

# AGRADO

Governance per un  
**paesaggio agricolo  
che piace**





# Documento di Proposta Partecipata



COMUNE DI CERVIA

Il progetto AGRADO,  
promosso da Cervia Turismo  
in collaborazione con  
il Comune di Cervia  
e grazie al contributo della  
Regione Emilia Romagna,  
ha sviluppato una riflessione  
su come mantenere le risorse naturali,  
gestire il paesaggio,  
valorizzare il patrimonio  
culturale rurale...  
il tutto in un'ottica di  
promozione turistica del forese.  
Attraverso il percorso partecipativo  
la comunità è stata coinvolta  
nella condivisione di indirizzi e criteri  
utili a rigenerare il territorio agricolo,  
valorizzandone gli aspetti di  
tutela e qualificazione paesaggistica  
attraverso un protagonismo diretto  
di quanti in esso vi operano.



con il sostegno della Legge Regionale  
n.3/2010 della Regione Emilia-Romagna

## Il processo

**Soggetto promotore**  
Cervia Turismo

**Soggetto decisore**  
Comune di Cervia

**Responsabile del progetto**  
Daniela Poggiali  
con la collaborazione di  
Giorgia Cecchi  
Gaia Milanese  
Annalisa Zanelli

**Curatore del percorso partecipativo**  
Monia Guarino  
Associazione Professionale Principi Attivi  
con la collaborazione di  
Andrea Modesti

## Il documento

**Curatore del testo**  
Monia Guarino  
Associazione Professionale Principi Attivi

**Periodo di redazione**  
Da novembre 2016 a aprile 2017

**Data di approvazione da parte del TdN**  
13 aprile 2017

**Editing e impaginazione grafica**  
18 - 30 aprile 2017

**Data di invio al Tecnico di garanzia**  
22 maggio 2017

## Coordinamento

Daniela Poggiali, **responsabile amministrativo**  
Annalisa Zanelli, **responsabile tecnico**  
Gaia Milanese, **responsabile organizzazione**  
Giorgia Cecchi **responsabile promozione**  
Monia Guarino, **responsabile partecipazione**

## Tavolo di Negoziazione

Rossella Frabbri, Natalino Giambi, **assessori di riferimento**  
Daniela Poggiali, **responsabile di progetto**  
Annalisa Zanelli, **responsabile tecnico**  
Monia Guarino, **responsabile partecipazione**  
Giorgia Cecchi, **Cervia Turismo**  
Gaia Milanese, **Comune di Cervia**  
Cristina Merloni, **Ecomuseo del Sale e del Mare**  
Roberto Rossetti, **Coldiretti** (associazione di categoria)  
Luca Corelli, **Ordine dei dottori agronomi** (ordine professionale)  
Alessandro Ricci, **ITAS Cesena** (scuola professionale)  
Mauro Conficoni, **GAL Delta 2000** (gruppo di azione locale)  
Chiara Tiozzi, **Atlantide cooperativa** (terzo settore)  
Antonio Benvenuti e Paolo Pepoli, **Cittadini** (comunità)

## Partecipanti

**134 cittadini** | Di cui:

- 87 sono cittadini che hanno preso parte agli eventi,
  - 35 sono cittadini che hanno preso parte ai workshop.
- Tra i partecipanti ai workshop:
- 22 uomini e 13 donne, 4 giovani under 30,
  - 6 sono rappresentanti di realtà organizzate,
  - 4 sono agricoltori, 3 sono professionisti.

# Il contesto di progetto

## Inquadramento sintetico

Il Comune di Cervia, è situato in Emilia Romagna, in una parte meravigliosa della costa Adriatica, a 20 km a sud di Ravenna, con un litorale di 10 km caratterizzato da un arenile di sabbia finissima e da bassi fondali. La popolazione residente è 28.940 per un totale di quasi 14.000 famiglie.

Il territorio è articolato in 8 “zone” (corrispondenti a quartieri o frazioni) di cui ben 5 - Villa Inferno, Pisignano, Montaletto, Castiglione di Cervia e Cannuzzo - sono a carattere agricolo, mentre le altre 3 - Milano Marittima, Pinarella e Tagliata – contribuiscono a rendere Cervia uno dei più rinomati centri turistici italiani che gode di fama internazionale e conta ogni anno circa 4 milioni di giornate di presenza di italiani e stranieri.

## Un paesaggio fatto di mare e pineta, sale e...campagna!

Accanto ai paesaggi più noti per la loro locazione turistica, come il mare e le pinete, ci sono altre suggestioni paesaggistiche e ambientali, come le saline e le larghe di campagna.

