

SCHEDA B

Format per la presentazione della manifestazione di interesse per la realizzazione di interventi nel quadro dell'attività IV.1.2 Azioni di promozione integrata del patrimonio ambientale e culturale

(il format va compilato unicamente se si intendono presentare interventi di promozione integrata del patrimonio culturale, storico, artistico ed ambientale, correlati all'intervento di cui alla scheda A)

A. CARATTERISTICHE E DESCRIZIONE DELL'IDEA PROGETTO

Amministrazione Provinciale di:
Referente dell'Amministrazione Provinciale Nome: Alberto Rebucci Funzione: Dirigente Attività Produttive e Politiche Comunitarie Tel.: E-mail: arebucci@mail.provincia.ra.it
<i>Patrimonio culturale, storico, artistico, architettonico ed ambientale oggetto della promozione:</i>
Proposta di co-marketing, nell'ambito di un più generale progetto di promozione della Regione Emilia-Romagna per la promozione del Parco Regionale del Delta del Po, connesso ai seguenti progetti (schede A) : <ul style="list-style-type: none">- Interventi di valorizzazione e rafforzamento dell'attrattività delle stazioni ravennati Parco del Delta del Po per uno sviluppo turistico sostenibile e di alta qualità scientifico-culturale e ambientale per l'intero sistema turistico-costiero dell' Emilia-Romagna;- Realizzazione del percorso Cervia, città del Sale: dalle Saline e dall' antica Ficocle fino ai Magazzini del Sale e al centro storico di Cervia per una più stretta relazione con il Parco del Delta del Po, per una più forte identità, e per la destazionalizzazione del Turismo costiero.
Soggetto Beneficiario dell'intervento: <i>(indicare l'ente locale o il consorzio/associazione di enti locali, che svolgerà le attività di promozione)</i>
PROVINCIA DI RAVENNA

Descrizione delle strategie ed azioni promozionali da attuare <i>(Descrizione degli interventi e delle spese necessarie per la realizzazione dell'intervento, indicazione del target di riferimento delle iniziative promozionali ed integrazione-coerenza con altri strumenti regionali di promozione)</i>
<ul style="list-style-type: none">▪ Strategie <p>E' ormai consolidata l'idea che i Parchi e le aree protette costituiscano non solo uno strumento per la conservazione della natura ma un fattore di sviluppo e di identità per i territori in cui sono inseriti. Ne sono testimonianza i trend di crescita sul piano nazionale e internazionale del turismo naturalistico ed escursionistico.</p> <p>Nel territorio della provincia di Ravenna, il Parco Regionale del Delta del Po, per le sue dimensioni, la sua valenza naturalistica, per alcuni aspetti unica, e la sua collocazione lungo uno dei sistemi turistici più importanti d' Europa rappresenta un'opportunità straordinaria per lo sviluppo di forme nuove di quello che è stato definito <i>slow tourism</i> cioè di forme di turismo colto e intelligente attento sia agli aspetti naturalistici sia agli aspetti storico-culturali sia a quelli dell'identità e peculiarità di un territorio di qualità (tradizioni, prodotti tipici, enogastronomia ecc.) .</p> <p>Tale crescita di segmenti nuovi di turismo qualificato può integrarsi con il turismo costiero e quello delle città d' arte dell' area (da Ferrara a Ravenna) per dar vita ad un distretto turistico molto importante, altamente qualificato e in grado di essere attrattivo per l'intero arco dell' anno.</p> <p>In questi anni si è operato per dare al Parco del Delta del Po una identità più chiara, per renderlo fruibile ai visitatori in termini qualificati e sostenibili attrezzando percorsi, musei e centri visita, per avviare una azione di comunicazione mirata ai target potenzialmente più interessati al prodotto natura, partendo da eventi di grande rilievo (ad esempio la fiera del Bird Watching, ma anche manifestazioni escursionistiche legate al</p>

trekking e alla bicicletta).

Con la realizzazione degli interventi previsti dalle due schede A sopraccitate non solo tali interventi di “strutturazione “ avranno un importante completamento ma l'insieme del prodotto “ Parco del Delta “ avrà una sua identità e configurazione da poter essere promosso con efficacia su scala nazionale e internazionale anche in collaborazione con gli operatori privati che operano sulla costa in località strettamente connesse al Parco stesso.

Nell'ambito della strategia turistica, un'area protetta così importante deve essere integrata nell'offerta turistica come un prodotto autonomo e specifico che necessita anche di forme di comunicazione e promozione peculiari. Questo comporta un marketing strategico che metta in valore le realizzazioni compiute nei confronti di segmenti turistici mirati (amanti della natura, scuole, escursionisti ecc) , interessati alla fruizione in forma compatibile con l'ambiente e la natura e soddisfacente dal punto di vista culturale e scientifico .

