



ATTREZZATURE RURALI DI COMUNITÀ

*Un luogo attrezzato per
promuovere i prodotti
agricoli e l'identità
storica dell'Oltrepò
Mantovano*

“

*Le terre mantovane dell'Oltrepò, la conservazione
della memoria dei prodotti agro alimentari
tradizionali attraverso l'innovazione della fruizione
del territorio*



Soggetto Capofila
Consorzio Oltrepò Mantovano

Sede Legale: Piazza Gramsci, 5 – 46020 **Pieve di Coriano** MN
Sede Operativa: via Martiri di Belfiore, 7 – 46026 **Quistello** (MN)
Tel 0386.791001 – Fax 0386.791002
consorzio@oltrepomantovano.eu – **www.oltrepomantovano.eu**

A

Descrizione del contesto e analisi del comparto agroalimentare all'interno del quale si realizza il progetto (max. 2 pagine).

Il territorio dell'Oltrepò mantovano ha un'estensione territoriale – rilevata sulla base del Censimento del 2011 - di circa 867 Kmq, rappresentando quindi poco più di un terzo (37%) dell'intero territorio provinciale. Di contro la popolazione residente in quest'area nel 2015 ammonta a 118.981 unità, ossia il 28,8% della popolazione che risiede nella provincia di Mantova.

L'area territoriale comprende **23 Comuni** che hanno da tempo iniziato un processo di gestione associata di servizi (tramite il Consorzio Oltrepò mantovano) per il miglioramento economico dei costi di gestione degli stessi e sia a favore di una **serie di progettazioni d'area vasta** per il rilancio del turismo natura, del turismo culturale e dell'attrattività legata alle produzioni agroalimentari tipiche d'eccellenza dell'area omogenea per cui una serie di progetti quali il Distretto dell'Attrattività, il sistema dei Distretti Culturali, il Sistema dei Parchi, Il Distretto Rurale che stanno a testimoniare una strategia integrata e interconnessa su di una finalità convergente per la promozione e valorizzazione turistica del territorio in senso sostenibile e fortemente orientato alla valorizzazione delle eccellenze enogastronomiche ed agricole del territorio.

La situazione demografica di questo territorio appare particolarmente critica dal punto di vista della struttura della popolazione con indici di vecchiaia e dipendenza che per diversi Comuni sono nettamente superiori a quelli medi provinciali e regionali. L'intero Oltrepò è caratterizzato da una certa rarefazione demografica ed è prevalentemente composto da centri di piccole dimensioni.

La sfera economica del territorio dell'Oltrepò mantovano, vede un preciso indirizzo vocazionale del settore collegato al settore primario (agricoltura) e alla filiera aggregata (industria agro-alimentare). Tale caratterizzazione è frutto di una stratificazione storica delle attività produttive, oltre che il risultato della morfologia territoriale e delle risorse naturali presenti che ne garantiscono lo sviluppo e consistenza. Sono questi i punti di forza su cui rafforzare il processo di crescita economica, puntando anche sulla diversificazione dei prodotti tipici e sui mercati di sbocco, alimentando in questo anche una forma d'accesso esperienziale al territorio in grado di stimolare ed attrarre un turismo di qualità.

In relazione ai settori economici osservando i dati strutturali relativi ai distinti settori di attività, si può infatti osservare come quello della **provincia di Mantova sia il secondo comparto agricolo più importante della regione** per quanto riguarda la produzione di ricchezza insieme a quello di Cremona.

In particolare l'area dell'Oltrepò costituisce l'estrema propaggine sud-orientale del sistema agricolo territoriale della pianura irrigua lombarda, in cui l'attività agricola viene svolta in aziende di dimensioni competitive, da agricoltori "professionali" occupati a tempo pieno nel settore. Le aziende sono prevalentemente a conduzione diretta.