La **Salina di Cervia**, porta di accesso a sud e stazione del Parco Regionale del Delta del Po, è considerata un ambiente di elevatissimo interesse naturalistico e paesaggistico, tanto da essere stata inserita come Zona Umida di Importanza Internazionale nella convenzione di Ramsar. Dal 1979 è divenuta Riserva Naturale dello Stato di popolamento animale.

Le **larghe di campagna** offrono un contesto ricco di diversi valori, da quello estetico a quello sociale, da quello territoriale a quello economico. In particolare, il valore della produzione agricola proviene principalmente dal comparto frutticolo, viticolo e cerealicolo. In tutta la provincia di Ravenna è attiva l’iniziativa Campagna Amica promossa da Terranostra, l’associazione di Coldiretti per nata per sostenere e diffondere l’esercizio dell’agriturismo e la valorizzazione dell’ambiente rurale, che si aggiunge al Premio Cervia Ambiente specifico per il territorio comunale.

In questo contesto paesaggistico (mare, pineta, sale, campagna) si colloca il progetto di Ecomuseo di Cervia (Istituito nel 2013) le cui valenze sono:

- strategica, per rivedere il modello turistico di una città a vocazione balneare (promuovendo anche il turismo culturale e agreste);
- promozionale, per un ragionato sviluppo del territorio in funzione anche dell’accoglienza;
- ambientale, per il rispetto sostenibile dell’identità storica-culturale;
- culturale, per una più efficace sinergia delle risorse presenti e dell’offerta complessiva che il territorio può offrire.

La bellezza dei diversi paesaggi (naturali e urbani), i patrimoni culturali, i valori e la memoria, le emozioni degli occhi e del cuore, la consapevolezza dell’unicità di un territorio, la necessità di scoprire e di farsi scoprire... tutto questo crea un ecomuseo.

### **L’Ecomuseo si basa sull’attivazione della comunità che diventa autore/attore di narrazioni ed esperienze comunitarie, co-conduttrice dell’intero processo di valorizzazione e sviluppo locale.**

Tale modello è applicabile ad ogni contesto in cui la comunità è “agente”, stimolata a percepire il valore del proprio ambiente di vita comune e a eseguire consapevolmente azioni collaborative di promozione, adottando la partecipazione come “prassi costituente”.

Nei primi due anni di vita dell’Ecomuseo le attenzioni sono state poste ai paesaggi del sale e i paesaggi del mare, oggetto di attenzione dei prossimi due anni sarà il paesaggio della campagna (o agricolo) che si configura come opportunità e risorsa per **ampliare le politiche di governance del territorio agricolo e la percezione di gradimento da parte di tutti i fruitori** (dal match di “agricoltura” e “gradimento” deriva il nome AGRADO).

A sostegno della scelta di porre attenzione al paesaggio agricolo, vanno evidenziate le sempre più numerose segnalazioni giunte dalle comunità rurali che sollecitano l’Amministrazione comunale a prendersi maggiormente cura di certi aspetti riguardanti la vivibilità dei luoghi e il decoro del territorio dell’entroterra.

All’interno degli strumenti di governo del territorio comunale sono affrontate alcune delle tematiche centrali che dovranno caratterizzare la futura pianificazione agricola. La crisi di un modello di sviluppo espansivo, assieme alla fiducia incondizionata sulle ricadute economiche e sociali che questo modello rappresentava, ha portato alla **riscoperta di punti di vista ed atteggiamenti propri del mondo rurale**: il valore della bio-diversità opposto alla omologazione colturale e culturale, l’importanza delle tecnologie “dolci” e rinnovabili, l’impiego di pratiche sociali (come la “banca del tempo”, i community gardens, i centri rurali di ristoro e degustazioni, i parchi agresti, non per ultimo la rete dei wooper). Tutto questo può **far evolvere la produzione agricola del singolo verso la partecipazione alla produzione di paesaggio**.

# Il percorso partecipativo

Il percorso partecipativo ha previsto l'elaborazione di LINEE GUIDA per implementare una normativa dedicata alla partecipazione dell'agricoltore alla qualificazione del paesaggio agricolo, la formazione del personale comunale coinvolto e di agricoltori volontari, la ricognizione delle buone pratiche attive presenti a livello locale ed extralocale, il coinvolgimento di gruppi di cittadini attivi e/o interessati alle tematiche di cultura ambientale e innovazione sociale.

Il progetto AGRADO si è prospettato come opportunità per **definire nuove regole capaci di rigenerare il territorio agricolo-naturale-sociale, valorizzandone gli aspetti di tutela e qualificazione paesaggistica attraverso un protagonismo diretto di quanti in esso vi operano**: la saggezza dei contadini può diventare un'importante guida nel ripensare l'attuale agricoltura, dando impulso alla sostenibilità socio-ambientale, promuovendo lo sviluppo di comunità, integrando tradizione ed innovazione.

