop "Beni Immateriali e Patrimonio produttivo" 9

Sintesi degli interventi 10

Testimonianze
Paola Campoli 18

Angela Tabanelli 19

Gianluigi Zaina 22

Gianni Ciani 23

Giada Ferron 27

Matteo Ludergnani 28

Riflessioni conclusive 29

2018 ANNO EUROPEO DEL PATRIMONIO CULTURALE #EuropeForCulture

Il 2018 è l'Anno europeo del patrimonio culturale. Durante tutto l'anno scopriremo e celebreremo, a livello locale, regionale, europeo e internazionale, il patrimonio culturale nella ricchezza della sua diversità, esplorando attraverso di esso una cultura e una storia europea comune e connessa.

Qui il link al sito:
https://europa.eu/cultural-heritage/

Qui un piacevole spot di presentazione:
Anno Europeo del Patrimonio Cultrale Immateriale

Il **MiBACT** Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, ha definito i Beni immateriali:

"Il nostro patrimonio: dove il passato incontra il futuro".

MiBAC

MINISTERO PER I BENI E LE ATTIVITÀ CULTURALI

Qui il link al sito del MiBACT **->** **Anno Europeo del Patrimonio Culturale**

Cosa si intende per Patrimonio Culturale Immateriale?

La Convenzione Unesco del 2003 ha ratificato, nella sua traduzione italiana, la locuzione "patrimonio culturale immateriale", che traduce l'inglese ***Intangible Cultural Heritage*** *(**ICH**)*: una locuzione ormai normalizzata e individuata dall'acronimo "***PCI***".

Per "**Patrimonio culturale immateriale**" s'intendono le abitudini, le espressioni, le rappresentazioni, i **Saperi** [...] che le comunità, i gruppi e gli individui riconoscono in quanto parte del loro patrimonio culturale.
Questo patrimonio culturale immateriale, trasmesso di generazione in generazione, è costantemente ricreato dalle comunità e dai gruppi […]. -> (*art.2 - Convenzione Unesco 2003*).

Pertanto il patrimonio culturale immateriale, esprime una forte correlazione con l'ambiente, la natura e la storia delle comunità. Questo dona loro un senso d'identità e di continuità, promuovendo il rispetto per la diversità culturale e la creatività umana.
I beni immateriali disegnano il territorio, qualificandolo nella sua vocazione e rappresentando le potenzialità reali e tangibili di ciascuna comunità. Coinvolgono istituzioni, imprese, organizzazioni non profit e comunità locali.

Naturalmente, al di là delle normalizzazioni linguistiche, il concetto di patrimonio culturale immateriale non nasce con la Convenzione Unesco, ma ha radici molto più antiche in Italia, a partire dagli oggetti di osservazione e di ricerca dei folkloristi e dei demologi fra Ottocento e Novecento. È nella seconda metà del Novecento che la ricerca demo-antropologica comincia a connettersi dichiaratamente con la materia dei beni culturali, per i quali, nel **1975** nasce il Ministero per i beni culturali e ambientali.

In questo quadro, l'**Ecomuseo** svolge un importante ruolo non solo di preservazione di usi, costumi, **saperi** e rappresentazioni della Comunità locale, ma si pone come **attivatore partecipativo** di sviluppo territoriale, incoraggiando la **relazione** e il rispetto reciproco fra gli stessi soggetti coinvolti.

Obiettivo generale del progetto:
promuovere la cooperazione tra soggetti pubblici e privati, al fine di contribuire ad accrescere la capacità istituzionale di applicare modelli innovativi, strategie ed azioni al fine della protezione ed utilizzo in chiave sostenibile del patrimonio culturale immateriale, compreso nell'ambito del concetto di Ecomuseo. La corretta conservazione del patrimonio anche immateriale nel tempo e nello spazio può contribuire alla crescita del valore del territorio, al suo sviluppo apportando benefici per la popolazione e l'attrattività dei territori.

Obiettivi specifici:

a) *Adozione di specifiche strategie di conservazione, recupero e promozione del patrimonio culturale immateriale.*

b) *Ammodernamento dei modelli di gestione esistenti degli ecomusei e miglioramento del livello di competenze degli operatori.*

c) *Aumento delle opportunità di fruizione qualitativa e quantitativa del patrimonio culturale immateriale*.

6 Paesi coinvolti – 9 Partners:

1. Comune di Cervia (leader di progetto)
2. DELTA 2000 Soc. Cons. a r.l. - IT
3. MiLA - Foundation of Active People and Places - PL
4. Municipality of Pivka – SLO
5. Association-Ecomuseum House of batana (Rovinj) – CRO
6. Municipality of Mošćenička Draga – CRO
7. Rural Development Styria – AT
8. Velencei-tavi Fejlesztési Nonprofit Kft Velencei – HU

Partner Associati:

1. ICOM Italy – Italian national Committee of ICOM – *International Council of Museums – IT*
2. Austrian Open-Air Museum Stübing – AT
3. Municipality of Kirchberg an der Raab – AT
4. Association of Civil Organizations of Lake Balaton – HU
5. Croatian National Committee of ICOM – CRO
6.

Principali azioni previste.

Il progetto si articola in tre fasi:

1. analisi e definizione di una strategia comune per la conservazione del patrimonio culturale immateriale e il suo recupero attraverso gli ecomusei.

2. Sviluppo delle competenze e modelli di gestione innovativa degli Ecomusei, per la conservazione del patrimonio culturale immateriale.

3. Piani di azione e realizzazione di azioni pilota per il rafforzamento dell'offerta ecomuseale in chiave turistica attraverso la contaminazione dell'industria creativa.

Guarda qui le slides di presentazione del progetto Culturecovery e del Gal Delta 2000:

Clicca sull'immagine qui sotto

Interreg
CENTRAL EUROPE
European Union
European Regional
Development Fund
CULTURECOVERY

I Workshop di Argenta – Mesola – Villanova di Bagnacavallo

Nei giorni 11-12-13 maggio 2018 sono stati organizzati tre workshop, ciascuno presso la propria sede ecomuseale.

