

Progetto presentato da Alfredo Monterumisi alla tavola rotonda sul “Il Sistema Turistico Locale della Romagna” organizzata dall’Italia dei Valori di Ravenna, Dipartimento Cultura, che si è tenuta a Ravenna, Casa Melandri/Sala D’Attorre il 10 marzo 2011, ore 20,30 per la creazione del brand “Romagna”.

**ALFREDO MONTERUMISI**

PROGETTO PRELIMINARE

**RoMAGNA**

**Profumo di Sangiovese  
Il Vino di Amarcord**



*Federico Fellini fotografato da André Villers - Parigi, 1955  
courtesy Galleria Patrizia Poggi, Ravenna*

**Dove l’Azienda diventa Cultura Ospitalità e Amicizia**

## **CONTRO IL LOGORIO DELLA CUCINA MODERNA “Taiadèli e Sanzvàs”**

Il turismo sembra avere maggiore sviluppo in quell'area “Terza Italia” che comprende l'asse Adriatico che va dal TriVeneto alle Marche. Secondo il “rapporto annuale 2007 Turismo e Territorio”, curato dalla Società Geografica Italiana, esiste un'evidente disaffezione degli stranieri per le località marittime italiane che offrono il “balneare”. L'area dell'Alto Medio Adriatico può contare su numerosi territori potenzialmente fruibili dai visitatori internazionali e anche da molti italiani, come ad esempio l'entroterra della Romagna. Per questo si è pensato di studiare un Piano Turistico Strategico per tutta la Romagna fino ad arrivare a Bologna, dove di ch  può essere esteso in tutta l'Emilia in maniera da presentarsi uniti sul mercato internazionale. Utilizzeremo i prodotti alimentari emiliani apprezzati ed anche imitati nel mondo e li uniremo al sistema di accoglienza turistica della costa romagnola che   altrettanto apprezzata, in modo da poter creare un'offerta turistica che attiri gli “amanti della Conoscenza”. Il turismo moderno si sta orientando attorno a quattro grandi interessi: il tempo libero, la vacanza, il religioso e gli affari. Da tali interessi nascono le “motivazioni”, cio  vari “prodotti turistici”. Questo   il motivo per il quale spesso si sente parlare dei “cento turismi”. Ad un Piano Turistico Strategico serve un marchio di garanzia territoriale perci  si   pensato di utilizzare il nome Romagna. Selezionando questo nome si ottengono due parole: Roma e Magna. Roma   una delle citt  storiche pi  importanti del mondo e capitale d'Italia. Magna nella antica lingua latina significa “grande”. In dialetto romagnolo “magna” vuol dire “mangia”. Mangiare   una necessit  fisiologica, si mangia per sopravvivere, per sfamarsi, per affrontare le fatiche o per nutrirsi. Ci si pu  nutrire per alimentare il corpo, la mente o lo spirito, mentre ci si nutre si avvertono sensazioni gustative. Per mezzo di queste sensazioni il cibo e il vino nel turismo moderno diventano dei mezzi di comunicazione. Da semplici “alimenti” possono essere trasformati in “elementi” per dare informazioni di carattere storico, enogastronomico e ambientale. Il vino assume il ruolo di “filo conduttore”. L'idea di separare simbolicamente il nome Romagna in due parole   nata pensando a quando ero bambino e abitavo a Sant'Agata sul Santerno, un piccolo paesino di campagna della provincia di Ravenna. Mio padre faceva il capo stazione in una stazioncina delle Ferrovie dello Stato ai margini della campagna. Molti miei compagni di scuola erano figli di contadini e quando andavo a casa loro per i compiti o per giocare, arrivata l'ora di pranzo o della cena i genitori mi invitavano dicendomi: “dai mett  in sd  e magna” (dai mettiti a sedere e mangia). Il marchio “RoMagna” avr  due sottotitoli: “Profumo di Sangiovese” e “Il Vino di Amarcord”. Il Sangiovese   il vino che si identifica con la Romagna per via della D.O.C. che delimita i confini della zona di produzione. “Amarcord”   il titolo di un famoso film che ha contribuito a rendere famosa la Romagna. A distanza di due millenni la nostra terra vanta due personaggi di levatura internazionale: Giulio Cesare e Federico Fellini. Il primo per aver varcato il fiume “Rubicone”, il secondo per aver realizzato il capolavoro cinematografico di “Amarcord”. Giulio Cesare per mezzo di Roma e per le sue storiche gesta ha fatto diventare il Rubicone uno dei fiumi pi  conosciuti storicamente nel mondo. Federico Fellini con la sua energia creativa ha reso Rimini e la Romagna un fenomeno universale. Pi  di duemila anni fa Giulio Cesare passando da Rimini tra l'11 e il 12 gennaio del 49 a.C., prese un'importante decisione che port  alla prima globalizzazione e allo sviluppo della “centuriazione”. Federico Fellini con la sua vena poetica e creativa nel film capolavoro di “Amarcord” ha descritto la Rimini della sua giovinezza. E' stato talmente geniale nel dipingere Rimini che adesso la Romagna viene considerata una terra di provincia dal carattere universale in cui molte comunit  si riconoscono. Nel film ha reso poetico