## Obiettivo generale

Condividere indirizzi, condizioni, regole, incentivi per innovare l'azione dell'agricoltore affinché diventi figura cardine (attiva e propositiva) di un progetto partecipativo di territorio che - promuovendo l'integrazione dialogica fra programmi e interventi di settore, politiche di "cura" e pratiche di "produzione" sociale - inneschi dinamiche virtuose di valorizzazione del paesaggio.

## Obiettivi specifici

- Orientare e armonizzare le trasformazioni del territorio innescate da processi di sviluppo sociale ed economico verso una visione di paesaggio più qualificata e sostenibile.
- Definire strumenti e modalità efficaci di inclusione dei singoli nei progetti di trasformazione territoriale, incentivando l'attivazione di reti e il confronto strutturato (percorsi partecipativi).
- Diffondere l'informazione sui nuovi strumenti normativi di governance territoriale e sulle opportunità che essi offrono al singolo/al gruppo/alla comunità.
- Ascoltare e comprendere le esigenze/aspirazioni dei singoli agricoltori favorendo lo sviluppo di iniziative autonome o auto-organizzate.
- Incrementare l'attivazione responsabile dell'agricoltore verso la cura del territorio.
- Individuare e riconoscere i patrimoni e i valori del paesaggio agro-ambientale e agro-alimentare.

## Ricadute

- Rinnovare l'immagine turistica di Cervia per andare oltre l'idea di "città di mare".
- Rigenerazione della percezione del territorio di campagna come territorio di produzione non solo agro-alimentare ma anche culturale-paesaggistica.
- Radicamento della cultura del paesaggio agricolo come "bene comune" e creazione di presidi che favoriscano la lotta al degrado del territorio rurale.
- Realizzazione autonoma da parte degli agricoltori di azioni di cura, valorizzazione, promozione, del paesaggio agricolo (attuazione del Regolamento).
- Miglioramento dello stato manutentivo del territorio e riqualificazione dello stesso.

# Il calendario

## Coordinamento

- 1° incontro 28 settembre 2016
- 2° incontro 13 ottobre 2016
- 3° incontro 24 novembre 2016
- 4° incontro 4 gennaio 2017
- 5° incontro 27 aprile 2017

## Tavolo di negoziazione

- 1° incontro 25 ottobre 2016
- 2° incontro 16 gennaio 2017
- 3° incontro 7 dicembre 2017
- 4° incontro 8 marzo 2017
- 5° incontro 13 aprile 2017

## Formazione

- 1° incontro 19 gennaio 2017
- 2° incontro 11 febbraio 2017
- 3° incontro 15 febbraio 2017
- 4° incontro 04 marzo 2017
- 5° incontro 16 marzo 2017

## Incontri pubblici

### 1° FASE | **Condivisione del percorso**

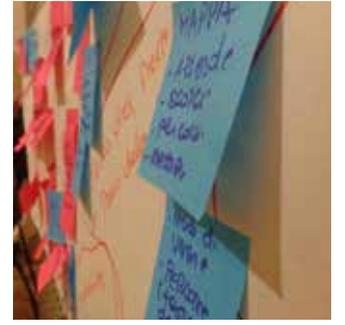
- 15 dicembre 2016 ("sapori ed emozioni")
- 14 gennaio 2017 ("mercato delle idee")

### 2° FASE | **Svolgimento del percorso**

- 23 gennaio 2017 - 1° workshop
- 06 febbraio 2017 - 2° workshop
- 20 febbraio 2017 - 3° workshop

### 3° FASE | **Impatto sul procedimento**

- 25 marzo 2017 ("scampagnata di primavera")





# La risoluzione

## Decisione e tempi

Oggetto del percorso partecipativo è la definizione di un modello normativo e operativo per **rendere il mondo agricolo un soggetto sempre più attivo e propositivo nel mantenimento delle risorse naturali, nella gestione del paesaggio, nella valorizzazione del patrimonio culturale del territorio rurale.**

*A livello europeo, fra i beni pubblici essenziali generati dall'agricoltura è valutato proprio il paesaggio, codificato dalla "Convezione europea del paesaggio" come una determinata parte di territorio, così come è percepita dalle popolazioni, il cui carattere deriva dall'azione di fattori naturali e/o umani e dalle loro interrelazioni. **L'agricoltura è un'attività cruciale per il miglioramento della qualità della vita ed è da intendersi come multifunzionale** (dalla conservazione di elementi rurali paesaggistici tradizionali alla produzione di biomasse a fini energetici, dalla fitodepurazione all'erogazione di servizi sociali) **e come ordinatrice del disegno del paesaggio.***

L'intensificazione della produzione agricola e dell'urbanizzazione sono i due principali fattori che mettono a rischio i valori estetici, sociali ed economici del paesaggio, legato all'agricoltura da un binomio che funziona e rende benefici alla società soprattutto quando gli agricoltori sono resi parte attiva nel mantenimento delle aree rurali attraverso una **combinazione di pratiche che comprendono decisioni sull'utilizzo della terra e sulle pratiche di coltivazione.**