La finalità è stata di comunicare come il recupero del Patrimonio Culturale possa proiettarsi in una forma dinamica e di opportunità imprenditoriale e non statica come spesso viene ritenuto, mettendo in luce modalità e metodologie allo scopo.

I contenuti affrontati:
Illustrare la definizione di Beni Immateriali e materiali di un Territorio e degli elementi che li rappresentano.

Testimoniare le modalità e strumenti utilizzati per la gestione dei Beni Immateriali, evidenziando come ogni ecomuseo ha inteso e intende sviluppare e implementare la trasmissione dei Saperi, attivando processi partecipativi coinvolgendo stakeholders e Comunità locale e, laddove opportuno, adottando nuovi strumenti e tecnologie.

Numerose Testimonianze, attraverso il racconto delle loro esperienze, hanno espresso quanto i **Beni Immateriali** possano caratterizzare le attività economiche, rendendo:

a) i prodotti e servizi distintivi sul mercato.
b) cogliendo la correlazione positiva con l'Identità del proprio territorio.

Da ogni workshop è emerso un tratto comune: il **Valore** e il ruolo che ricopre **l'Ecomuseo** in quanto importante supporto alla conservazione dei Saperi affinché "il passato possa incontrare il futuro".
Responsabilità (e opportunità) per imprese, associazioni culturali e cittadini è di impegnarsi ad attivare relazioni collaborative per un Bene Comune, il proprio "**Paesaggio**": **Naturale**, **Sociale**, **Economico**.

ECOMUSEO VALLI DI ARGENTA
WORKSHOP

BENI IMMATERIALI E PATRIMONIO PRODUTTIVO

Venerdì 11 maggio ore 20.30

Centro Culturale Mercato, Piazza Marconi 1 - Argenta (Fe)

nell'ambito del progetto **Culturecovery**

Tutela e recupero dell'Identità Culturale Intangibile nell'Europa Centrale

Apertura lavori
Giulia Cillani – Assessore alla Cultura e Turismo del Comune di Argenta

Saperi e produzioni del territorio

Nerina Baldi – Responsabile Turismo e Sistema Ecomuseale
Andrea Succi – Consulente Gal Delta 2000
Testimonianze degli operatori del territorio
Dibattito

Dopo aver lavorato sull'emersione dei saperi, si intende ora capire come la tradizione è di aiuto all'innovazione, ai nuovi bisogni, alle produzioni tipiche e al turismo.

Chiusura lavori
Mauro Conficoni – Consigliere Delegato Gal Delta 2000

Giulia Cillani
- Assessore alla Cultura e Turismo del Comune di Argenta.

La cultura come strumento di progetto e di rigenerazione territoriale, intesa anche come concetto di produttività e valore economico.

L'identità del Comune di Argenta è rappresentata dalla Cultura integrata con l'ambiente produttivo ed economico.

L'Ecomuseo, espressione delle relazioni simbiotiche tra uomo e paesaggio può essere al centro dello sviluppo turistico come contenitore di "Cose da Vivere" e non solo da esporre.

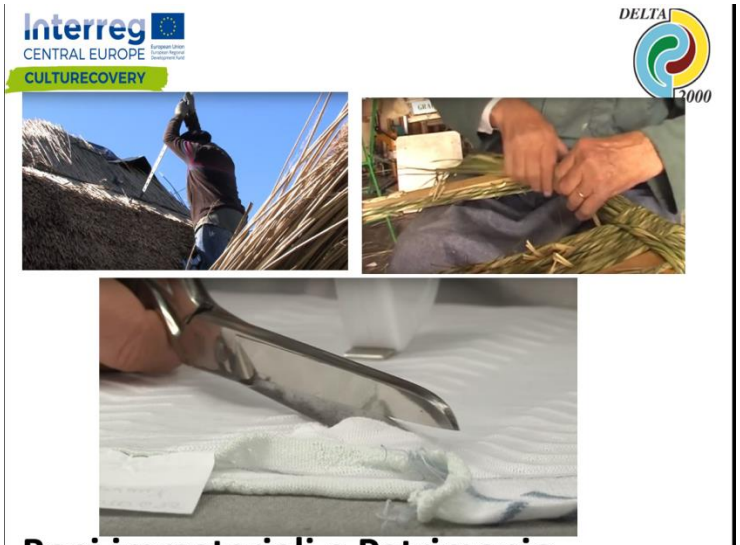
Il Sapere/Prodotto Culturale messo all'opera è la connotazione/identità che distingue questo territorio da altri e lo rendono attraente come meta turistica.

Nerina Baldi
- Capo Servizio, Turismo, Sviluppo Economico e Sistema Ecomuseale del Comune di Argenta.
"Beni Immateriali e Patrimonio Produttivo" ***(Presentazione in Power Point allegata)***

Creatività e Innovazione: "*i Saperi e le conoscenze che appartengono ad una comunità possono essere il punto di partenza per creare, innovare e aggiornare la produttività*" - afferma Nerina Baldi.

"*L'Ecomuseo deve e può essere: sia catalogare, tutelare e censire il Patrimonio Immateriale* – prosegue Nerina Baldi - *sia creatore di elementi che si innestano in una comunità in movimento, partecipando al processo creativo di rinnovamento: un processo di rielaborazione/ideazione di nuove creazioni e nuovi brand che portino nel mondo la nostra tradizione!*"

Affinchè questo avvenga si rende necessario il coinvolgimento e raggruppamento dell' associazionismo che opera sul territorio e percorsi partecipativi a supporto di questa linea di sviluppo.
Fondamentale dare supporto alle produzioni delle grandi imprese ma anche a quelle piccole imprese/laboratorio di artigianato e prodotti tradizionali.



Beni immateriali e Patrimonio produttivo

Saperi-Tradizioni-Innovazione: fare incontrare chi è portatore di sapere con i produttori che devono adattarsi alle necessità di oggi per rispondere ai bisogni del mercato locale e internazionale.

Promozione del territorio in trasformazione: individuare un percorso e una progettazione del territorio, da proporre ai visitatori/ospiti/turisti, che contenga punti di sosta che divengono momenti da vivere e/o vetrina dei saperi, delle produzioni e prodotti locali.