Un' adeguata azione di promozione e adeguati servizi per la fruizione degli stessi deve mirare ad aumentare la percezione del valore di questo patrimonio naturalistico di grande rilievo, integrato a quello culturale e ambientale, sia da parte dei cittadini che da parte dei turisti.

▪ **Azioni di promozione**

Promozione attraverso strumenti, quali depliant, presentazioni, ottimizzazione e potenziamento dei siti istituzionali on line della Regione Emilia Romagna, della Provincia di Ravenna, della Provincia di Ferrara, dei Comuni interessati, delle Unioni di Prodotto della Costa e Appennino e Verde di una immagine complessiva e aggiornata del Parco sia nelle sue eccellenze i naturalistiche sia nei servizi pubblici e privati che è in grado di offrire al visitatore (centri di educazione naturalistica, percorsi naturalistici segnalati e attrezzati con una cartellonistica illustrativa delle valenze naturalistiche, centri visita, noleggio biciclette e battelli , punti di ristoro ecc.) valorizzando in particolare le nuove realizzazioni e i nuovi percorsi previsti dalle schede A

Realizzazione e promozione di materiali e strumenti didattici e divulgativi a supporto delle attività di educazione ambientale e del turismo didattico, scientifico e culturale (guide, brochure, pieghevoli, Cd Rom, Video, Poster, ecc.);

Realizzazione di network fra parchi e aree protette per la promozione dell'offerta

Attività di promozione di vaste aree che comprendono i Comuni di Cervia, Russi, Alfonsine e Bagnacavallo

Interventi di animazione naturalistica e culturale, anche attraverso piccoli eventi e “laboratori ludico-didattici”, per la promozione del patrimonio ambientale, delle tradizioni e dei mestieri, delle identità locali, ecc., favorendo il partenariato con il privato;

Valorizzazione dei musei e dei centri visita del Parco e loro inserimento in un sistema museale dell'area-parco, in collaborazione con altri soggetti pubblici e privati presenti nell'area, e attività di promozione di una vasta area che comprende i Comuni di Cervia, Russi, Alfonsine e Bagnacavallo ed in particolare:

- creazione di un collegamento a “sistema” tra il Museo delle Erbe Palustri di Villanova di Bagnacavallo e il Centro visita del Parco “Manifattura dei Marinati” di Comacchio, allo scopo di valorizzare il lavoro dell'uomo, in relazione al concetto legato alla “manualità” dell'Homo Faber: l'operare dell'uomo nel Delta del Po;
- il percorso ciclabile del Lamone che collega l'area di riequilibrio ecologico della Villa Romana di Russi, ricreando il paesaggio che circondava la *domus* romana di Russi e l'antico palazzo San Giacomo, residenza della nobile famiglia ravennate dei Rasponi, completano le emergenze della porzione di territorio di Russi più direttamente collegata al parco del Delta del Po

Promozione e valorizzazione dei percorsi e/o nuovi collegamenti ciclo-pedonali (dal Museo Archeologico di Classe al Centro visita specializzato dell' Idrovora Bevanella a foce bevano ; collegamento tra S.Alberto e l'area Pineta di San vitale) rafforzandone ed esaltandone le potenzialità di connessione ed interazione tra i diversi centri di attrazione turistica esistenti;

Attività di comunicazione (anche mediante azioni di advertising specializzata), finalizzata alla divulgazione della cultura naturalistico-ambientale, storico-culturale e scientifica, sia alle popolazioni residenti, che ai visitatori italiani e stranieri (selezionati su aree di grande interesse nei confronti degli aspetti legati alla natura, quali Inghilterra, Germania, Paesi Bassi, Paesi Scandinavi, su cui agiscono veloci ed economici collegamenti aerei);

Rilancio, sul piano promozionale, delle manifestazioni primaverili legata al Birdwatching, alla fotografia naturalistica e allo Slow tourism, al fine di realizzare un'azione promozionale del Parco, mirata, in particolar modo, ai periodi di maggior fruizione naturalistica (Marzo, Aprile, Maggio), ampliando, in tal modo, l'offerta turistica della costa;

Individuazione, realizzazione e promozione di una "campagna conoscitiva" del territorio del Parco, a mezzo stampa, televisione, radio, Sky Tv, ecc.

Realizzazione di eventi di particolare valore nell'ambito di attività ecosportive (cicloturismo, escursionismo naturalistico, ippoturismo ecorunning, trekking, nordic walking ecc.)

Promozione di offerte differenziate nell'ambito delle attività ecosportive

Realizzazione di un sito web in 3D, con annessione di un video live (Landscape life).

Tale proposta vedrà la creazione di un sito in 3D dotato di spazi virtuali agibili via web, che possano simulare e sintetizzare l'esperienza a 360° della visita in aree Parco di eccellenza (Idrovora Bevanella, ecc.), stimolando la curiosità e l'interesse, attraverso l'ausilio di alcuni limitati e scelti luoghi di riferimento.