I risultati del processo partecipativo riguardano tipologie di interventi che si inseriscono nel processo decisionale di redazione, revisione o aggiornamento dei **REGOLAMENTI** Comunali oltre che di aggiornamento annuale del DUP – **Documento Unico di Programmazione.**

I contenuti del Documento di proposta partecipata, oltre a fungere da **LINEE GUIDA per la redazione del (nuovo) Regolamento AGRADO**, potranno trovare accoglimento anche nel Regolamento Urbanistico Edilizio, arricchendo la parte dedicata all'attuazione e procedure (es. procedure per il coinvolgimento dei cittadini, procedure per concorsi di idee sul paesaggio, ecc..) oltre alla parte dedicata alla disciplina degli ambiti (specificatamente ambito rurale)

Il **Documento di Proposta Partecipata**, ottenuta la validazione del Tecnico di Garanzia Regionale sarà sottoposto all'attenzione della **Giunta Comunale** affinché sia recepito come **LINEE GUIDA** per la redazione del **REGOLAMENTO AGRADO.**

**ATTRAVERSO IL COINVOLGIMENTO DEL TAVOLO DI NEGOZIAZIONE, DELLA COMMISSIONE CONSILIARE PREPOSTA E DEI TECNICI DI RIFERIMENTO SARÀ REDATTO IL REGOLAMENTO AGRADO**, un documento importante che dovrà essere discusso e approvato in Consiglio Comunale (entro dicembre 2017).

# Il monitoraggio

## Modalità e strumenti

**Incontro di coordinamento/aggiornamento** tra componenti del TdN e l'Ente decisore per condividere gli step della decisione, la progressiva attuazione delle proposte, l'aggiornamento dei contenuti dell'accordo formale tra le parti per la corresponsabilità nell'attuazione del Regolamento.

**Comunicazione dell'esito degli incontri di coordinamento** da parte del TdN e dell'Ente decisore ai partecipanti e alla cittadinanza (news, post, feed, mail).

**Pubblicazione dei documenti che testimoniano la decisione presa** (atti di Giunta/Consiglio elaborati) e/o il suo avvicinarsi verso l'attuazione evidenziando con un testo di accompagnamento in che modo i contributi sono stati considerati nelle scelte dell'Amministrazione (redazione del Regolamento).

**Organizzazione dell'Evento AGRADO** (exhibit di buone pratiche con animazione, concorsi fotografici, passeggiate sceniche, ecc...): iniziativa annuale da realizzarsi nell'ambito della Giornata Europea del Paesaggio, dedicato alla valutazione dei risultati e delle ricadute esito dell'attuazione del Regolamento.

# Le proposte condivise

## LINEE GUIDA

### per la redazione del Regolamento AGRADO

#### **Agricoltura e turismo**

- La campagna cervese come può diventare un prodotto turistico?
- Nella campagna cervese come il privato può promuovere i vari patrimoni?
- Per la campagna cervese come le diverse realtà possono collaborare?

#### **Fruizione ed esperienza**

- Qual è il "target" a cui aprire la fruizione della campagna (i "non lavoratori" accoglibili)?
- Che tipo di esperienza possono fare o possono avere i turisti/fruitori?

#### **Attori e alleanze**

- Quali attori sono "chiamati in campo" nella promozione dalla campagna come prodotto turistico?
- Cosa possono/devono fare?
- Come lo possono/devono fare?
- Con chi lo fanno (rete collaborativa)?

# Il Regolamento dovrebbe...

*Sviluppare il seguente indice*

## **Struttura e infrastruttura del paesaggio**

- Centuriazione e reticoli idrici
- Percorsi e mobilità dolce
- Borghi rurali e tipologie architettoniche
- Biodiversità (spontanea/coltivata)
- Tecnologie ed energie sostenibili

## **Tradizione agro-silvo-pastorale**

- Memoria/e
- Evoluzione/i
- Produzioni (tipiche/originali)
- Filiera (km0 - kmX)
- Mestiere/i

## **Promozione del territorio**

- Cura e Manutenzione
- Integrazione (turismo, cultura, agricoltura)
- Coordinamento e alleanze operative
- Semplificazione e flessibilità
- Incentivi e sostegni

## **Prodotto "Campagna cervese"**

- Qualità
- Convivialità
- Narrazioni
- Esperienze
- Mappa di paesaggio (palinsesto)

*Risolvere alcune criticità*

La situazione odierna dell'**agricoltura cervese**:

- 20 aziende professionali, 100 agricoltori "pensionati" (con appezzamenti sotto i 5 ha), 3 aziende di giovani imprenditori che partono con progetti su multifunzionalità con aziende da 2ha;
- eterogeneità (coltivazioni monocoltura estensive e piccoli appezzamenti, azienda specializzata e azienda a conduzione familiare);
- perdita di molte coltivazioni tipiche (peschi, fragole, ecc...);
- responsabilità della produttività agricola in carico, spesso, ad una sola persona (appesantimento).