(Presentazione in Power Point allegata)

Mauro Conficoni
- Consigliere Delegato Gal Delta 2000.

Come Agenzia di Sviluppo locale il G.A.L. opera per lo sviluppo economico dei territori del Delta emiliano-romagnolo, attraverso il coinvolgimento di tutte le forze del territorio. Una strategia "bottom up" in base alla quale i progetti e le linee di sviluppo sono definite "dal basso", mediante la consultazione e la concertazione con tutti gli attori economici del territorio. Si creano relazioni di partnership a livello locale , dove le strategie di sviluppo sono definite in maniera congiunta ed integrata, adeguandosi alle necessità e al contesto locale e consentendo l'affermarsi di una identità condivisa.

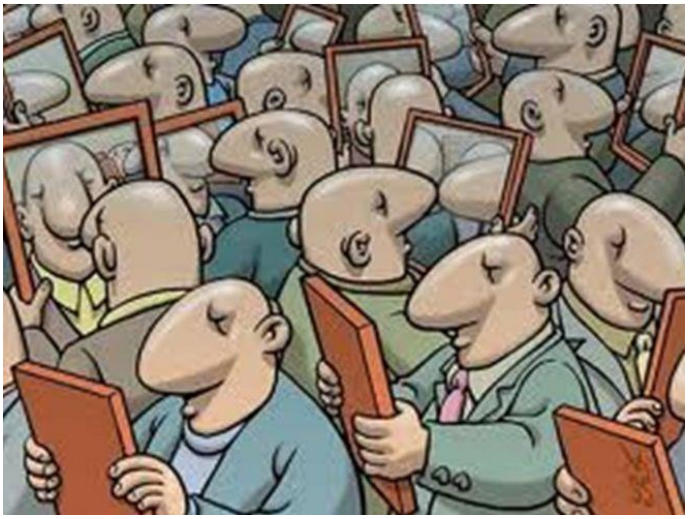
"*Occorre creare il senso di comunità conoscendosi e facendo conoscere il nostro territorio ai nostri vicini*".

Pertanto l'**Obiettivo globale** del Gal Delta 2000 è di valorizzare in modo integrato ed organico le risorse e le attività economiche del territorio. Oltre alla crescita dell'occupazione la conservazione dei valori, tradizioni e della cultura locale, il Gal persegue il miglioramento della qualità e attrattività dell'area, anche agendo sul rapporto tra imprese e ambiente per promuovere uno sviluppo sostenibile

Andrea Succi
- Consulente Gal Delta 2000
"I Saperi per il Turismo Esperienziale: la Cultura dell'Ospitalità".

Clicca qui sull'immagine per vedere la **presentazione completa**:

È in mutamento il rapporto individuo - territorio - comunità.
Cresce il bisogno e la sensibilità culturale di creare valore collettivo, dunque per un bene comune, La fuga dai collettivi, la sfiducia verso i partiti non va intesa come una forma di riflusso nel privato, ma la fine di una certa modalità del rapporto individui e collettività *(Ulrick Beck, 2001 - "La società del rischio, 1986).*



Altresì la nostra società è strutturata attorno a valori individualistici: l' espressione di sé stessi, il bisogno di una realizzazione personale *(Ronald Inglehardt-2005, Christian Welzel-2011 - e Pippa Norris-2013).*

Ma l'Italia è anche il Paese delle piccole patrie, dell'individualismo fatto sistema e filosofia di vita.

E' il Paese in cui ciascuno vorrebbe avere una provincia autonoma, un comune separato, un quartiere più piccolo e frazionato rispetto a quello che c'è.

Fino a piantare una bandiera di repubblica autonoma nel proprio giardino.

[Qui sotto una spassosa "gag" di Ivano Marescotti: **"Io sono Romagnolo",** nulla di più appropriato per rendere l'idea di "campanilismo"..!]

Le **relazioni** e il lavoro per costruirle, sono considerate la nuova vera valuta.

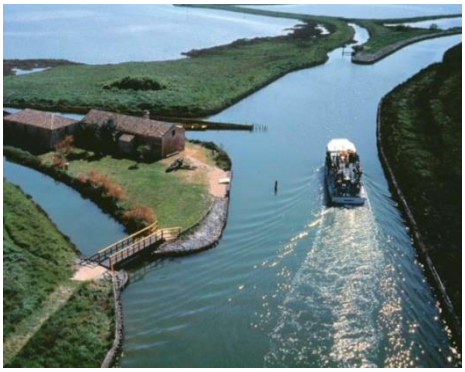
Il desiderio di interazione tra turisti e territori è in aumento.
Secondo l'UNWTO (l'Organizzazione Mondiale del Turismo) il mercato del Turismo Esperienziale, aumenterà del 57%, entro il 2030.

Nel corso dei prossimi dieci anni Le **relazioni umane** diventeranno una vera e propria moneta, una nuova "Economia delle relazioni".[*]

[*] (*fonte: Gruppo IHG: "The New Kinship Economy:from travel experiences to travel relationships.).*

Gli Ospiti/Viaggiatori si aspettano soprattutto di **vivere un'esperienza** che sia unica e rilevante.
Ricercano il Genius Loci (parola chiave: Identità) nuovi "Paesaggi culturali" dove incontrare persone vere, con le quali poter condividere un'esperienza, partecipando attivamente e in prima persona alle attività locali, vivendo momenti di vita quotidiana del territorio che visitano, andando a scavare nelle tradizioni, negli usi e nei costumi.

Il **"Genius Loci"** è il "carattere" di un luogo, legato all'insieme delle caratteristiche socio-culturali, architettoniche, di linguaggio, di abitudini dell'uomo nel suo un ambiente. Si tratta quindi di **Beni immateriali** e materiali che rendono unico e immediatamente riconoscibile tal luogo agli occhi del mondo.
Il Turismo Esperienziale è basato sulla valorizzazione dell'interazione e delle Relazioni sociali. Vuole proporre attività immersive che siano memorabili e uniche, ma che possano anche influire con modalità sostenibili e responsabili alla valorizzazione del territorio.

