

FOOD CORRIDORS

Urbact III

Unione dei Comuni della Bassa Romagna

Martedì 29 giugno 2021

Report 8° incontro

**Focus: Marketing -
tourism and local food**

Report dell'incontro di presentazione

Questo report è stato realizzando nel quadro delle azioni del programma Food Corridors – Urbact III di cui l'Unione della Bassa Romagna è partner.

Autori

Luca Pinnavaia, Camilla Falchetti, Erblin Berisha, Erika Puntillo (Khora Lab)

responsabili del progetto

Nadia Carboni, Rita Ricci (Ufficio Europa - Unione dei Comuni della Bassa Romagna)

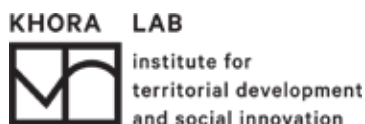
Supporto al progetto

Monica Giacomini, Maria Rosaria Gagliardi (Ufficio Europa - Unione dei Comuni della Bassa Romagna)



Per maggiori informazioni sul progetto **Food Corridors: RURBAN food - Empowering Territorial Food Corridors within the European Union - Progetti Europei - Unione dei Comuni - Unione dei Comuni della Bassa Romagna**

Contatti: europa@unione.labassaromagna.it



© Khora Lab - Institute for Territorial Development and Social Innovation, 2020

La stampa, la riproduzione o la citazione sono autorizzate a condizione che venga citata la fonte.

Per informazioni su Khora Lab: <https://www.khoralaboratory.eu>

Contact: khoralaboratory@gmail.com

SOMMARIO

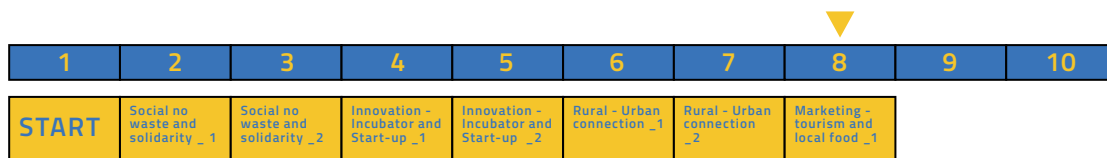
ABSTRACT [ENG]	4
REPORT 8° INCONTRO - Presentazione	5
Obiettivo dell'incontro	5
Agenda incontro	6
Attori presenti e intervenuti	6
Restituzione attività	7
Osservazioni emerse	11
Prossimo appuntamento	12

ABSTRACT [ENG]

On Tuesday, 29th June the eighth online-meeting of the Food Corridors project took place with the participation of the local administration and the stakeholders of the *Unione dei Comuni della Bassa Romagna*.

The meeting focused on the fourth Thematic Issue **Marketing - Tourism and local food**, giving the opportunity to stakeholders and participants to discuss the importance of territorial marketing, in relation to tourism and the production and consumption of local foods. The aim of the laboratory has been to find a way to link the challenges of territorial marketing with the elaboration of a digital tool (e-platform or app) and how to engage the stakeholders in this elaboration. The next meeting will be dedicated to co-design the characteristics and some operational issues of the digital tool.

Contatore degli incontri del percorso partecipativo



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
START	Social no waste and solidarity _ 1	Social no waste and solidarity _ 2	Innovation - Incubator and Start-up _ 1	Innovation - Incubator and Start-up _ 2	Rural - Urban connection _ 1	Rural - Urban connection _ 2	Marketing - tourism and local food _ 1		

REPORT 8° INCONTRO

Presentazione

L'incontro si inserisce nel calendario 2021 del programma URBACT che prevede lo svolgimento di attività con gli stakeholders locali per ideare azioni e progetti concreti sul territorio, che verranno formulati nel documento denominato **Integrated Action Plan (IAP)**.

L'incontro n. 8 si è focalizzato sul Focus Tematico Marketing - Tourism and local food

I 4 Focus Tematici su cui verteranno gli incontri in programma per il 2021 sono:

- 1] Social – no waste and Solidarity;
- 2] Innovation – Incubator and Start-Up;
- 3] Rural-Urban Connection – riconnettere città e campagna;
- 4] Marketing – Tourism and Local Food.