anche il nostro vino, soprattutto il Sangiovese di Romagna, descrivendolo in una divertente sequenza.

I Romani con la “centuriazione” svilupparono l’agricoltura e la vitivinicoltura nella Gallia Cisalpina e Cispadana, poi le portarono in molti Paesi europei. Le generazioni successive le trasferirono nelle colonie: in America Latina, in Africa e nella lontana Australia. Utilizzando questi importanti avvenimenti storici, potremo raccontare al mondo che l’agricoltura moderna, oltre ad essere nata in epoca romana, è arrivata in molte parti del mondo partendo dalla Romagna. Questo argomento storico fa diventare la RoMagna una terra unica.

Per raccontare questa storia è importante usare il vino come filo conduttore. Le opere filmiche di Fellini invece verranno utilizzate per tentare di trasformare gli ammiratori dei suoi films in turisti desiderosi di andare a visitare la terra di “Amarcord”. Nel nostro Piano Turistico Strategico, Ravenna andrà a coprire il ruolo di “Città Calamita Culturale”, per la presenza nei testi di storia e di arte di tutto il mondo e per essere stata la capitale bizantina dell’occidente. Rimini sarà la “Città Calamita Turistica”, perché è conosciuta come meta per la vacanza, per il centro congressi, per la fiera e anche perché è riportata sui libri di storia per essere stata un’importante colonia romana e in quelli di architettura per il Tempio Malatestiano considerato il primo esempio di arte rinascimentale.

Bologna, il capoluogo della Regione, è di fatto una “Città Calamita”, è anche un importante snodo autostradale, ferroviario e aeroportuale. E’ ricca di palazzi storici e possiede la più antica Università del mondo occidentale fondata nel 1088. Per questo motivo viene considerata la “dotta” e anche la “grassa” per via della tradizione gastronomica legata alle tagliatelle e ai tortellini. Le prime sono state create in omaggio ai lunghi capelli di Lucrezia Borgia e i secondi per essere stati ispirati dall’ombelico di Venere. Nella bella gaudente città felsinea stanno realizzando un progetto turistico innovativo chiamato “Genus Bononiae”. Il progetto serve per far conoscere gli itinerari che portano alla scoperta degli antichi palazzi e dei musei recentemente restaurati. Bologna diventa un punto strategico importante perché rimane lungo l’asse stradale che collega le tre maggiori città d’arte italiane: Roma, Firenze e Venezia. Nel Piano Turistico Strategico, Ravenna, Rimini e Bologna andranno a formare un triangolo che indicherà il Sistema Turistico Locale della Romagna, il quale si verrà a trovare all’interno di un triangolo più grande tracciato dai porti di Venezia, Trieste e Ancona. Un tempo queste città sul mare facevano parte dello storico “Golfo di Venezia”. Nell’attuale contesto internazionale rappresentano dei punti di collegamento con i Paesi del Medio Oriente e con l’Europa dell’Est.