L'Oltrepò, quindi, si caratterizza per un'agricoltura ricca e specializzata, favorita da condizioni geoclimatiche favorevoli e dai terreni fertilissimi e condotta con mezzi meccanici avanzati (il che spiega anche la specializzazione produttiva dell'industria nel comparto metalmeccanico).

La superficie agricola è prevalentemente destinata alla produzione di cereali e di foraggio per il bestiame, ma sono presenti anche produzioni orticole di pregio (cipolle, meloni, zucche). Si segnalano come produzioni di pregio anche le pere e mele. Nell'area, infine, è molto rilevante anche la viticoltura, che si caratterizza per la produzione del Lambrusco mantovano e del Lambrusco di Quistello.

L'Oltrepò mantovano, ha un indiscutibile punto di forza nel settore agroalimentare rappresentato dalle produzioni agro-alimentari tipiche (riconosciute e non) rinomate anche a livello internazionale e nella pregevolezza delle specialità enogastronomiche locali (si pensi in particolare al "tortello mantovano di zucca" e alla "sbrisolona" per i quali è stato richiesto il marchio di Denominazione di Origine Protetta).

Il circondario dell'Oltrepò è inoltre territorio di produzione del formaggio Parmigiano Reggiano; il formaggio è prodotto per circa il 92% in cooperative lattiero-casearie, interessati negli ultimi anni da processi di concentrazione e fusione per rispondere alle insufficienti dimensioni strutturali.

Prodotti tipici certificati *	Prodotti non ancora tutelati da marchi
Lambrusco mantovano DOP	Cipolla di Sermide
Parmigiano Reggiano DOP	Mela mantovana
Melone mantovano IGP	Zucca mantovana
Pera tipica mantovana Perwiva IGP	Mostarda
	Riso Vialone Nano
	Tartufo bianco mantovano
	Gran suino padano
	Cappone

* Per il salame mantovano è in corso di riconoscimento il marchio IGP

A

Nell'ambito del settore della trasformazione agroalimentare da annoverare la presenza di filiere produttive consistenti, in quanto a valore di fatturato, della macellazione di carne suinicola e di carne bovina (tra quest'ultime l'unità produttiva Unipeg di Pegognaga recentemente passata al Gruppo Cremonini).

Secondo i dati del Censimento dell'agricoltura nel 2000, nell'area erano localizzate ben 4.490 imprese agricole, pari al 38% del totale provinciale. La Superficie Agricola Utilizzata (SAU) da queste aziende nello stesso anno era superiore a 59.000 ettari che corrispondevano a circa il 35% della SAU provinciale. La superficie agricola mediamente utilizzata da queste aziende era inoltre in linea con quelle che si era registrata mediamente sul territorio provinciale.

Fra il 2000 e il 2011, pertanto, in linea con la dinamica complessiva del territorio provinciale, si è assistito ad un ridimensionamento del comparto agricolo, quantificabile in 953 aziende agricole in meno. Questa contrazione – quantunque vada più correttamente inquadrata come una ristrutturazione del comparto, dato che si registra un lieve incremento tendenziale della SAU media delle aziende – ha interessato tutti i Comuni dell'area. La SAU complessiva ad agosto 2011 nell'Oltrepò si attesta su quasi 60.725 ettari, per una SAU media di 17,17 Ha. Considerando lo scenario più recente secondo i dati scaricati dal Sistema Informativo Agricolo della Regione Lombardia (SIARL,) aggiornati ad agosto 2014, **le aziende del settore primario attive in questo territorio sono 3.537**. Questi dati, quindi, evidenziano la robustezza delle aziende agricole dell'area che presentano dimensioni assolutamente esemplari di un settore altamente redditizio e professionalizzato. A completamento di questo quadro, è utile svolgere una analisi sintetica della dimensione della zootecnia in questo territorio. Nel 2000, secondo i dati del Censimento agricolo, emergeva una presenza diffusa di tutte le tipologie di allevamento, presenza diffusa che trova conferma nei dati del SIARL aggiornati al 2009 scaricati. Risulta particolarmente rilevante nell'area il comparto suinicolo, che era già cresciuto moltissimo negli anni Novanta e che, nel presente decennio, ha mantenuto il trend di consolidamento competitivo. I dati aggiornati indicano che il comparto in termini di capi incide per il 21,7% sul numero complessivo di capi di bestiame dell'Oltrepò e per il 17% sul settore suinicolo dell'intera provincia. Gli allevamenti suinicoli sono orientati alla produzione del classico suino pesante (160-180 Kg), destinato soprattutto alla produzione di prosciutto e di insaccati. Nell'area risulta molto rilevante anche l'allevamento di bovini (incidono per il 12,4% sul numero totale di capi nell'Oltrepò a fronte di un'incidenza sull'intera provincia del 36%).