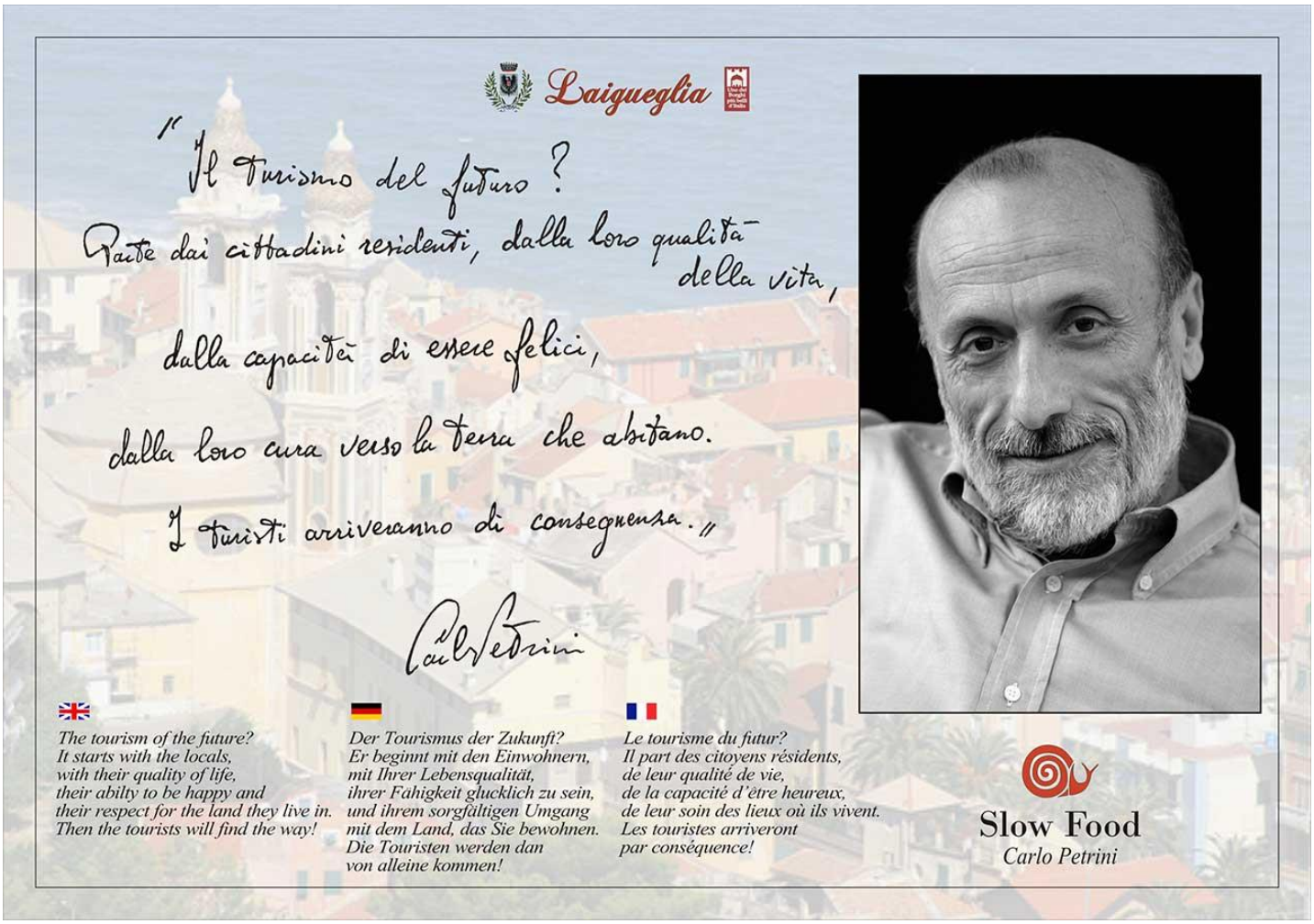


L'esperienza quindi non sarà vissuta solo da chi la fruisce ma anche da chi la propone. Il Turismo sostenibile deve offrire migliori posti da vivere e da visitare, con enfasi in primo luogo sul creare luoghi migliori per la popolazione locale e in secondo luogo, per i turisti.

Il **principio di reciprocità** è parte integrante della stessa etimologia di "Ospite":
deriva dal latino hospes, -itis, che aveva già il doppio significato di "colui che ospita e quindi albergatore" e di "colui che è ospitato e quindi forestiero". Alcuni fra i quali il Devoto Oli fanno risalire la voce a un più antico *hostipotis, composto da hostis 'straniero' e potis 'signore, padrone', cioè 'signore dello straniero'.

La **reciprocità del patto di ospitalità** è dunque all'origine del doppio significato della parola ospite.
Ciò permette all'Ospite, da un lato, di poter godere di un'esperienza autentica, unica e personale, multisensoriale, dall'altro, d'influire direttamente sulla vitalità del territorio e, a chi ci vive, di preservare gli elementi identitari..."scoprendoli" grazie agli Ospiti!

È sempre interessante leggere questa dichiarazione di Carlo Petrini, fondatore di Slow Food:
"Il Turismo del futuro? Parte dai cittadini residenti, dalla loro qualità della vita, dalla capacità di essere felici, dallo loro cura verso la terra che abitano.
I turisti arriveranno di conseguenza".



Etimologia

Il Turismo Esperienziale richiama il concetto di **Esperiènza** - dal lat. experientia, der. di experiri , ovvero ex-perior=io tento, provo: ogni singolo atto o avvenimento, al quale si è partecipato e dal quale si è ricavata una conoscenza, una modificazione di comportamento, di sensibilità, etc. Si tratta quindi di un evento vissuto in prima persona, che produce un effetto sui nostri sensi e lascia un segno nel nostro vissuto.

La domanda non è solo "dove voglio andare?" ma"quale esperienza voglio vivere?".