I **controlli dell'ispettorato del lavoro**: non è consentito l'introduzione in azienda di persone "non lavoratrici" (visitatori, turisti, scolaresche).

Diventare **fattoria didattica o agriturismo** comporta l'investimento di diverse risorse: tempo, soldi, abilità.

I circuiti turistici in campagna hanno **bisogno di strutturazione**: tappe nelle aziende, cartellonistica e segnaletica con opportunità/eventi, piccoli punti vendita, servizi.

Il **turista può essere di ostacolo** all'attività agricola (intralci, rischi, ...).

*Cogliere alcune opportunità*

- Vicinanza al mare/Alternativa al: la campagna è "un'oasi di tranquillità vicino alla costa".
- Target interessati/interessabili: turista europeo, famiglie, scolaresche.
- Contesto altamente didattico ed esperienziale.
- Attenzioni e sostegno dell'Unione Europea.

*Affrontare alcune questioni*

- Come sensibilizzare il mare (albergatori e bagnini) ad aprirsi alla campagna (agricoltori e paesaggio rurale)?
- Come rendere vantaggiosa la promozione del forese (integrazione del reddito)?
- Come considerare le diverse situazioni (grande azienda, piccola azienda a conduzione familiare)?
- Quali alleanze (agricoltore, albergatore, associazioni di categoria, operatore turistico, ecc...)?
- Possibile una simbiosi tra piccola e grande azienda ("allearsi" nella promozione del forese)?
- Ma sono maturi i tempi del cambiamento? Negli ultimi 30 anni le sperimentazioni agricoltura-cultura-turismo sono state esperienze in perdita (vedi es. dell'essiccatoio della Coop Edera).

## Il Regolamento dovrebbe...

Partire da una mappatura  
(prima di tutto)

- **Aziende attive** (dimensione, coltivazioni, età dei proprietari/coltivatori), ristorazione tipica (non solo bio, km0, vegani,...).
- **Percorso sensoriale** (vista: scorci panoramici, colori...; olfatto: odori...; udito: fauna, acqua...).
- **Percorsi tematici** (centuriazione, coltivazioni, mestieri, modi di vivere, testimoni del forese, porte di ingresso al forese...).
- **Percorsi esperienziali** (assaggi/degustazioni, raccolta/vendita del prodotto, didattica, laboratori, convivialità,...).
- **Percorsi "a misura di"** (leva motivazionale per scuole, bambini/famiglie, anziani, turista, camperista, italiano/straniero...).

Utilizzare le Mappe di paesaggio  
(come strumento di promozione)

Si tratta di rappresentazioni i cui **"contenuti organizzati"** fungono da regia per realizzare attività, laboratori, percorsi...vale a dire **"fatti culturali"** trasposti sul territorio e resi accessibili a tutti nella forma di palinsesto di **narrazioni ed esperienze**.

Considerare alcune priorità

- Indagare il **punto di vista dell'operatore turistico**.
- Considerare non il "mondo agricolo" (coltivazione, produzione, lavorazione) ma l'**ambiente rurale** (campagna e borghi), i cui confini sono l'area vasta (almeno Ravenna-Cesena).
- **Regolare la fruizione** (tempi e modalità).
- Sviluppare nel forese innanzitutto l'**infrastrutturazione leggera** (ciclabili) i **servizi al turista**.
- Puntare sul **nuovo turismo esperienziale** (ma che non sia solo di nicchia).
- Portare le **aziende agricole "in piazza"** (con eventi dedicati e attività agricole spettacolari).
- Valorizzare le **frazioni come "Borghi rurali"** e punto informativo turistico.
- **Salvaguardare il forese** (NO speculazioni edilizie nelle frazioni!).
- Ripristinare l'**agricoltura "d'un tempo"** e/o coltivazioni tipiche, capaci di produrre "bel paesaggio" (es. vini di sabbia, cardo, peschi, fragole, ecc...).
- Evidenziare le **Porte d'ingresso alla campagna**: lungo l'adriatica, da Milano Marittima e Tagliata.

Definire il target di riferimento

Scolaresche (classi), Bambini/Famiglie, Consumatori "da supermercato", Appassionati di natura/buon cibo, Camperisti ed escursionisti, Turisti stranieri (prev.europei), Turisti "del mare", Turisti "da seconde case", Cittadini.

Stringere alleanze operative con...

**(ambito internazionale)**

Work Away, WWOOF, Slow Food.