La "salita" alla sommità di una "torre virtuale" in un edificio preso ad "esemplare" e "campione" nel Parco, consentirà di ammirare il territorio circostante "in diretta", per mezzo del collegamento ad una telecamera che riprenda, "live", l'ambiente circostante di riferimento, in una rotazione continua;

Tutta l'azione promozionale sarà molto attenta anche all'aspetto dei "rimandi" per favorire successive visite dei diversi luoghi del Parco sia nella parte ravennate che ferrarese e delle diverse e ricchissime opportunità di carattere culturale e ambientale.

▪ **Target di riferimento**

Enti locali e istituzioni territoriali; parchi nazionali e regionali; riserve naturali; enti nazionali regionali di promozione del territorio; strutture agrituristiche e di turismo rurale; strutture ricettive; turista individuale e pubblico mirato; associazioni di categoria; stampa ed editoria specializzata; associazioni ambientaliste; associazioni di consumatori; società di servizi; scuole, associazioni naturalistiche, cral aziendali, associazioni ambientali, escursionisti, associazioni sportive; operatori turistici, agricoli, culturali ed ambientali; nonché le imprese che svolgono o intendono svolgere iniziative in campo turistico

▪ **integrazione-coerenza con altri strumenti regionali di promozione**

Le scelte alla base del progetto di promozione trovano:

- **coerenza** con il PTPL Piano Turistico di Promozione Locale della Provincia di Ravenna che prevede in particolare la "valorizzazione e promozione, per un turismo qualificato e sostenibile, del Parco del Delta del Po quale parco di valore europeo e internazionale nell'ambito dei Parchi Regionali e del circuito dei più importanti "Delta" del mondo, anche utilizzando le risorse messe a disposizione dai Programmi di iniziativa comunitaria; miglioramento dei percorsi, dei centri visita e del sistema museale del Parco del Delta a partire dall'area delle Saline e dei Magazzini del Sale di Cervia e dai Musei naturalistici di S. Alberto e di Villanova di Bagnacavallo, rafforzamento dell'integrazione con il sistema turistico costiero;
- **coerenza** con l'indirizzo consolidato della politica turistica regionale e gli indirizzi strategici relativi alla promozione e commercializzazione turistica che confermano e raffinanano la costruzione un sistema di interrelazione e coordinamento tra prodotti e territori all'avanguardia in Italia in cui il ruolo degli enti pubblici dovrà concretizzarsi in una partnership con il territorio, superando il mero approccio normativo, e dovrà essere di supporto alla rete promo-commerciale, ben oltre la mera promozione istituzionale;
- **integrazione** con il compito delle Unioni di prodotto che costituiscono, la cerniera operativa tra il ruolo pubblico e le esigenze degli operatori privati confermando la necessità di rafforzare le sinergie con gli enti locali, migliorando la capacità di ascolto e di proposta delle Unioni nell'assecondare le iniziative dei soci pubblici, legandole alle azioni dei soci privati. **In particolare**, come previsto dal Piano degli obiettivi dell'Unione di Prodotto Appennino e Verde la necessità di una collaborazione più stretta con il sistema parchi della regione, e nello specifico con i parchi soci dell'Unione che costituiscono le realtà turisticamente più rilevanti, creando occasioni per una promozione sinergica di offerta ambientale e turistica (come la giornata europea dei

parchi e le iniziative pubbliche che già ora il coordinamento regionale dei parchi promuove in collaborazione con la grande distribuzione commerciale regionale, a maggio e settembre. L'ambito della promozione sarà quello di workshop tematici e fiere di settore accreditate ed inoltre una campagna mezzi adeguati e mirata (stampa, radio e TV). Interazioni progettuali saranno attivate su due filoni specifici: il turismo scolastico e il cicloturismo nella fascia di crinale. Oltre alle iniziative spot e agli eventi di richiamo saranno promossi anche i calendari delle attività dei parchi che animano tutta la stagione, nelle loro varie articolazioni.

Innovatività negli strumenti da utilizzare per la promozione anche in termini di utilizzo di nuove tecnologie

Nell'ambito della valorizzazione dei percorsi cicloturistici si utilizzeranno tecnologie innovative (multimediali e interattive) allo scopo di fornire immediatamente ai turisti e cittadini fruitori del servizio informazioni utili circa i percorsi, itinerari e emergenze storiche, culturali e ambientali da visitare.

Tempi stimati di avvio, realizzazione e conclusione dell'intervento

La progettazione esecutiva dell'intervento di promozione qui delineato verrà predisposto, d'intesa con la Regione Emilia-Romagna, l'APT, le Unioni Prodotto Costa e Appennino Verde e con la Provincia di Ferrara e approvato, dopo un' ampia concertazione con tutti i soggetti pubblici e privati interessati entro il 31/12/2008. L' attuazione degli interventi promozionali si distribuirà nel periodo 2009 e 2010 in connessione con i tempi di realizzazione delle opere previste dalle 2 schede A connesse al presente progetto promozionale.

