

PP2 - ACTION PLAN

D.T 3.1.3 (B).- ACTION PLANS FOR THE
NETWORK OF PO DELTA ECOMUSEUMS - IT:
Ecomuseum of Argenta's valleys

Version 01
12/2018



COMUNE DI CERVIA



SUMMARY

EXECUTIVE SUMMARY	2
CHAPTER 1. IDENTITY CARD	3
1.1 ECOMUSEUM/S INVOLVED..... Fehler! Textmarke nicht definiert.	
1.2. Contact person involved in the preparation of action planFehler! Textmarke nicht definiert.	
2.1- Intangible cultural heritage elements and safeguarding actions/programFehler! Textmarke nicht	
2.2 - Management of ecomusuem	Fehler! Textmarke nicht definiert.
2.3 . Stakeholders and players.....	Fehler! Textmarke nicht definiert.
3.1 SWOT	Fehler! Textmarke nicht definiert.
5.1 General goal and strategy of action plan	7
5.2 Objectives of action plan	8
5.3 List the actions to reach the objectives	Fehler! Textmarke nicht definiert.
5.4 LOGICAL FRAMEWORK -	Fehler! Textmarke nicht definiert.
5.4 ACTIONS	Fehler! Textmarke nicht definiert.
5.6 PILOT ACTION	Fehler! Textmarke nicht definiert.

EXECUTIVE SUMMARY

Please add in the box below a short summary of max 1 pages in English language about your action plan, resuming with some lines the following main chapters of action plan, as following:

- Name of ecomuseum
- State of art (about 3/4 lines about the intangible culturale heritages elements and safeguarding actions/programm and management)
- Partecipatory approach (about max 3/4 lines) evidenced the main conclusions and results about partecipatory approach and workshops realized in CR project
- Action plan ecomuseum (about 10 lines about main goal, obiectives, actions, and some lines about the pilot action selected and that will be realized with CR)

Ecomuseum of Argenta's Valleys

The creation of Community Maps, has produced a greater knowledge and awareness of their cultural identity by the residents, fueling the motivation to become protagonists of local development. The "Saperi e Mestieri" project has brought traditional knowledge carriers closer to local producers, to translate this knowledge into innovative technologies and forms that meet the needs of the ever-changing market. The involvement of numerous cultural associations and promotion of the territory, led to the organization of creative workshops of wool processing, creating objects and accessories, of marsh grasses, creating objects for fashion and furnishing, cooking, recovering ancient recipes, recycling of used materials (pans, fruit crates, fabrics, plastics, etc.), for example, making small Christmas cribs. Excursions were organized in the woods and valleys, by bicycle, on horseback, by Nordic walking, by boat, also for the disabled.

The eco-museum of Argenta's Valleys stands as a facilitator for the dissemination of the Rural Culture as an Intangible Cultural Heritage. The proposed actions pursue the objective of:

- a) Preservation of Knowledge and Tradition of the local tradition.
- b) Promotion of the distinctive peculiarities of enogastronomy as a distinctive element of the territory, favoring forms of experiential eno-gastronomic tourism.

CHAPTER 1. IDENTITY CARD

ECOMUSEUM/S INVOLVED

Name

Ecomuseum of Argenta's Valleys

Location

Argenta (FE) - Italy

Website

<http://vallidiargenta.org/>

Body involved in the management of ecomuseums

Nerina Baldi

Contact person involved in the preparation of action plan

Name and surname

Nerina Baldi

Body /entity / ecomuseum

Capo Servizio Turismo, Sviluppo economico e Sistema Ecomuseale del Comune di Argenta.

E-mail, phones and other contacts

n.baldi@comune.argenta.fe.it

CHAPTER 2. STATE OF ART

2.1- Intangible cultural heritage elements and safeguarding actions/program (cfr. WP T.1 - D.T.1.1.1)

Please describe in synthesis the state of art about actions or programs aimed at preservation, recovery and promotion of intangible cultural heritage and to make a picture of various methods and approaches used by particular ecomuseums; in synthesis describe the situation and approach about preservation, recovery and promotion of ICH. (Evidence also the potential of ICH in the area of ecomuseum)

(max 2.000 signs)

Gli elementi del Patrimonio Culturale Immateriale sono rappresentati dai Saperi di tradizione e dei mestieri artigianali legati al ricamo, ai filati, all'intreccio delle erbe palustri, alla ceramica, Interessante anche il Patrimonio enogastronomico e produttivo legato alle valli recuperando gustose ricette locali, e il Paesaggio culturale espressione dei borghi rurali.