**(ambito nazionale)**

F.I.CO Fabbrica Italiana Contadina ("parco del cibo" per la celebrazione della bellezza dell'agroalimentare italiano), Eataly, AIS Associazione Italiana Sommelier, Fattorie Didattiche.

**(ambito regionale/provinciale)**

APT Servizi, Fattorie Aperte Emilia Romagna, Destinazione Turistica ER, Legacoop, Confesercenti, Ascom, Federalberghi, Confartigianato, Coldiretti, CIA, CAB, AUSL, Ordini professionali

**(ambito locale)**

Parco del Delta del Po, Parco delle Saline, GAL Delta2000; Albergatori, Ristoratori, Bagnini, Esercenti; Agenzie Immobiliari, proprietari di seconde case; Ricercatori (caratterizzazione dei bioterritori); Scuole, Biblioteche; Associazioni locali (Pro loco, Casa delle AIE); Operatori ambientali, culturali, turistici; **Agricoltori proprietari di Piccole Aziende** promotori di esperienze + **Agricoltori proprietari di Medie Grandi Aziende** licenza di attraversamento.

# Il Regolamento dovrebbe...

Definire il prodotto "Campagna cervese"  
in termini di...

## Qualità

- **Unicità** | Rapporto tra campagna, mare, saline, pineta.
- **Responsabilità** | Attenzioni virtuose verso l'ambiente, la salute, i lavoratori e i fruitori.
- **Genuinità** | Prodotto locale, coltivato con passione.
- **Bellezza** | Cura dell'azienda e cura del territorio.
- **Prossimità** | Relazioni collaborative tra agricoltori, scambio generativo con i "confinanti", produzione/vendita/consumo in loco.

## Convivialità

Azioni che possono connotare il territorio "al di là della presenza turistica":

- **Campagna in tavola:** 1 giorno a settimana/mese, nelle scuole del forese i genitori possono cucinare nella mensa i prodotti del territorio e mangiare insieme ai propri figli.
- **Campagna in piazza:** mercatino-narrante, dove oltre ad acquistare i prodotti coltivati nel forese, il consumatore riceve lo spunto (mappa) per rintracciare le origini del prodotto (mercato come inizio di un percorso ciclo-turistico per scoprire il territorio e le aziende).
- **Borghi di campo:** ogni borgo del forese realizza una festa ispirata ad un prodotto tipico, prepara ricette dolci/salate ad esso dedicato, si "veste" con il colore di riferimento: **rosa** PESCO, **rosso** FRAGOLA, **bianco** GELSO, **verde** SALICORNIA (o asparago di mare), **azzurro** CARDO MARINO (o giglio di mare).

## Narrazioni

- **Trebbo nelle aie:** memorie narrate e momento conviviale.
- **Passeggiate patrimoniali:** pensate soprattutto per sensibilizzare/formare i locali e/o gli operatori.

## Esperienze

### La campagna che guardo/ammiro

- **Itinerari** di collegamento tra Campagna, Salina, Pineta (+Mare).
- **Il lungo Savio:** un cannocchiale sul paesaggio rurale.
- **La trebbiatura:** raccolta della medica o altra esperienza.
- **Adotta la campagna:** affido "simbolico" di un animale/orto/albero/semi... dove l'affidatario è tutor ma non lavoratore.

### La campagna che assaggio/gusto

- **Pic Nic e/o Barbecue nell'aia con il contadino:** pranzo informale per 5-10 ospiti, con prodotti coltivati dall'azienda e cuoco professionista.
- **L'arte dell'orto:** fine settimana in azienda per imparare a realizzare e mantenere un orto.
- **Corso di cucina con assaggio.**
- **La nostra campagna in tavola** (il cardo di sabbia, l'asparago selvatico...).
-

## Il Regolamento dovrebbe...

*Creare le condizioni per l'attuazione  
(di alcune proposte)*

## La campagna che guardo/ammiro

### Il lungo Savio

#### Strumenti

- Sviluppare il contratto di fiume coinvolgendo diversi attori/competenze (attività a medio lungo termine)

#### Ambito

- L'asta fluviale e almeno due "spine" (canale del Duca e canale di allacciamento).

#### Condizioni e Modalità

Individuare/ Allestire:

- Stazioni panoramiche nei borghi (Canuzzo, Castiglione, Loc. Ragazzena), negli edifici e nelle tenute storiche (la pieve di Pisignano, il Bosco del Duca, la Villa Ragazzena, l'Essiccatoio della Coop Edera) e preso le idrovore;
- Stazioni di sosta presso le aziende agricole ("bici e canoe messe a disposizione dai contadini");
- Stazione sensoriali ("le settimane della fioritura di Peschi, Peri, Meli, Ciliegi, Susini).