Ravenna si trova al centro di questo triangolo e potrà collegare la Romagna con le tre città portuali e con le aree sopraccitate. Per promuovere il Sistema Turistico Locale della RoMagna in campo internazionale bisognerà unire l’Agricoltura, la Cultura e il Turismo utilizzando l’enogastronomia. I due triangoli serviranno per rafforzare turisticamente e commercialmente il nostro sistema produttivo portando beneficio a tutta l’area romagnola. Per dare gambe al progetto dovremo iniziare dalla “Cà de Ven” di Ravenna, un’importante attività enogastronomica che rimane vicino alla chiesa di San Francesco dedicata al Patrono d’Italia, dove è sepolto Nicolò Rondinelli, un grande artista della fine del XV secolo. La Cà de Ven rimane a due passi dalla tomba di Dante, il padre della lingua italiana. A Rimini, al Museo della Città, esiste la “Domus di Bacco”, un Centro Culturale Enogastronomico innovativo che rimane vicino alla “Domus del Chirurgo”. Durante gli scavi di questo importante sito archeologico sono stati trovati 150 strumenti chirurgici di epoca romana,

metà dei quali sconosciuti al mondo scientifico, una scoperta che ha fatto fare a Rimini il giro del mondo sui media presentandola come città d'arte. Per collegare Bologna con Rimini e Ravenna, il luogo ritenuto più adatto potrebbe essere l'ex "Sala della Borsa" sede della biblioteca. Rimane vicino alla "Fontana del Nettuno", il mitologico dio del mare (il collegamento con l'Adriatico viene naturale) ed è nei pressi di Piazza Maggiore, il cuore della città felsinea. All'interno della Sala della Borsa andrebbe allestito un piccolo e grazioso spazio dedicato ai prodotti enogastronomici, simbolo della provincia di Bologna, con accanto il "Centro Culturale del Vino" dove si potranno consultare libri che si occupano del vino e della sua storia per dare seguito all'unione fra l'Agricoltura, la Cultura e il Turismo.

Ravenna e Rimini in collaborazione con le "Località Locomotiva" della costa e dell'entroterra potranno unire tutta la Romagna fino alle porte di Bologna. Le "Città Calamita" e le "Località Locomotive" saranno collegate attraverso le strutture istituzionali storiche esistenti, appositamente trasformate in "Ambienti Diplomatici" per promuovere le "Strade dei Vini e dei Sapori" di ogni singolo territorio e i loro prodotti. Per dare visibilità agli "Ambienti Diplomatici" bisognerà utilizzare tutti i reperti storici che hanno avuto rapporti con il vino, con il cibo e con l'agricoltura segnalandoli con dei simboli che si identificano con il progetto. Attraverso i reperti potremo raccontare la nostra storia assieme alla tradizione. Nello stesso tempo il collegamento fra gli "Ambienti Diplomatici" della costa e dell'entroterra potrà formare un'interessante rete turistica che inizia dalla zona del Delta del Po, passa sulla costa e le spiagge frequentate da milioni di persone; poi attraverso la via Emilia la rete si inoltra nell'entroterra della Romagna fino a Bologna. Le "Località Locomotiva" saranno Comacchio con il Museo della Nave Romana e l'Antica Fabbrica della Marinatura dell'Anguilla; Cervia con i Magazzini del Sale, Il Museo del Sale e le Saline di Epoca Etrusca; Cesenatico con il Porto Leonardesco, il Museo delle Barche e della Marineria; Bellaria con la Casa Rossa e i locali di pertinenza; Riccione con il moderno Wine Bar "Gustavino" nel nuovo lungomare collegato con l'Enoteca Regionale; Cattolica con il Museo della Regina e la Grotta Paparoni. La linea di costa tratterà la "Rotta del Gusto" dedicata ai "prodotti di mare".

