

AGRADO

Governance per un paesaggio agricolo che piace



COMUNE DI CERVIA



Regione Emilia-Romagna

REPORT

1° incontro 23.1.17

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?

Campagna = Prodotto turistico

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 (intrafici, rischi, ...).

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.

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).

Proposte

- **Nuovo turismo esperienziale** che non sia solo di nicchia.
- **Gite bianche** dal mare alla pineta, dalla salina alla campagna (potenzialità da maggio a settembre).
- **Percorsi a tappe** nel territorio rurale: bicicletta, camminata, canoa (tour dei capanni).
- **Escursioni "narranti"** (i fruitori vengono guidati nella scoperta).
- Le **aziende agricole "in piazza"** (con eventi dedicati e attività agricole spettacolari).
- **Web** come motore e strumento per l'aggancio del turista che cerca esperienze particolari.
- Mappa degli **attori del forese**: aziende attive (dimensione, coltivazioni, età dei proprietari/coltivatori), ristorazione tipica (non solo bio, km0, vegani,...), albergatori e bagnini ben disposti, scolaresche.
- **"Borghi rurali"** come punto informativo turistico.
- **Salvaguardia del forese**: NO speculazioni edilizie nelle frazioni!
- Ripristino dell'**agricoltura "d'un tempo"** e/o coltivazioni tipiche, capaci di produrre "bel paesaggio" (es. vini di sabbia, cardo, peschi, fragole, ecc...).
- **Porte d'ingresso alla campagna**: lungo l'adriatica, da Milano Marittima e Tagliata.

Appunti & Spunti

- 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) e i **servizi al turista**.

A proposito di Regolamento...

Ambiti e tematiche

Struttura e infrastruttura del paesaggio

- Centuriazione e reticoli idrici
- Percorsi (ciclopodali)
- Mobilità sostenibile (trasporto pubblico)
- Borghi rurali e tipologie architettoniche
- Biodiversità (spontanea/coltivata)

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 (comuni limitrofi)
- Semplificazione e flessibilità
- Incentivi e sostegni

Fruizione ed esperienza (turistica)

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