Attrezzare i percorsi esistenti e potenziare gli eventi esistenti ("bicicletta della centuria", "il Savio in canoa" con le scuole).

#### Promozione

- Ricercare materiale testimoniale coinvolgendo i residenti (documenti storici, foto del passato, storie e aneddoti, ecc...), da promuovere tramite un evento annuale (caratterizzato da allestimento con gigantografie e cartellonistica temporanea).

#### Attori

- Ristoratori e bar (ad es. per organizzare picnic, merende, degustazioni)
- Ciclisti, cicloturisti, escursionisti, canoisti (anche kayak)
- Scuole, famiglie residenti.
- Aziende agricole (per le aree sosta di bici e canoa).
- Contadini (per la vendita diretta).

## La campagna che assaggio/gusto

### Corso di cucina con assaggio

Da svolgere presso azienda agricola e in collaborazione con cuoco-chef (o nella cucina del fattore o con attrezzatura portata dal cuoco-chef).

#### Condizioni e Modalità

- Realizzazione di ricette semplici (da poter ripetere a casa) con i soli prodotti dell'azienda.
- Omaggio ai partecipanti di libretto con ricette.
- Max 30 persone.

### Pic Nic e Barbecue nell'aia

Con o senza cuoco-chef, con o senza senza attrezzatura.

#### Condizioni e Modalità

- Creare atmosfera ad hoc.
- Con musica dal vivo.
- Nel caso di barbecue abbinare ai "fuochi di marzo" (fornarina).

### L'arte dell'orto

Imparare a fare l'orto in casa (in pochi metri di giardino o sul balcone)

#### Condizioni e Modalità

- Insegnare ad allestire in modo creativo (e scenico) l'orto utilizzando materiali di recupero (copertoni, cariole, valigie, tronchi cavi...).
- Omaggio ai partecipanti di un sacchetto di juta con terra e semi.
- Eventualmente: insegnare anche a mettere sott'olio o sotto aceto i prodotti coltivati.

### La nostra campagna in tavola

Una serata in cui i ristoratori utilizzano solo i prodotti di stagione provenienti dalle aziende del forese.

#### Condizioni e Modalità

- Sviluppare la promozione con il "racconto" della stagione (il primo Kg raccolto...o l'ultimo Kg raccolto...).

## Il Regolamento dovrebbe...

### Stimolare/Facilitare l'uso di Strumenti "promozionali"

- **Formazione:** aziende agricole (soprattutto con le piccole aziende interessate alla promozione), esercenti del forese, operatori culturali e turistici.
- **"Ricordino" della campagna:** un prodotto fresco o lavorato accompagnato da ricette del posto.
- **"Vista sul paesaggio":** allestire lungo i percorsi delle installazioni per educare lo sguardo del fruitore a scorgere determinati panorami (grandi cornici con sedute).
- **Packaging dedicato:** uso di determinati filati (gelsolino).
- **Certificazione** e/o assegnazione del "marchio-brand".

### Altri strumenti/modalità per promuovere la campagna

- Sviluppare una **strategia di comunicazione** che parta dai luoghi in cui la gente si sofferma (es. i bagni lungo la costa, nelle sale d'aspetto).
- Scegliere i **"colori" più identitari del territorio** (in riferimento a coltivazioni).
- Creare il **marchio della campagna cervese**.
- Scrivere una raccolta di **racconti sui modi di coltivare**.
- Raccontare/Far raccontare la **storia della campagna cervese** (passeggiate partimoniali, testimonianze, documentari, ecc...).
- **Sensibilizzare prima di tutto il cittadino** per incuriosirlo e far sentire proprio il valore del territorio, oltre alla necessità di tutela e rispetto, dove tutti hanno un ruolo anche il singolo.
- **Rendere partecipe il cittadino e il turista delle pratiche rurali:** dalla semina alla coltivazione, dal raccolto alla cucina (senza dimenticare la "turezza" e il "rispetto").
- Creare una **rete** o una **piattaforma** o un **social network** dedicato alla campagna: patrimoni, esperienze, realtà, testimonianze, eventi, iniziative, semina e raccolto, lavorazioni, ecc...integrare la pratica contadina con l'opportunità per turisti e cittadini di esserne parte attiva (non solo spettatore).
- Istituire/Promuovere l'opportunità di **fattorie didattiche, agriturismi, B&B, spacci o mercatini comuni** (tra più o tra tutti gli agricoltori).
- Favorire l'accoglienza diffusa (ospitalità presso le fattorie; es. esperienza dell'albergo diffuso e dei wworkers).
- Puntare sugli **aspetti bio, natural, eco, slow, km0** o comunque sulle pratiche a basso impatto **"generatrici di un sano relax"**.
- **Sostenere e facilitare l'agricoltore** nel suo dare un contributo al paesaggio, all'esperienza del turista, alla buona campagna.