Se da un lato, quindi, le caratteristiche precedenti sono in grado di produrre linfa per lo sviluppo socio-economico dell'area, i punti di debolezza (dimensione delle aziende, crisi dei comparti industriali, difficoltà a reperire manodopera specializzata, poca propensione all'innovazione degli imprenditori, ecc), raffigurano gli elementi che ne stanno minando la competitività dell'area, che per questo necessita di nuovi strumenti per rafforzare gli elementi dei settori economici tradizionali.

B

Descrizione articolata del progetto – comprensiva di motivazioni, obiettivi, risultati da conseguire, cronoprogramma (max.8 pagine)

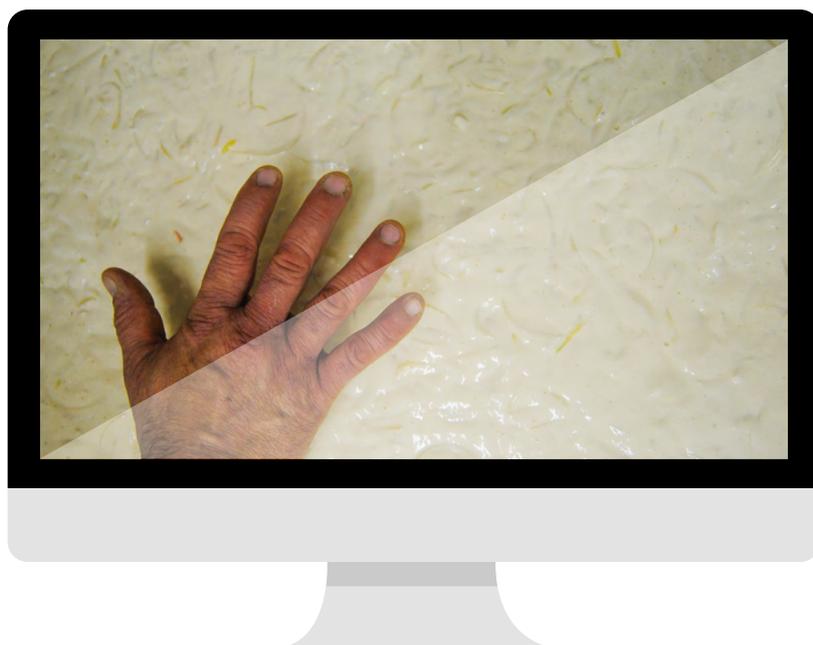
L'idea del progetto nasce dalla necessità di raccontare, a target di visitatori diversi, il territorio dell'Oltrepò mantovano in relazione ai suoi prodotti agricoli tradizionali, legati alle storie del luogo, con modalità innovative, per rafforzare l'identità culturale spesso legata a racconti e storie "orali" non trascritti e dunque a rischio di perdita di memoria ed identità collettiva collegati alle produzioni agricole tradizionali.

La forte relazione culturale ed identitaria che esiste tra luoghi di produzione, i prodotti agricoli, e la cultura popolare contadina tramandata da generazioni, trovano oggi, attraverso i nuovi mezzi digitali una modalità ed un format che include strumenti fisici e digitali per costruire esperienze di micro turismo. L'idea infatti è quella di creare un luogo attrezzato per coinvolgere i visitatori in un'esperienza di scoperta del territorio, e di valorizzazione dei prodotti agricoli tradizionali con le storie locali.