Per permettere di costruire in modo condiviso contenuti e azioni su questi temi sono previsti otto (8) incontri di cui, nello specifico, due (2) incontri dedicati ad ogni Focus Tematico. I due incontri, come già espresso nel report precedente, permetteranno di affrontare due fasi diverse del percorso di partecipazione e ingaggio degli stakeholders, ovvero: **Fase 1 - brainstorming e ideazione di proposte innovative** e **Fase 2 - individuazione di azioni prioritarie secondo un approccio di progettualità credibili, attuabili e sostenibili**.

Obiettivo dell'incontro

L'incontro svoltosi in data 15-06-2021 è stato il primo incontro sul Focus Tematico Marketing - Tourism and local food i cui obiettivi sono stati:

- individuare delle azioni necessarie alla creazione o integrazione di una **piattaforma digitale** in grado di limitare le eccedenze alimentari (idea progettuale emersa dai precedenti incontri sino ad ora svolti) focalizzandosi sull'aspetto della promozione (*marketing*) territoriale;
- responsabilizzare gli attori locali nel mettere in campo l'idea progettuale sopra indicata, attraverso l'implementazione delle **Small Scale Action** (da adesso in poi SSA) previste dal programma URBACT.

Agenda incontro

17:00 – 17:05

Introduzione e presentazione del programma dell'incontro (Erika Puntillo, *Khora Lab APS*)

17:05 – 17:10

Resoconto delle attività sino ad ora svolte (Monica Giacomini, *Ufficio Europa*)

17:10 – 18:30

Presentazione del caso studio “Alle radici della cucina del territorio” (Luciano Facchini, *Responsabile Confcommercio Imprese per l'Italia ASCOM Lugo*)

17:30 – 18:45

Definizione delle azioni e responsabilizzazione degli attori (Erika Puntillo e Camilla Falchetti, *Khora Lab APS*)

18:50 – 19:00

Chiusura e prossimi passi (Camilla Falchetti, *Khora Lab APS*)

Attori presenti e intervenuti

1. Luciano Facchini, *Confcommercio Imprese per l'Italia ASCOM Lugo*
2. Monica Giacomini, *Ufficio Europa – Unione Comuni Bassa Romagna*
3. Nadia Carboni, *Ufficio Europa – Unione Comuni Bassa Romagna*
4. Rita Ricci, *Ufficio Europa – Unione Comuni Bassa Romagna*
5. Maria Rosaria Gagliardi, *stagista presso Ufficio Europa – Unione Comuni Bassa Romagna*
6. Luca Babini, *responsabile controllo qualità per Melandri Gaudenzio s.r.l.*
7. Ambra Bedetti, *collaboratrice azienda SOFOS*;
8. Danilo Zanelli, *collaboratore azienda SOFOS*;
9. Antonio Falzoni, *presidente Pro Loco Massa Lombarda*;
10. Ivan Guerra, *presidente Pro Loco Bagnacavallo*;
11. Angelo Minguzzi, *agricoltore e agronomo*;
12. Alberto Sartor, *servizio comunicazione Unione dei Comuni della Bassa Romagna*

FACILITATORI KHORA LABORATORY APS

Camilla Falchetti, Erika Puntillo

Restituzione attività

L'incontro ha avuto la finalità di invitare gli stakeholder ad approfondire i contenuti della piattaforma digitale iniziata a progettare durante l'incontro precedente ed individuare le azioni necessarie alla sua attuazione, potenzialmente finanziabile dal programma URBACT.

Successivamente è stata data l'opportunità a Luciano Facchini, responsabile Confcommercio Imprese per l'Italia ASCOM Lugo, di illustrare il percorso di ricerca volto a rilevare le potenzialità turistiche e l'identità culturale dell'Unione dei Comuni della Bassa Romagna al fine di promuovere il territorio in modo integrato.

Il percorso di ricerca ha preso avvio nel 2011, con l'apporto della Facoltà di Economia ad indirizzo Turistico dell'Università di Bologna, e fornisce una risposta positiva per quanto riguarda le potenzialità del territorio: non solo sono presenti quelle di base, come la ricettività, ma anche le caratteristiche per candidarsi al ruolo di meta turistica in chiave di "Heritage" - un concetto ampio che si estende sia alla cultura, sia all'ambiente riferendosi ad una pluralità di elementi come le bellezze paesaggistiche, siti storici, ambienti antropizzati, biodiversità, collezioni, tradizioni culturali, conoscenze ed esperienze di vita.