Il museo civico con la Pinacoteca per documentare l'evoluzione degli insediamenti dalle forme sparse nella laguna agli aspetti urbani cinti da mura (VIII secolo).

Il villaggio di Anita è parte integrante della Riserva della Biosfera del Delta del Po, riconosciuta dall'Unesco.

A Benvignante la Delizia Estense è stata dichiarata dall'Unesco Patrimonio dell'Umanità.

2.2 - Management of ecomuseum (cfr. WP T.1 - D.T.1.1.1)

Please describe in synthesis analysis of current ecomuseum management system and assessment of its effectiveness and efficiency, with also indications about the actual state of art, approach used, points of strength and weakness.

(max 2.000 signs)

Comune di Argenta - Soelia, società "in house ".

2.3 . Stakeholders and players

Please describe in synthesis the main stakeholders, players and in general bodies, entities etc that actual manage the ICH, other than stakeholders and players that could influence the models and methods of conservation, valorization and preservation of ICH .

(max 2.000 signs)

Gruppo Mappe di Comunità, Associazioni culturale e di promozione del territorio, Renana Reclamation Consortium, Artigiani, imprese di produzione agricola, imprese della ricettività e ristorazione, Associazioni di categoria, Università e Scuole,Comitati di quartiere

CHAPTER 3. PARTECIPATORY APPROACH

3.1 Evidenced the Main conclusion and results of participatory approach in terms of innovative methods of preservation and performing Intangible Cultural Heritage and planning for their application

Please describe the main goal and conclusion of workshops realized evidenced in particular:

- a- What innovative methods of preservation and recovery of intangible cultural heritage based on creative industry and information and communication technologies ? please describe in synthesis
- b- What Best Practices on ecomuseum intangible cultural heritage could be used as inspiration ? please describe in synthesis

La creazione delle Mappe di Comunità, ha prodotto una maggiore conoscenza e consapevolezza della propria identità culturale da parte dei residenti, alimentando la motivazione di rendersi protagonisti dello sviluppo locale.

Il progetto “Saperi e Mestieri” ha avvicinato i portatori di saperi della tradizione con i Produttori locali, per tradurre questa Conoscenza in tecnologie e forme innovative rispondenti ai bisogni del mercato in continua evoluzione.

3.2 Evidence the main results and conclusion of workshops in terms of existing individual offers and development of integrated offers within traditional tourism offer

Il coinvolgimento delle numerose associazioni culturali e di promozione del territorio, ha portato all’organizzazione di laboratori creativi di:

- lavorazione della lana creando oggetti e accessori
- di erbe palustri creando oggetti per la moda e per l’arredamento
- di riciclo di materiali usati (tegami, cassette della frutta, stoffe, plastica, ecc.) realizzando ad esempio, piccoli presepi per Natale.
- di cucina, recuperando antiche ricette.

Sono state organizzate escursioni nei boschi e valli, in bicicletta, a cavallo, in nordic walking, in barca, anche per disabili.

CHAPTER 4. SWOT ANALYSIS

3.1 SWOT

Please fulfill the following table with the indication of the main point of **Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats**:

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> - Apporto del Volontariato - Intraprendenza e capacità progettuali - Competenze nel ruolo di Facilitatore dei processi partecipativi - Impegno a salvaguardare i Beni Immateriali per orientarli ai nuovi bisogni degli Operatori e favorire l'innovazione per lo sviluppo sociale. 	<ul style="list-style-type: none"> - creare aggregazione in modo strutturato (realtà frammentate e disarticolate) - Riattivare il tessuto economico dopo la crisi economica - Scarsa conoscenza dell'identità e del ruolo dell'Ecomuseo - Difficoltà a coinvolgere le giovani generazioni - Personale formato con competenze di marketing territoriale e turistico. - Cartellonistica sul territorio.
Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> - Promozione di prodotti locali - nuove forme di accoglienza per un turismo di comunità - Narrare le unicità del territorio - rapporto con le scuole - integrare i soggetti del volontariato con il modo economico, rendendo i Beni Culturali immateriali una leva di sviluppo locale. 	<ul style="list-style-type: none"> - Scarsa consapevolezza della vocazione turistica - Perdita di interesse da parte degli attori locali - Crisi economica del mondo cooperativo (settore edilizia e infrastrutture).

CHAPTER 5. ACTION PLAN ECOMUSEUMS

* Guidelines

5.1 General goal and strategy of action plan

The general goal of action plan is a sort of general strategy to fit the aim of action plan. It is one and general and strictly connected with the background . Evidenced also the main needs and main goal and the vision you are heading for as a desired state, so a sort of introduction evidences the reasons of action plan

Il Piano d’Azione rappresenta uno strumento finalizzato a migliorare la fruizione qualitativa e quantitativa del Patrimonio Culturale Immateriale.