Da Rimini parte la storica via Emilia che attraversa tutta la Regione: Santarcangelo di Romagna con le Grotte Vinarie, le Fosse da Grano e il Museo degli Usi e Costumi delle Genti di Romagna; Cesena con la Biblioteca Malatestiana, la Rocca e il Museo di Storia dell'Agricoltura; Forlimpopoli con CasArtusi, il tempio della cucina domestica e il Museo Archeologico dove vengono custodite le anfore romagnole di vino di epoca romana; Forlì con il Complesso Museale San Domenico, la Raccolta dei Pesi e delle Misure esposta nella galleria della Camera di Commercio e il Museo Etnografico; Faenza con il Museo Internazionale della Ceramica che espone boccali, piatti, zuppieri e tanti servizi da tavola antichi; Imola con la Rocca Sforzesca sede del celebrato Baccanale del Sangiovese e la settecentesca farmacia ricca di contenitori per le spezie; Dozza con l'Enoteca Regionale allestita nei suggestivi sotterranei della Rocca con accanto il caratteristico borgo ricco di "mulari" dipinti da artisti contemporanei. Questo tracciato indicherà la "Strada del Gusto" dedicata ai "prodotti di terra".

Le "Località Locomotive" e gli "Ambienti Diplomatici" serviranno per promuovere le "Strade dei Vini e dei Sapori" di ogni singolo territorio e i prodotti di eccellenza della Romagna. Dopo di che il testimone passerà a Bologna, la quale lo passerà all'Emilia servendosi sempre dell'antica consolare romana fino a Piacenza.

Da Faenza parte la “Centenaria Ferrovia Transappenninica” che collega due importanti città d’arte: Ravenna e Firenze. Queste città sono raggiungibili per mezzo di un treno che viaggia a “bassa velocità” che permette di godersi il paesaggio. Il Piano Turistico Strategico serve a collegare anche le quattro Strade dei Vini e dei Sapori della Romagna. Ognuna di queste avrà il proprio argomento storico da raccontare e sarà dotata di un’organizzazione per garantire i servizi turistici al territorio in modo da poter offrire un prodotto turistico storico enogastronomico unico. Gli organismi regionali preposti alla promozione turistica dovranno fare in modo da far conoscere il prodotto sul mercato internazionale della vacanza.

Una simile organizzazione sarà in grado di innescare il passaparola, la pubblicità più veritiera entrata di recente su Internet, considerato uno strumento di promozione e di comunicazione molto utilizzato dai giovani e anche dagli adulti. Internet risulta un importante mezzo di ricerca con cui i turisti moderni raccolgono le informazioni sulle opportunità e sui servizi che un territorio è in grado di offrire. E’ un sistema che stimola il desiderio di andare alla scoperta dei territori, organizzandosi da soli la vacanza e il viaggio, conoscendo in partenza se dovranno affrontare qualche disagio per raggiungere la meta desiderata.

Questo progetto può contribuire anche per razionalizzare i costi di gestione delle quattro “Strade dei Vini e dei Sapori” della Romagna, perché prevederebbe un unico centro amministrativo e di rappresentanza istituzionale presso CasArtusi a Forlimpopoli. Il centro organizzativo turistico invece sarebbe a Rimini, perché è un punto di riferimento per tutta la costa.

Ogni singola “Strada” però avrà la propria autonomia organizzativa che curerà i servizi per il territorio di competenza. Il centro organizzativo di Rimini rappresenterà l’anello di congiunzione turistico fra la costa e l’entroterra della Romagna. Gli alberghi della costa verranno così ad avere un prodotto turistico destagionalizzante in più da offrire nel mercato internazionale. I servizi che verranno forniti da ogni singola “Strada” avranno un costo coperto dalle royalties di servizio ottenute dalle attività che ne usufruiranno, oppure i servizi verranno pagati dai clienti che ne usufruiranno. Il funzionamento avverrà come succede per i servizi in spiaggia o come quelli del sistema congressuale, due settori in cui Rimini è molto preparata.

Il progetto “RoMagna” è stato studiato dieci anni fa. Adesso potrebbe servire per evitare che gli sforzi economici affrontati dalla Regione, dalle Province, dalle Camere di Commercio e dai Comuni non vadano dispersi. Per realizzare il progetto sarà necessaria una minima spesa perché si lavorerà sull’esistente per mettere in sinergia i vari territori provinciali con lo scopo di creare un “Brand” regionale vendibile in campo internazionale. Inoltre il progetto del Piano Strategico Turistico servirà per indicare i Sistemi Turistici Locali della Regione divisi per distretti Turisti Integrati: RoMagna, Bologna e Emilia.

Alfredo Monterumisi

Ravenna 10 marzo 2011