Idee Geniali e Opportunità

Coordinatori di Turismo esperienziale: c'è tempo fino all'11 maggio per fare domanda

27 aprile 2017 buonsenso 0 Commenti Andrea Succi, Format Gmt, turismo, turismo esperienziale Modifica

Un Per-corso in sei tappe per conoscere le eccellenze del territorio romagnolo e saperle proporre al mercato turistico internazionale. C'è tempo ancora fino a **giovedì 11 maggio** per presentare la propria domanda di partecipazione al primo Per-corso itinerante dedicato alla formazione dei **"Coordinatori di Sviluppo Turistico Esperienziale"**, figure professionali versatili, operatori motivati a far conoscere la "Romagna che non ti aspetti". Il Per-corso – organizzato da **GMT™** Gruppo di Marketing Territoriale e **Cefal**, inizierà il 6 giugno 2017.

Il **Coordinatore di Sviluppo Turistico Esperienziale**.

Individuare le eccellenze sul territorio, confezionare programmi turistici emozionanti, sviluppare relazioni per promuoverli su canali diretti e con i Tour Operator... c'è tanto lavoro da fare. Occorre quindi individuare e formare una nuova figura che possa mettere in campo queste competenze.

Ancora meglio, il coinvolgimento di un territorio, nella sua infinità complessità, può dar vita a processi di sviluppo, e di conoscenza generando opportunità a km zero.

Vi sono i presupposti per attivare ancor di più un **Gruppo di Professionalità** motivate a occuparsi di tutte le fasi di **Marketing del Territorio** e di gestire i flussi turistici con l'offerta di Programmi Esperienziali di un territorio che va conosciuto!

Clicca sull'immagine qui a destra per vedere il video-report dell'intero Per-Corso di Formazione, realizzato per la prima volta in Italia, qui in Romagna.

Testimonianze

Paola Campoli – Associazione Culturale "Argenta Ricama"

[Pagina Facebook.Argenta Ricama]

L'associazione culturale "Argenta Ricama" è nata formalmente nell'anno 2009 con lo scopo di diffondere la conoscenza dell'arte del ricamo e delle discipline affini come elementi costitutivi del nostro patrimonio culturale e artistico. L'Associazione interviene inoltre per il restauro di oggetti prodotti con queste tecniche e lo studio e la ricerca di tecniche e materiali sia tradizionali che innovativi.

L'associazione organizza corsi di ricamo per i propri soci.

Qui sotto un'altra bella intervista a Paola Campoli.

Angela Tabanelli – La Romagnola Bio *(a destra nella foto)*

Il sito dell'Azienda: https://www.la-romagnola.it/la-romagnola-bio/

La Romagnola Prodotti Alimentari Srl nasce nel **1987** dalla collaborazione tra Roberto Bacchini e Paola Fabbri *(a sinistra nella foto)*.

Un progetto con un obiettivo ben preciso: produrre pasta alimentare secca con cereali speciali, alternativi al grano, provenienti da **agricoltura biologica**. All'epoca fare biologico rappresentava una vera e propria sfida, perché in quegli anni veniva seguita quale stile di vita la macrobiotica. Il progetto però, non si è fermato e con orgoglio oggi, La Romagnola può vantarsi di alcuni primati**: primi in Italia**, all'inizio degli anni '80, a produrre Cous Cous biologico; **nel '90 ad importare il grano Korashan Kamut** dagli Stati Uniti e a produrne la pasta, infine nel 2000, i primi a produrre la pasta senza glutine!

Oggi La Romagnola, continua a portare avanti la propria mission e con una nuova compagine sociale, rimane una piccola Azienda Artigianale che produce paste e specialità alimentari, di altissima qualità. In produzione sempre Paola Fabbri, una donna energica e solare, dall'entusiasmo contagioso, con una luce speciale negli occhi, di chi mette nel proprio lavoro la passione di una vita, che ha intuito con grande anticipo che benessere e salute passano prima di tutto dalla tavola. E, se all'inizio quello del biologico rappresentava un mercato di estrema nicchia, oggi un sempre maggior numero di persone fà di questa scelta alimentare uno stile di vita! Ecco allora la sfida diventare realtà: "Non siamo stati solo i pionieri del biologico ma gli inventori di tante specialità e trattamenti produttivi".

La passione per la natura ed i prodotti biologici hanno portato questa Azienda, fin dai primi anni '80, ad approfondire la conoscenza delle proprietà degli elementi e porre al centro dell'attenzione l'aspetto salutistico legato all'alimentazione. Attraverso l'impiego di farine di cereali diversi dal grano convenzionale, sia in purezza sia miscelati per ottimizzarne le caratteristiche nutrizionali e di sapore, la continua e costante ricerca dell'eccellenza del prodotto, ha portato la produzione, ad arricchire l'impasto base con elementi nobilitanti, per rendere unico il sapore e per introdurre principi naturali con benefici per la salute.

Citando il filosofo tedesco Ludwig Feuerbach… "L'uomo è ciò che mangia".

La Romagnola, sempre alla ricerca di nuovi prodotti, collabora da tempo con **l'Università di Ferrara**, che si è trasformato in partner scientifico per i nuovi progetti produttivi.

Priorità di questa Azienda Artigianale, sono la scelta delle materie prime biologiche selezionate in modo accurato, cercando di valorizzare sempre di più il prodotto italiano, i progetti di filiera, il reperimento delle farine il più possibile a distanza limitata dalla zona di vendita e consumo.

Fondamentali sono poi la cura ed il controllo dei metodi di lavoro su tutta la filiera e la continua ricerca e sperimentazione. Ed è la stessa Paola, che con raffinatezza, creatività e maestria, ama testare personalmente, nella sua cucina, i nuovi prodotti e le ricette abbinate. Tutto questo significa dare un valore a ciò che è sulla tavola, all'attenzione e alla cura che c'è dietro, in cucina e nei campi, alla salute che ci deve "costringere" a cercare il massimo della qualità nei prodotti.

"Semplicemente di qualità" è il motto de La Romagnola, per offrire al consumatore prodotti innovativi, ricercati qualitativamente, sani e buoni.