Prevede attività e azioni concrete che esprimono il nesso e la coerenza tra i diversi livelli di progettazione, tutti ancorati alla medesima visione del territorio.

L’ecomuseo ricopre un ruolo significativo nei confronti di tutti soggetti coinvolti (Associazioni culturali, Istituti didattici, Amministrazioni locali, Operatori economici, etc.).

Occorre assicurare, ai partecipanti espressione del territorio, un primo risultato spendibile e perseguibile in tempi relativamente brevi. È significativo, infatti, infondere fiducia e fornire una prospettiva verso la quale i diversi attori possono proiettare le loro aspettative, che sono senz’altro di diversa natura ed esprimibili nelle categorie che seguono:

- di Comunità: finalizzate al “riconoscimento” e “incremento” del capitale sociale e valoriale della comunità di appartenenza, disposta a mettersi in gioco con un rinnovato spirito partecipativo per un Bene Comune.
- di relazione: orientate a soddisfare i bisogni di relazione interpersonale, di scambio-confronto e approfondimento conoscitivo;
- personali: orientate a soddisfare i bisogni di relazione interpersonale, di scambio-confronto e approfondimento conoscitivo;
- socio-economiche del territorio: volto a fornire un contributo nel tessuto socio-economico locale affinché i Saperi e le conoscenze che appartengono ad una comunità possano essere il punto di partenza per creare, innovare e aggiornare la qualità dei servizi e la produttività.

5.2 Objectives of action plan

Objectives are more specific . Consider ordering your work plan by "SMART" objectives: specific, measurable, achievable, realistic and, timely (or time-bound).

Evidence also if the objects are linked with the issues of project :

- a) Effective and sustainable management*
- b) Innovative preservation and recovery of Intangible Cultural Heritage through creative industry, and Information and Communication Technologies*
- c) Integration of the offer based on local identity within the traditional tourism offer for responsible tourism purposes*

L'ecomuseo delle Valli di Argenta si pone come soggetto Facilitatore per la divulgazione della Cultura Rurale come Patrimonio Culturale Immateriale. Le azioni proposte perseguono l'obiettivo di:

- a) Preservazione dei Saperi e Mestieri della tradizione locale e trasferimento
- b) Promozione delle peculiarità dell'enogastronomia come elemento distintivo del territorio, favorendo forme di turismo esperienziale eno-gastronomico.

5.3 List the actions to reach the objectives

For each objective one or more actions could be needed. Each action could be articulated in phase or steps actions, together with the identification of resources, people /stakeholders / players involved and timing to realize the action. Please identify also if the actions proposed could be connected with some best practices, if yes, please describe the best practices.

Objective 1Sviluppare la Cultura dei Saperi e Mestieri della tradizione locale.	
SMART objectives	
The specific outcome that you want?	Preservare questi saperi e competenze
How will you measure this?	Numero di partecipanti e attivazione di nuove attività
How much change do you expect?	Fornire design e know how alle imprese locali
When will this change occur?	Con la creazione di atelier specializzati e la collaborazione con le imprese manifatturiere locali
Actions to reach the objectives 1	
1.1 Un Progetto di Formazione professionalizzante per il recupero di vecchi mestieri: ricamo – intreccio – filati.	
1.2 progettazione dei moduli formativi –	
1.3 identificazione del corpo docente -	
1.4 promozione del progetto	
1.5. creazione di un catalogo tecnico dei punti ricamo	

Objective 2 Promuovere il turismo eno-gastronomico	
SMART objectives	
The specific outcome that you want?	Creare un'attrattività enogastronomica come elemento distintivo del territorio.
How will you measure this?	I ristoranti del territorio inseriscono le ricette di tradizione nei loro menù.
How much change do you expect?	Creazione di pacchetti turistici esperienziali promossi da Tour Operators specializzati.
When will this change occur?	Nei due anni successivi la diffusione della guida.
Actions to reach the objectives 2	
2.1 Guida enogastronomica di antiche ricette e prodotti tipici	
2.2.Mappatura delle ricette e prodotti	
2.3 Progettazione editoriale	
2.4 Creazione di testi – foto – grafica - stampa	