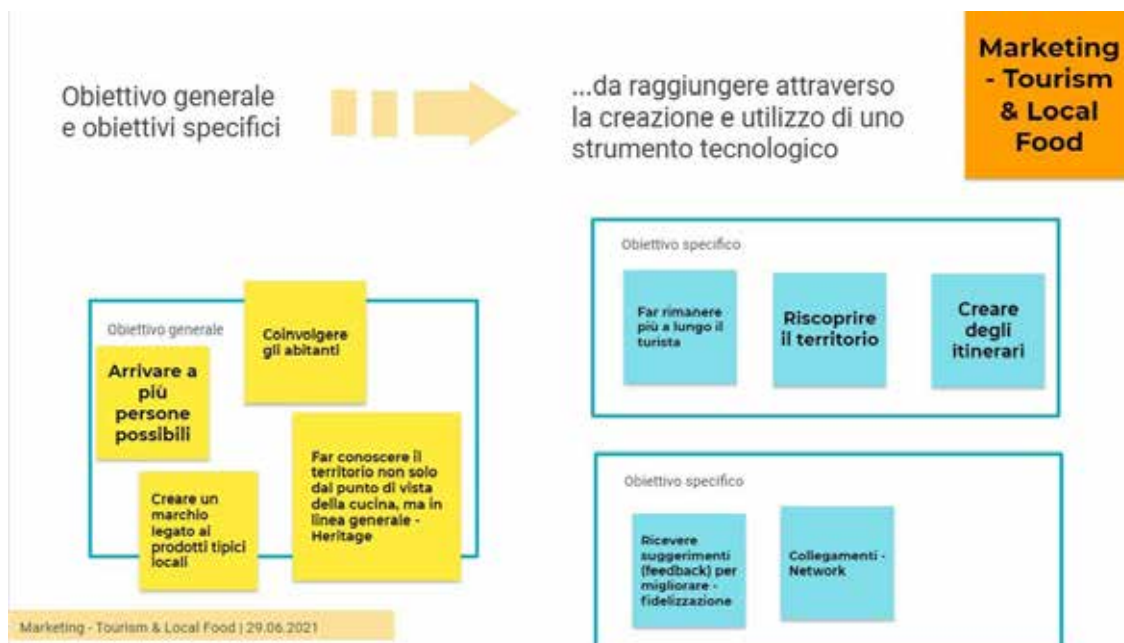
La ricerca ha individuato molteplici fattori di attrattività basati sull'Heritage spingendo la realtà a svolgere molteplici attività volte a sensibilizzare i residenti, coordinare e sollecitare gli stakeholders del territorio a costruire in modo sinergico azioni di valorizzazione e riscoperta delle tipicità, anche gastronomiche, del territorio.

A conclusione della presentazione, i partecipanti hanno avuto la possibilità di discutere con l'intervenuto relativamente all'iniziativa e all'importanza che ha avuto.

Conclusa questa prima parte è iniziato il confronto tra i partecipanti, facilitato da Erika Puntillo e Camilla Falchetti (Khora Lab APS).

L'obiettivo della facilitazione è stato duplice. Se da una parte si è voluto riflettere sulle potenzialità turistiche in relazione alla produzione e al consumo di prodotti tipici locali, dall'altra si è voluto correlare queste informazioni con lo sviluppo della piattaforma digitale selezionata come small scale action da implementare nei prossimi mesi. A tal proposito, la prima parte della facilitazione si è concentrata attorno all'individuazione di obiettivi generali ed obiettivi specifici capaci di dare sintesi delle opinioni

dei presenti.



In tal senso, i presenti hanno ritenuto prioritario la necessità di **far conoscere il territorio** non solo dal punto di vista della cucina ma, in linea generale, **riprendendo il concetto di Heritage** introdotto da Luciano Facchini, in quanto possibile via capace di contribuire ad aumentare il benessere non solo di chi visita il territorio, ma anche di chi lo abita. Inoltre, come obiettivo generale di marketing territoriale inerente il settore food, si è parlato anche di **rendere riconoscibili alcuni dei prodotti tipici locali**, per esempio tramite la creazione di un marchio specifico dell'Unione dei Comuni della Bassa Romagna. Su questa possibilità, tuttavia, ci sono stati diversi pareri in merito alla fattibilità di realizzazione di un'attività di questo tipo ripresi poi successivamente nell'attività di co-progettazione.

Tra gli obiettivi specifici è stata messa in luce l'**azione di networking**, punto di partenza per costruire nuove opportunità di scoperta e fruizione del territorio. Questo obiettivo specifico è particolarmente sentito in quanto attribuisce alla piattaforma la necessità di essere, allo stesso tempo, collettore di informazione e strumento di confronto (tra chi fornisce le informazioni e chi ne usufruisce) - il che lo dovrà rendere uno strumento integrabile nel tempo.