Ecomuseo Valli di Argenta - 11.5.2018

Il mercato della pasta biologica de La Romagnola, si divide quasi al **50% fra Italia**, con maggiore concentrazione in Emilia Romagna, Veneto e Toscana, Piemonte e mercato estero, in particolare **Danimarca, Croazia, Francia, Polonia, Svezia.** La Romagnola esce sul mercato specializzato con il proprio marchio Bio in Naturali dentro, ma produce anche pasta conto terzi e per etichette private, anche in piccole quantità e per piccoli produttori.

La Romagnola è anche **Fattoria Didattica**, La Romagnola Bio, in quanto lo stabilimento produttivo è sito in una vera e propria tenuta agricola di oltre 11 ettari, immersa in una verde boscaglia trasformatasi nel tempo in un oasi naturale, esaltata dal fascino di un lago di circa 4 ettari ex macero della **antica coltivazione della Canapa**, tipica un tempo della zona.

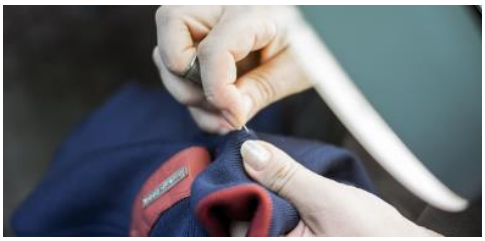
L'Azienda ha un proprio **spaccio aziendale** ed una **sala degustazioni**, ospita scolaresche, gruppi per eventi ed è meta di **cicloturismo**, turismo legato alla biodiversità delle vicine Valli e Delizie del Parco del Delta del Po, tappa di passaggio del cammino dei pellegrini lungo la via **Romea Germanica**.

Gianluigi Zaina – A.D. Maglificio Della Rovere – Longastrino

Il sito dell'azienda: **http://www.maglificiodr.it/it/**
Dalla passione per la maglia della famiglia Piovaccari nasce nel 1963, fra le Valli di Comacchio e la città di Ferrara, il maglificio Della Rovere. Il grande sogno e l'intraprendenza dei due giovani coniugi portano il piccolo laboratorio di provincia a maturare: si espanderà occupando uno spazio di 4000 mq con più di 100 collaboratori.

Nel giro di qualche anno l'azienda finirà per assumere una posizione di rilievo all'interno del panorama della moda Made in Italy.
Nel 1977 il primo grande passo. Il maglificio sposa la sua conoscenza artigianale con la fama mondiale del gruppo Les Copains in un rapporto che durerà 24 anni.

Il 1980 segna l'inizio della collaborazione con Gianni Versace per la presentazione della sua prima collezione, che porterà con sé l'azienda sulle passerelle dell'alta moda. Sarà il maglificio di Longastrino a produrre la maglieria della sua prima linea per oltre 20 anni.
Nel 1998, l'avventura con il marchio Avon Celli conferma la sua posizione all'interno dell'albo dei più grandi specialisti di maglieria.



Le tecniche di lavorazione si affinano e i filati utilizzati vengono scelti fra i più pregiati, di cui il cashmere tiene in mano le redini.

Nel 2007 un rinnovato impulso imprenditoriale spezza ogni confine. Conquistati prestigiosi marchi italiani e francesi, inizia a farsi spazio fra i più grandi retailers di lusso al mondo, vantando la sua presenza in un vasto panorama di mercati internazionali fra cui Azerbaijan, Ucraina, Russia, Giappone e Stati Uniti. dell'azienda. Risiede qui l'eccellenza del Made in Italy.

Nel corso del workshop Zaina ha sostenuto a chiara voce l'importanza di recuperare il valore del "Maestro" artigiano e il ruolo della Formazione professionale, attraverso la quale trasmettere i preziosi Saperi che fanno del nostro Paese un'eccellenza nel mondo.

Giuseppe Ciani – Presidente della Cooperativa agricola Giulio Bellini

Il sito dell'Azienda:
http://www.coopgiuliobellini.it/

Una storia di Uomini, Terra, Lavoro.
La Cooperativa Agricola Braccianti G. Bellini **nasce nel 1945 come cooperativa "Terra e lavoro"** operando nella conduzione dei terreni agricoli e nella gestione in affitto della fornace laterizi.
Per poter usufruire dei benefici della legge sulla Piccola Proprietà Contadina nel **1955** la Cooperativa "Terra e lavoro" dovette **scindere l'attività agricola da quella industriale.**

Si costituisce così il **14 luglio 1955 la Cooperativa Agricola Braccianti di Filo.**
Nel **1970** con l'acquisizione di nuove aziende la cooperativa arriva a possedere **730 Ha. di terreno.**
Nel **1986** dopo che si è verificata **l'unificazione con la Cooperativa Agricola Braccianti di Filo di Alfonsine** si arrivano a possedere 1.500 Ha.

Nel 1989 la Coop. Agricola Braccianti di Filo prende il nome da uno dei suoi principali fondatori: l'Onorevole Giulio Bellini. Si chiamerà così: "Cooperativa Agricola Braccianti Giulio Bellini". **Nel 1991** con l'acquisizione dall' E.R.S.A. di 750 Ha. di terreno, la Cooperativa arriva a possederne 2.300 Ha. A seguito dell'unificazione di detta Cooperativa con la Cooperativa Terra e Pace di Bondeno si arriva **ad oggi** a circa 3.000 Ha. di terreno agricolo. Tutta la produzione diversificata viene conferita a strutture cooperative che operano nella conservazione, lavorazione e distribuzione dei prodotti ortofrutticoli e sementieri nei mercati italiani ed europei.La Coop Giulio Bellini leader del mercato propone sia i propri marchi, che quelli delle aziende collegate:
Molino Sima, Tenuta Garusola e Albaverde.

Coop Giulio Bellini: produzione di cereali, frutticole, vinicole. La produzione della cooperativa comprende prodotti tipici e di alta qualità, tutti ottenuti con tecnologie innovative e con metodi di lotta integrata.

La presenza di una forte concorrenza sul mercato agroalimentare e la ricerca sempre più attenta della qualità nelle produzioni ha portato la Cooperativa Agricola Braccianti Giulio Bellini Soc. Coop. a r.l. a introdurre per i propri prodotti la caratteristica distintiva della rintracciabilità.

