



ITALIA DEI VALORI - Provincia di RAVENNA

Sede provinciale: Via Barbiani, 11 - 48121 Ravenna
Tel. 346/6063753 - E-mail: segreteria@idvravenna.com
Sito internet: www.idvravenna.com



CULTURA - TURISMO - PAESAGGIO - ENOGASTRONOMIA PER IL BRAND ROMAGNA

SINTESI DELLA SERATA

La tavola rotonda sul “Sistema Turistico Locale della Romagna”, promossa dall’IdV di Ravenna, si è conclusa con un buon successo. Buona la partecipazione di pubblico, che ha seguito fino alla fine i lavori con interventi puntuali e stimolanti, partecipando alla discussione. Erano presenti anche le Istituzioni: la Provincia con l’Assessore alle Politiche agro-alimentari - Attività ittico venatoria – Turismo, Libero Asioli, l’Assessore ai Beni e attività culturali - Sport - Iniziative per il tempo libero – Università, Massimo Ricci Maccarini, il Comune con l’Assessore alle Pari Opportunità, Volontariato, Rosa Giovanna Piaia, e Filippo Donati, Presidente di Assohotel. Ha aperto i lavori Gabriele Rossi, coordinatore provinciale dell’IdV, spiegando che la tavola rotonda si inserisce in una serie di incontri su varie tematiche, che saranno affrontate nei prossimi mesi: cultura, turismo, nucleare e risorse rinnovabili, legalità ecc., a cui sono stati invitati esponenti della società civile per approfondire i diversi argomenti e diventare una risorsa per la progettualità della città. La serata ha visto gli interventi di **Patrizia Poggi**, appassionata d’arte e promotrice del turismo culturale, **Alfredo Monterumisi**, esperto di turismo storico enogastronomico, ideatore del I club di prodotto enogastronomico, **Massimo Bottini**, architetto, componente del Consiglio Nazionale di Italia Nostra, creatore di progetti di recupero di siti storici e di valenza turistica, **Gian Luigi Veronesi**, editore e amministratore delegato di Degusta, la rivista del gusto e del turismo enogastronomico e **Paolo Gambi**, scrittore e giornalista. Si è parlato di Romagna, del suo patrimonio materiale e immateriale, mentre sullo sfondo scorrevano le immagini di un DVD di Lorenzo Mariani, con i monumenti patrimonio mondiale da parte dell’UNESCO accostanti alle ricostruzioni delle altre

chiese e palazzi della Ravenna Capitale, andati perduti. Dalla constatazione che il turismo balneare è al tramonto, Patrizia Poggi ha proposto di pensare al territorio nella sua complessità: la Romagna, che è ricca di storia, arte, paesaggio, enogastronomia e di utilizzare le eccellenze per creare il “brand” Romagna, come la Toscana, che ha un immaginario collettivo accettato, desiderato e condiviso. E per fare questo sono indispensabili tre elementi: l’identità, l’appartenenza e la condivisione. I campanilismi devono essere lasciati da parte e realizzare la Romagna City, come l’ha definita Paolo Gambi, cioè una grande area metropolitana nella quale sono individuati dei punti cardinali: Ravenna per la cultura, Forlì per i trasporti, Rimini per l’intrattenimento, Cesena per l’agroalimentare, ma tutto deve muoversi all’interno del Sistema Turistico Locale della Romagna, con nuove infrastrutture di collegamento fra i punti cardinali. Alfredo Monterumisi ritiene indispensabile fare sistema per attirare gli amanti della conoscenza, che si stimano siano oltre 400 milioni, con buona capacità di spesa e che sulla nostra costa, per la spiaggia, non verrebbero mai, ma che a Ravenna, a Faenza, a Rimini, nel Delta del Po, in tutta la Romagna potrebbero venire per la storia, il paesaggio, l’enogastronomia e per il patrimonio monumentale che custodisce il territorio. Un turismo sensoriale che chiede unicità e non uniformità. Gianluigi Veronesi ha sottolineato l’importanza del turismo enogastronomico che è in continuo aumento, ma richiede una organizzazione del territorio, come ha fatto la Francia, che detiene il primato del turismo mondiale. L’immaginario collettivo condiviso della Romagna può affermarsi con riferimento alla ricchezza materiale e immateriale del territorio, perché i prodotti nascono dalla terra e se non hai un immaginario territoriale fatichi a raccontare l’eccellenza dei suoi prodotti. Massimo Bottini ha messo in risalto l’importanza del paesaggio, che la stessa Costituzione tutela nell’articolo 9. Paesaggio come bene comune, come bellezza che appartiene alla comunità ed elemento essenziale dell’identità. La qualità del paesaggio, dell’ambiente non è un lusso, è una necessità, è il miglior investimento sul nostro futuro. Poggi ha sottolineato che la bellezza è fragile, minacciata e malata e non appartiene né alla destra né alla sinistra. Difendere il paesaggio, oggi, è patriottismo. Nel 1996 l’Assessorato dei beni culturali della provincia di Ravenna pubblicò un libro “Viaggio nell’archeologia industriale della provincia di Ravenna” con lo scopo di “documentare in immagini ciò che rimane di quell’edilizia legata a vicende sociali così fondamentali nella storia del territorio. Sono passati 15 anni e di quell’architettura oggi abbiamo rimasto in gran parte solo le immagini di quel libro... Nella mia città, in questi ultimi tempi, è stata abbattuta la Fornace Hoffmann, adesso si parla dell’abbattimento del Sgarone, perché costoso il suo recupero!!! Non si sa che fine faranno le Torri Hammon. Il minor danno viene dall’abbandono. Una città che pare, direbbe Ennio Flaiano, *“Non ha il gusto della conservazione ma il genio dell’inaugurazione”*. E a proposito della ristrutturazione del Mercato Coperto, che il prossimo anno compirà 90 anni, Poggi ha aggiunto che nel Sistema Turistico Locale della Romagna, il Mercato Coperto, con la sua straordinaria architettura a forma di esedra, diventa la “cattedrale” che accoglie e offre le eccellenze prodotte dalla terra di Romagna, una bouquetrie come a Barcellona. Nessuna offesa all’orgoglio imprenditoriale, ma uno spostamento del concetto di “ristrutturazione” a valori diversi che non escludono l’attualità ma che contemplano l’attualità del passato. La comunità deve ritornare a rivendicare con orgoglio la proprietà della polis, del paesaggio, per una nuova frontiera dell’ospitalità, corrispondente all’unico “oro nero” dell’Italia: la cultura, lo straordinario patrimonio artistico, il paesaggio, l’enogastronomia e il made in Italy... che il mondo intero ancora ci invidia. E il Sistema Turistico Locale della Romagna intende riappropriarsi di questi “tesori”, conservarli e valorizzarli secondo criteri di bellezza, funzionalità e qualità della vita. Anche, perché, nel futuro, molto più che l’indice economico del PIL, il livello estetico diventerà sempre più decisivo per indicare il progresso della società.