Objective 3 – Divulgare la Cultura rurale come Patrimonio Culturale immateriale.	
SMART objectives:	
The specific outcome that you want?	Una Fiera degli Ecomusei del Delta del Po. Promuovere la conoscenza del ruolo attivo degli Ecomusei per lo sviluppo del territorio.
How will you measure this?	Generare una forte affluenza all’evento fieristico, con ricadute sulle attività locali, rafforzando la sensibilità della comunità locale al valore e importanza del Patrimonio dei Beni Immateriali.
How much change do you expect?	Consolidare il ruolo degli Ecomusei come driver di sviluppo locale.
When will this change occur?	Nel corso dei tre anni successivi, considerando di proporre una cadenza biennale della Fiera.
Actions to reach the objectives 3	
3.1 Una Fiera degli Ecomusei del Delta del Po.	
3.2 Invitare alcuni Ecomusei della Rete nazionale e alcuni Istituti Alberghieri italiani.	
3.3 Creare un’area di show cooking con i prodotti del territorio secondo le ricette tipiche coinvolgendo anche gli ecomusei che saranno espositori.	
3.4 Organizzare un convegno internazionale, invitando alcuni ecomusei di altri Paesi.	

5.4 LOGICAL FRAMEWORK -

Interlinkages between Actions, Objectives and Pilot. The diagram below shows the hierarchy of these issues.

Please produce a similar diagram summarising your specific policy objectives, actions and pilot actions



5.4 ACTIONS

Objective 1.	Sviluppare la Cultura dei Saperi e Mestieri della tradizione locale.
Aim of actions (please evidences also the input provided by workshop, participatory approach, the origin of idea of action etc)	Preservare i Saperi di tradizione attraverso una call coinvolgendo le associazioni culturali e le competenze artigiane in via di estinzione.
General description of tasks and activities to	Creazione di un gruppo di progettazione definizione dei moduli formativi: contenuti, durata, materiali e organizzazione operativa. Selezione dei docenti, location, costi.
Stakeholder and players to involve	Associazioni culturali, artigiani, imprese interessate allo sviluppo innovativo.
Target group	Giovani aspiranti artigiani, adulti appassionati con obiettivi imprenditoriali.
Results and impact with the realisation	Creazione di nuove opportunità di lavoro, preservazione di saperi di tradizione in un contesto evolutivo di mercato.
Good practises to be use as example? If yes , please specify	
Resources need (in €) amount estimate	10.000€ per ciascun corso professionalizzante

Objective 2	. Promuovere il turismo eno-gastronomico
Aim of actions (please evidences also the input provided by workshop, participatory approach, the origin of idea of action etc)	Mappatura delle ricette e prodotti attraverso un percorso di partecipazione e incontri mirati con il gruppo di progettazione
General description of tasks and activities to	Progettazione editoriale Creazione di testi – foto – grafica - stampa
Stakeholder and players to involve	Produttori, ristoratori, associazioni culturali affini al settore enogastronomico, enti di formazione professionale alberghiera.
Target group	Turisti, appassionati di cultura del cibo legata al recupero delle tradizioni e saperi.
Results and impact with the realisation	Conoscenza e riscoperta dell'identità del territorio attraverso cibi e ricette. Disseminazione dei piatti tipici presso agriturismi ed esercizi commerciali per la ristorazione.
Good practises to be use as example? If yes , please specify	
Resources need (in €) amount estimate	30.000€ per 20.000 copie da distribuire fra tutte le frazioni del Comune di Argenta.

Objective 3. –	Divulgare la Cultura rurale come Patrimonio Culturale immateriale.
Aim of actions ((please evidences also the input provided by workshop, participatory approach, the origin of idea of action etc)	Fare opera di disseminazione e sensibilizzazione sull'importanza del Patrimonio Culturale Immateriale illustrando di cosa è composto e quali ricadute si riverberano su tutta la comunità locale.
General description of tasks and activities to	Coinvolgere le imprese del territorio in quanto co-protagoniste dell'evento e afferenti alla aree degli ecomusei del Parco del Delta (Cervia, Villanova di Bagnacavallo, Argenta, Bosco Mesola). Oltre allo show cooking, organizzare un convegno internazionale in collaborazione anche con Rete nazionale degli Ecomusei.
Stakeholder and players to involve	Amministrazioni locali, imprese agroalimentari, associazioni culturali e di promozione del territorio, associazioni di categoria, proprietari di strutture ricettive, artigiani creativi.
Target group	Comunità residente, turisti appassionati di arte culinaria della tradizione, professionisti del settore enogastronomico e dell'ospitalità.
Results and impact with the realisation	Generare una forte affluenza di visitatori e turisti per un evento di tre giorni, promuovendo e facendo conoscere Argenta e il circondario.
Good practises to be use as example? If yes , please specify	
Resources need (in €) amount estimate	80.000€

The pilot action 5.6 is not foreseen for PP2 DELTA 2000