Il requisito della rintracciabilità, per la Cooperativa Agricola Braccianti Giulio Bellini Soc. Coop. a r.l., deve garantire al cliente/consumatore finale che la provenienza dei prodotti e le lavorazioni necessarie all'ottenimento di questi facciano parte di una filiera da essa stessa controllata e garantita.

A tal fine intende perseguire i seguenti obiettivi:

1. rendere nota e documentata la provenienza dei prodotti trattati;
2. rendere noti e trasparenti (documentati) i flussi dei semilavorati, dei prodotti finali e di processo in tutte le fasi della trasformazione (dalla raccolta al conferimento dello sfuso);
3. mantenere sotto controllo i processi di tracciabilità al fine di prevenire eventuali non conformità e programmare le attività di gestione delle stesse;
4. utilizzare indici di controllo trasparenti e di elevata responsabilità ed impegno a garanzia del cliente/consumatore finale come l'evidenza, ad ogni inizio campagna dei quantitativi potenziali di prodotti ottenibile sulla base dei raccolti e, a fine campagna, delle verifiche effettuate sulla corrispondenza tra i quantitativi potenziali ed i prodotti ottenuti;
5. rendere più efficiente l'organizzazione;
6. migliorare l'integrazione e il rendimento degli operatori della filiera, perseguendo la politica della qualità mediante l'attuazione di pratiche pianificate e finalizzate all'esaltazione delle caratteristiche di provenienza delle produzioni di origine controllata.

Molino Sima.
Il sito dell'azienda: **Molino Sima.it**

Qui il video di presentazione **Molino Sima**

Cento anni di esperienza sono le fondamenta sulle quali si basa la competenza in campo molitorio. Dal 1992 produce farine biologiche ottenute in massima parte da cereali coltivati dai propri soci. I cereali utilizzati soprattutto il **farro** e il **grano tenero**, provengono dal territorio Ferrarese dove, il Delta del Po, favorisce le condizioni agronomiche e climatiche garantendo i migliori risultati in termini qualitativi.
Farine Biologiche di grande qualità, una vasta gamma di prodotti fra cui spiccano le farine di Kamut e Farro oggi richiestissime da tutti i comparti dell'industria e dell'artigianato alimentare .

Il Molino Sima ha recentemente registrato un importante **primato**, attestandosi come **maggior produttore mondiale** di farina di Kamut® !

Tenuta Garusola:
I Vini d.o.c. delle Sabbie del bosco eliceo
Qui il sito dell'Azienda:
http://www.tenutagarusola.it/

I vini della Tenuta Garusola provengono dalla zona DOC del Bosco Eliceo, una striscia si terreni sabbiosi compresa tra il delta del Po, Cervia e l'entroterra di Filo. In questo ambiente così particolare si sviluppano vitigni autoctoni, dalle caratteristiche uniche; nascono così i **vini delle sabbie**, che portano in tavola il sapore inconfondibile delle nostre terre: Merlot, Fortana, Sauvignon. **La qualità, grappolo dopo grappolo**
Solo uve sane e genuine escono dalla tenuta. Per ottenere le massime qualità organolettiche ogni fase del lavoro è controllat, i materiali usati per gli impianti, le tecniche di coltivazione, le norme produttive.
Vini e piatti tipici: un abbinamento naturale: vini del Bosco Eliceo si sposano naturalmente ai piatti tipici della nostra cucina, con le carni bianche e rosse (salama da sugo, zampone), la selvaggina.

Albaverde:
Il sito dell'azienda: **http://www.coopgiuliobellini.it/albaverde.html**
progetta e costruisce **parchi, giardini e terrazze**; si occupa della **manutenzione del verde pubblico e privato**. E' un'azienda solida, esperta ed affidabile che va incontro alle esigenze del nuovo millennio; il partner perfetto per la città e le famiglie che stanno riscoprendo il piacere di vivere nel verde.

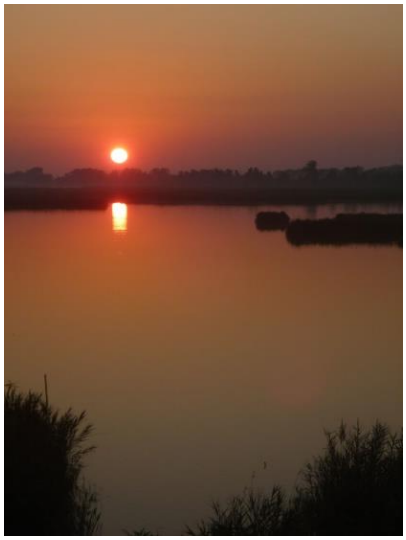
Habitat
Qui il sito dell'Azienda: **Coop Habitat**
Centri di produzione: S.Vito (FE)
L'attività produttiva è ortoflorovivaistica con circa 30.000.000 di piante complessivamente prodotte.
Le piantine orticole in gran parte pomodoro, melanzana, peperone, cicorie e cucurbitacee.
La commercializzazione del prodotto è prevalentemente a carattere regionale (circa il 90%);
Competenze specifiche:
- produzione e commercializzazione piantine da orto e da fiore;
- sperimentazione in comparto agrario;
- progettazione e gestione serre;
- commercializzazione prodotti ortofrutta.

Giada Ferron - Agriturismo Vallesanta – Campotto.

Qui il sito dell'Azienda:
Agriturismo_Vallesanta.com

Seguendo da Campotto la strada che porta all'oasi e immerso nel parco regionale del Delta del Po si trova l'Agriturismo "Vallesanta": un' azienda agricola a conduzione familiare dove si può godere sia dei prodotti tipici della zona attraverso la sua cucina , come del silenzio naturale della valle. Tutto ciò si fonde con la vita degli agricoltori e i lavori della campagna, tra gli animali, l'orto, le albe e i tramonti sui campi arati e coltivati , sui luoghi dove già i nonni hanno vissuto e lavorato.
Ricavato in quella che fino al 1979 era una stalla per mucche da latte, si trova un rustico ed accogliente salone, dove si può gustare un ricco menù composto dai prodotti dell'azienda agricola e dalle specialità della casa: ricchi antipasti a base di crostini e prodotti della casa quali sott'oli, affettati e formaggi. I primi rigorosamente fatti in casa, comei tortelli d'ortica, tagliatelle, tortellini, e primi stagionali che faranno rivivere il gusto della tradizione; si consiglia in particolare il primo "Vallesanta" (maltagliati ai tre sapori al ragù di coniglio).