A seguito di questa discussione partecipata, i presenti sono stati invitati a riflettere sulle potenzialità della piattaforma. In tal senso, si è proceduto alla definizione di alcuni contenuti che la piattaforma deve necessariamente veicolare analizzando una delle quattro sezioni individuate durante

l'incontro precedente: quella relativa al marketing territoriale.



La **sezione marketing territoriale** è stata vista come una finestra sul territorio che comunichi:

- gli eventi locali relativamente all'alimentazione;
- i progetti di interesse generale che intercettano il tema
- in un'ottica di integrazione tra questi e che valorizzi;
- le buone pratiche locali e non;
- una più capillare sensibilizzazione rispetto al tema.

Ci si domanda inoltre come tale strumento possa integrarsi con i dati di sistemi già esistenti, quali Web SIT, Bassa Romagna mia ecc, favorendo una "comunicazione" tra questi. La partecipazione all'incontro degli sviluppatori della futura piattaforma ha fatto emergere potenziali difficoltà riguardanti questa integrazione con i sistemi esistenti, in quanto non è scontato che i dati già prodotti possano essere scambiati con altri sistemi. Ci si propone quindi di creare una piattaforma o una app che tenga conto di questa esigenza, i cui dati dovranno poter favorire una comunicazione con i sistemi futuri.

Altro aspetto critico è la molteplicità degli obiettivi che il sistema si propone: gli sviluppatori propongono di sviluppare un nuovo sistema che raccolga più app, ognuna con la sua specificità.

Altro aspetto emerso dal confronto è la necessità di trovare l'identità da dare allo strumento tecnologico.

Il confronto prosegue ripercorrendo cosa già esiste sul territorio e cosa manca.



Esistono, come precedentemente detto, siti web e app di promozione locale (come: Bassa Romagna Mia, Web SIT, www.cucinanova.eu), quello che manca sono:

rete collaborativa di attori locali;

brand per i prodotti locali;

la possibilità di accesso a diverse fonti dati, così da integrare i dati già prodotti.

Guardando poi alle reti da attivare, al di là dei soggetti da coinvolgere come le associazioni di categoria (Confcommercio, confesercenti, confcoltivatori, coldiretti..), le Pro Loco ed altri attori come la Corte estense, l'ecomuseo palustre di Villanova e Bagnacavallo e altre istituzioni di tipo culturale (comprese le biblioteche) che possono proporre le proprie attività, in un'ottica di sinergia e quindi di costruzione di nuove proposte integrate, si rende necessario individuare i professionisti per la realizzazione di un **marchio identitario della sostenibilità alimentare**. Marchio che inizialmente può diffondersi su specifici prodotti del territorio per poi diffondersi su tutta la regione e il Paese.



Al fine di concretizzare quanto emerso fino adesso, una delle prime azioni da compiere risulta quella di censire i prodotti del territorio, al fine di identificarne le tipicità.

Osservazioni emerse

Al netto delle soluzioni tecniche da adottare per la realizzazione delle piattaforma, che dovranno essere necessariamente oggetto di ulteriore discussione con esperti e programmatori WEB, tra gli elementi da attenzionare maggiormente, emersi durante questi incontri, vi sono:

- la necessità di produrre e mettere in condivisione dei dati che possano essere successivamente scambiati con altri sistemi;
- ciò che si andrà a produrre non dovrà sostituire le piattaforme e le app già esistenti, ma dovrà riuscire a valorizzarle.

Sebbene risolvibili attraverso un'attenta progettazione della piattaforma e un buona comunicazione, tuttavia, tali aspetti rimangono ancora questioni aperte che puntualmente diventano oggetto di discussione durante gli incontri.

Prossimo Appuntamento

Ricordiamo che il prossimo focus tematico continuerà ad affrontare il tema: **Marketing - Tourism and local food**, sviluppando la Fase 2 - sviluppo delle azioni operative.

L'incontro online si svolgerà sulla piattaforma zoom, **martedì 13 luglio, dalle 17:00 alle 19:00.**

Link a zoom:

<https://us02web.zoom.us/j/89104173234?pwd=bGhTZWl4SHAwSThFVlhxZTBXcW1PZz09>

Per maggiori informazioni e per iscriversi all'incontro scrivere a:
europa@unione.labassaromagna.it