Obiettivo prioritario è **potenziare gli strumenti di marketing e di valorizzazione territoriale declinati sui prodotti agro alimentari tradizionali, valorizzando il patrimonio immateriale che il territorio custodisce ed abilitando i visitatori ad esperienze coinvolgenti e significative.**

Il progetto Attrezzature Rurali di Comunità prevede la realizzazione di: UNA NARRAZIONE LOCALE

che racconta la storia locale dei luoghi e dei prodotti agricoli tramite testi, immagini, racconti audio e video, costruendo uno *storytelling* coinvolgente per gli utenti di riferimento, ed immerso nel contesto reale. (per esempio relativamente al prodotto "Tiro di Felonica" si raccoglieranno le testimonianze orali delle vecchie "rasdore" che preparavano questa merenda a base di cipolle per i mariti che lavoravano nei campi, si raccoglieranno immagini e testi relativamente all'economia del territorio legato alla "cipolla paglierina"; oppure per la "Mostarda" tradizionale mantovana, le ricette, le immagini dei principali frutti antichi dedicati a questa produzione, filmati relativi alla preparazione, testi d'epoca, e così via per altri prodotti tradizionali). Tutti i contenuti che verranno raccolti saranno organizzati secondo una idea narrativa. Un tema emergente dal materiale documentario raccolto. La raccolta dei contenuti permette l'attivazione della comunità e sarà possibile anche promuovere attività didattiche e di ricerca sulla storia condivisa. La documentazione verrà predisposta per essere inserita in un archivio virtuale sempre implementabile e aggiornabile.



La Digitalizzazione dei contenuti

I contenuti e la narrazione vengono formattati per un ottimale diffusione web: una app dedicata al progetto permetterà la fruizione localizzata. Tutti i contenuti digitalizzati verranno così legati al territorio tramite un doppio filo: quello della narrazione, attraverso il percorso virtuale nella memoria storica e testimoniale dei luoghi, e quello della spazializzazione, grazie a un percorso reale nel quale le attrezzature attive propongono elementi emozionali della narrazione. A questo si affiancherà una mappa dei luoghi di produzione e di vendita garantendo alle varie tipologie di target (compreso turisti) la possibilità di individuare dove comperare i prodotti agro alimentari tradizionali del territorio. La mappa multilivello dunque comprenderà, non solo la narrazione dei prodotti legati alla storia della comunità, ma anche la loro potenzialità ricettiva, produttiva, economica e commerciale. Tale iniziativa collega questo progetto ad un altro importante progetto finanziato da Regione Lombardia il Distretto dell'Attrattività (in corso di conclusione nell'area di riferimento) che ha reso possibile l'installazione in tutti i piccoli centri dei Comuni aderenti di piazzole con l'accesso al Wi-Fi gratuito, per poter avere un collegamento digitale anche in zone rurali spesso non collegate con la fibra e dunque con i principali servizi tecnologici utilizzati oggi sia dai residenti che dai turisti che transitano sul territorio e che vogliono acquistare prodotti locali.

Le Attrezzature Attive e di relazione

Gli utenti accedono allo storytelling grazie alle Attrezzature Attive: dispositivi di arredo, comunicazione e supporto tecnologico che, insieme ad un App dedicata, abilitano l'esperienza narrativa sul proprio dispositivo mobile. La documentazione messa a disposizione viene predisposta per poter essere inserita in un archivio virtuale sempre implementabile ed aggiornabile. Le attrezzature attive saranno posizionate nei luoghi della storia e della memoria dei prodotti agricoli tradizionali sia in luoghi pubblici che in aziende private (per esempio presso un antico mulino di cereali, presso uno spaccio aziendale di produzione di mostarde, presso una cantina di produzione del lambrusco, presso un caseificio, ecc così come presso i luoghi della cultura del territorio – biblioteche, musei, eco musei).