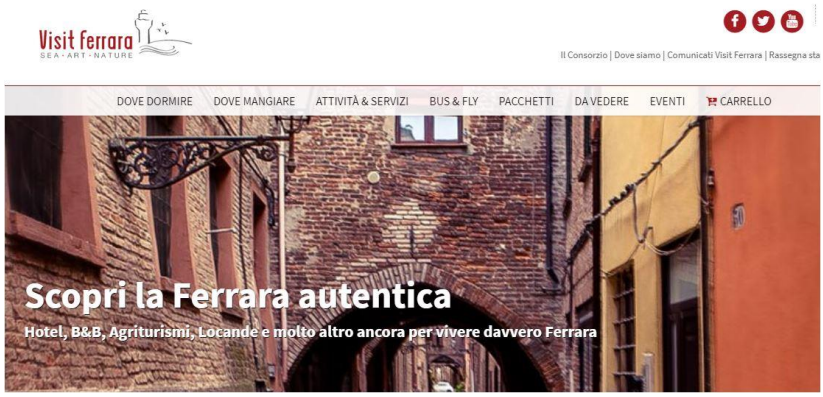
Davvero speciali anche gli arrosti di carne degli animali allevati dalla proprietà, il coniglio alle erbe aromatiche, grigliate miste con castrato, e tagliate, fino ad arrivare a una proposta di pesce a base di anguilla, pescegatto e rane.



Ogni weekend, in base alla disponibilità, alcuni piatti a base di selvaggina tra i quali le pappardelle alla lepre, gli strichetti all'anitra o il risotto al piccione o alla folaga; e ancora l'oca in salsa di funghi e le quaglie lardellate, anitra al vino rosso e la lepre alla cacciatora, il fagiano e il cinghiale. I vini, ovviamente del Bosco Eliceo e la birra artiglianale Vecchia Orsa.
È rigenerante approfittare della pace che si respira in questo luogo per riconciliarsi con la natura, sedendosi all'aria aperta o semplicemente davanti al camino.

Matteo Ludergnani – Presidente Consorzio visit Ferrara

Qui il sito: **Visitferrara.eu/it/**



Nominato nal 2016, Matteo Ludergnani è Presidente del Consorzio Visit Ferrara
Nel corso del Workshop Ludergani ha sottolineato l'importanza di "*costruire lo sviluppo turistico sostenibile e di qualità attraverso il trasferimento delle tradizioni in turismo esperienziale*".

Significativo che anche il valore di "*conoscersi e conoscere il proprio territorio per rendersi attraenti al mercato turistico*".

Il consorzio Visit Ferrara, che unisce circa 90 operatori turistici di tutta la Provincia, guarda alla crescita turistica del suo ricco territorio su cui opera dal 2013. Il potenziale per la crescita turistica c'è, a partire dai due poli principali:
- il mare, con il suo contesto naturalistico e dunque la valenza ambientale, il Parco del Delta del Po, Comacchio e la sua valenza artistica, il turismo sportivo e del benessere
- la città d'arte dove puntare su eventi, attività culturali e sul turismo congressuale, essendo Ferrara una città universitaria importante.

CHE COS'È
VISITFERRARA?

SIAMO UN GRUPPO DI HOTEL, ROOM & BREAKFAST, CAMPEGGI, RESIDENCE, AGRITURISMI, LOCANDE, AGENZIE IMMOBILIARI, AGENZIE VIAGGI, RISTORANTI, STABILIMENTI BALNEARI, GUIDE TURISTICHE, AZIENDE DI TRASPORTI, CENTRI DI FORMAZIONE E AZIENDE DI SERVIZI CHE AMANO PROFONDAMENTE LA PROPRIA CITTÀ.

Fondamentale è creare interazione tra tutto il territorio provinciale con pacchetti specifici e facendo perno sull'utilizzo della bicicletta, costruendo così itinerari che possono coinvolgere anche i centri più piccoli, i quali hanno un importante patrimonio

Riflessioni conclusive

L' Ecomuseo delle Valli di Argenta ha evidenziato che la trasmissione della cultura può, e deve avvenire, anche attraverso il concetto di produttività e valore economico: "*i Saperi e le conoscenze che appartengono ad una comunità possono essere il punto di partenza per creare, innovare e aggiornare la produttività*".

L' Ecomuseo deve sì catalogare, tutelare e censire il Patrimonio Immateriale ma deve anche partecipare e agevolare il processo creativo di rinnovamento: "*un processo di rielaborazione/ideazione di nuove creazioni e nuovi brand che portino nel mondo la nostra tradizione*"

Recuperare il Passato per Progettare il Futuro: "*è importante il recupero delle maestranze (il saper fare qualcosa con le mani) e, attraverso le scuole, formare la cultura del territorio, formare i ragazzi per le posizioni lavorative che servono davvero nel territorio*".

Dal punto di vista di sviluppo turistico:

- l'Ecomuseo, che è espressione del rapporto simbiotico tra uomo e il suo territorio, "*può essere al centro dello sviluppo turistico come contenitore di "Cose da Vivere" e non solo da esporre". Così che Saperi e Mestieri diventino occasione di conoscenza e di esperienze turistiche*".

- le tecnologie e le produzioni possono divenire luoghi di esperienza e visitabili

- la promozione del territorio è in trasformazione: "*occorre individuare un percorso e una progettazione del territorio, da proporre ai visitatori/ospiti/turisti. I punti di sosta divengono momenti da vivere e vetrina dei Saperi, delle produzioni e prodotti locali*".

Per questo si rende necessario fare rete e facilitare la reciproca conoscenza tra gli operatori del territorio.

Si ringraziano per la collaborazione:
- Nerina Baldi, Francesca Gambetti – Ecomuseo Valli di Argenta.