Risultati attesi dall'intervento (cfr indicatori pertinenti dell'asse IV.I.I del POR)

Dal complesso ed articolato ma coerente insieme di interventi proposti ci si attende

- a) il rafforzamento del turismo ambientale e culturale, rilanciando e completando l'idea del carattere unico e ricchissimo del patrimonio ambientale culturale e storico ravennate, creando le condizioni per rafforzare l' attrattività complessiva dell' area e ottenere il prolungamento delle permanenze turistiche durante l'intero arco dell'anno nella zona;
- b) la forte integrazione tra i beni culturali e ambientali ed il vicino contiguo sistema costiero e dell'intera costa emiliano-romagnola al fine di rafforzarne nella sua globalità l'immagine, di prolungarne la fruibilità durante l'anno, di differenziare le opportunità per il turista (mare, arte, cultura, enogastronomia, natura);
- c) l'implementazione di un sistema integrato legato ad una offerta turistica stagionalizzata a forte richiamo anche internazionale.

Tale operazione punta nel concreto ad un aumento del 25% in 4 anni delle visite nei centri visita e musei del Parco dove si rilevano le presenze turistiche, di una crescita di almeno il 5% degli arrivi turistici nell' area costiera dei Comuni di Ravenna e Cervia connessi al Parco e soprattutto di un rafforzamento dei segnali di stagionalizzazione specie nei mesi primaverili (marzo-maggio) e autunnali (settembre-novembre).

Il progetto di co-marketing mira allo sviluppo di una fruizione congiunta, qualificata e sostenibile del Parco, sia dal punto di vista naturalistico che dal punto di vista storico-culturale.

Un modello di fruizione fondato sui criteri di qualificazione culturale e comportamentale della fruizione stessa. La qualificazione educativa e culturale, soprattutto a livello locale, costituirà nel contempo strumento di tutela e valorizzazione degli elementi naturali dei siti.

L'insieme degli obiettivi e delle azioni sono intesi nel complesso con funzione incrementale e qualificata delle presenze e funzioni integrativa e interattiva per e tra i diversi tipi di turismo e i diversi centri di attrazione. Alla capacità attrattiva e ricettiva del sistema turistico della riviera romagnola, occorre orientare un sviluppo dell'offerta turistica verso una diversificazione delle forme di fruizione che ricerchino una più esaustiva valorizzazione delle risorse che il territorio presenta.

Coerenza dell'intervento da realizzare con la strategia del POR e con l'obiettivo specifico dell'Asse IV:

Il progetto è coerente con la strategia del POR – FESR Regione Emilia Romagna e, in particolare con gli obiettivi specifici dell'Asse IV, in quanto si propone il miglioramento della sostenibilità della fruizione attraverso diverse azioni:

1. rafforzare e migliorare la fruibilità dei principali beni storici e culturali di una zona;
2. sviluppare un turismo sostenibile, promuovendo una migliore accessibilità all'area, la nascita di nuovi servizi, collegamenti ai centri storici e area ambientale circostante, in genere creando un ambiente accattivante e "leggibile" da più segmenti di turisti che porti ad un riqualificazione economica del territorio;
3. favorire la destagionalizzazione attraverso l'integrazione tra più segmenti di turismo, quello della costa, quello ambientale, quello culturale e delle città d'arte
4. individuazione e strutturazione di un sistema di itinerari di accesso e/o percorrenza dei siti fondato su una distribuzione del carico equilibrata e orientata alla dissuasione dalle zone maggiormente sensibili al disturbo su habitat e specie;

L'intervento proposto è altresì volto a consentire di trarre vantaggio dalle risorse culturali e storiche, artistiche ed architettoniche la cui fruibilità è certamente migliorabile attraverso interventi sinergici e interrelati con obiettivi di sviluppo degli operatori economici privati.

In primo luogo esso stimola interventi di adeguamento e ammodernamento della rete commerciale locale, in secondo luogo pone le basi per progetti di promozione turistica ed eco turistica che possono fare perno sulla valorizzazione del centro storico quale vetrina del territorio e dei suoi prodotti di eccellenza, proponendo pacchetti ed itinerari di scoperta e di fruizione.

2. B. QUADRO FINANZIARIO DELL'INTERVENTO*

Fonte	Importi (in Euro)	% sul totale
Risorse POR	80.000,00	80%
Risorse a carico del soggetto beneficiario	20.000,00	20%
TOTALE	100.000	100%

Non sono previsti valori minimi.

E' , previsto un co-finanziamento minimo a carico del beneficiario pari al 20% del valore complessivo dell'intervento finanziato