# Ulteriori proposte da approfondire e valutare nella redazione del Regolamento

## Struttura e infrastruttura del paesaggio

- Utilizzare nelle costruzioni di manufatti sia **tecniche** che **materiali della zona** (possibilmente naturali almeno per i manufatti minori: arredi, recinzioni, ecc..) oppure **materiali innovativi** per contribuire alla salubrità e bellezza della campagna.
- **Recuperare i ruderi campestri, tutelare i manufatti architettonici tipici, rivalutare le case coloniche e le ville padronali, rimarcando** il loro contributo che possono dare ad un **paesaggio identitario**.
- Valorizzare la **centuriazione romana** ancora presente (valutare quale coltivazioni inserire per esaltare la “scacchiera”).
- Valorizzare il **“parco fluviale”** sia come percorso che come paesaggio e rete ecologica (necessario cartellonistica).
- Valorizzare maggiormente il **“parco delle saline”** sia come ecosistema che come panoramicità (favorire la pedonalità e la ciclabilità + parcheggio scambiatore auto-bici).
- **Schermare le aree industriali** prossime alla campagna.
- Creare aree di sosta con “quadri” e “sedute” per **incorniciare il paesaggio** e invitare alla **contemplazione**.
- Garantire un collegamento **bus-navetta** tra mare e campagna.
- Collegare le scuole alla campagna.
- Completare la rete ciclabile del forese (valutare l’opportunità pratica di utilizzare le “carraie”).
- Realizzare **percorsi a misura di bambino, anziano, diversamente abile** (con le opportune attrezzature e soste con punti informativi e/o cartellonistica).

## Tradizione agro-silvo-pastorale

- Creare un’**associazione di donne coltivatrici**.
- Valorizzare maggiormente il **sale di Cervia** e gli abbinamenti ad esso possibili.
- **Riscoprire le tradizioni e le coltivazioni ormai dimenticate**.
- Promuovere **sperimentazioni alimentari** (coinvolgendo l’Alberghiero) per impiegare ed esaltare il **sale dolce**, il **cardo**, l’**asparago della pineta** (i veri prodotti tipici di Cervia).

## Promozione del territorio

- Organizzare **mercattini in città** dedicati ai coltivatori della zona rurale cervese, “portatori di prodotti tipici e originali” (vedi esperienza di **Campagna amica**).
- Programmare i **“pranzi dal contadino”** dove i turisti/cittadini possono pranzare insieme ad uno o più fattori, gustando la cucina tipica basata sul raccolto della giornata (a cui il turista/cittadino può contribuire).
- Agganciare/Abbinare le opportunità di relax date da **campagna – pineta – mare** (e terme).
- Organizzare momenti anche di carattere informativo (es. **“serate con gusto”**: seminario + degustazione) anche in lingua diversa.
- Puntare sull’**esperienza diretta** che il turista - cittadino può fare in campagna.

## Prodotto “Campagna cervese”

- Organizzare **camminate o bicicletate** in campagna per godere dei benefici di un **paesaggio slow** (collegare mare-centri-campagna indicando km, difficoltà, resistenza, calorie...).
- **Accompagnare** (guida) nella **esplorazione** di **patrimoni** e realtà presenti nel territorio rurale (abbinare la possibilità di **acquistare e degustare** i prodotti del posto).
- Sviluppare **iniziative** collettive e socializzanti: **pic nic, giochi sui prati, cinema all’aperto, musica nelle aie, degustazioni e apericena nell’orto...**
- Realizzare uno o più percorsi pedonali e/o ciclabili alla scoperta (colori, profumi, fioritura) di **specie floreali coltivate o spontanee** nel territorio agricolo (colture ornamentali e fioricole)..
- Ideare e installare una **cartellonistica specifica** per far **conoscere** (es. quali specie spontanee e coltivazioni ci sono) e per **educare** a rispettare i valori del contesto rurale.
- Organizzare **tour, escursioni, gite** dalla valenza culturale-artistica (passeggiata “scenica”) rivolto al target giovane, esaltando i patrimoni presenti anche con altre **installazioni “naturali”**.
- Sviluppare opportunità e occasioni per **fare sport in campagna** (non sottovalutare l’appeal del turismo sportivo; es. parkour presso strutture disabitate).
- Invitare le diverse **etnie** residenti a Cervia a **cucinare i prodotti locali “adattando o reinterpretando” le loro ricette tipiche** (degustazioni etno-local-fusion).
- Stimolare la **fruizione ludica del paesaggio agricolo** (es. labirinti, farmer games, laboratori didattici a cielo aperto, ecc..).

Ogni paesaggio ha la sua storia:  
quella che leggiamo,  
quella che sogniamo  
e quella che creiamo.

[George Michael Sinclair Kennedy]