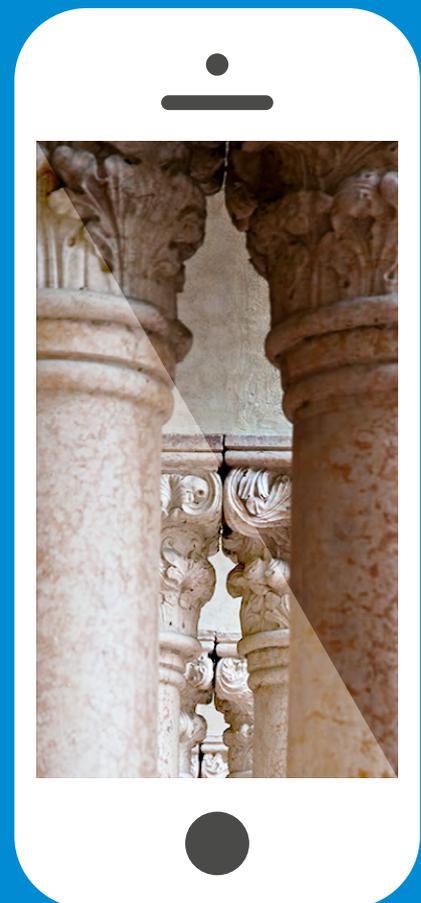
Le principali attività previste per la realizzazione del progetto

1. LA PARTECIPAZIONE

La partecipazione al progetto da parte del soggetto promotore il Consorzio Oltrepò mantovano e della comunità, è alla base del progetto, che in questo caso assume una rilevanza maggiore, in quanto la narrazione sarà filtrata o implementata da progetti specifici di ricerca che coinvolgono istituti didattici, centri di ricerca e fondazioni, associazioni locali, biblioteche e musei che saranno coinvolti nella raccolta del materiale documentario e nella narrazione.

2. GLI INCONTRI

La tipologia di intervento si strutturerà su più luoghi e più avvenimenti caratterizzanti la vita socio-culturale di una comunità sul territorio: saranno realizzati incontri con associazioni e con aziende agricole del territorio per la selezione dei luoghi, delle storie e dei prodotti da raccontare e narrare. Saranno organizzate presentazioni pubbliche e raccolta di testimonianze orali.



B

3. LA PRODUZIONE DEL MATERIALE, ORGANIZZAZIONE E DIGITALIZZAZIONE DEI CONTENUTI

Questa soluzione prevede la sovrapposizione di più livelli tematici: non solo eventi legati alla storia di una comunità e dei prodotti agricoli tradizionali, ma anche alle loro potenzialità ricettive, produttive ed economiche. Il progetto ARC diventa dunque un modo per la divulgazione, la promozione e la conservazione della memoria dei prodotti agro alimentari tradizionali del territorio ma anche un modo per far conoscere ai visitatori dove si possono ancora acquistare visitando il territorio rurale.

4. LA FORMATTAZIONE DEL WEB-SITE E SVILUPPO APP DEDICATE

Tutti i contenuti, foto, video, testi, verranno trasferiti su un supporto digitale e inseriti in un archivio digitale per permettere la fruizione tramite un sito web e l'app dedicata.

L'archivio, open space, può essere implementato continuamente e nel tempo, attraverso il capofila si potranno, una volta costruita la piattaforma, implementare nuovi progetti ad esempio con le scuole, con le associazioni locali, con le associazioni di categoria del mondo agricole, che vogliono arricchire ed aggiungere sempre nuovi contenuti. La raggiungibilità digitale di tale contenuti, inoltre, permetterà la possibilità di accesso e di conoscenza dell'esistenza dei punti di produzione dei prodotti tradizionali alle persone con disabilità motorie che potranno, localizzando i luoghi di produzione sulle mappe digitali, avere una possibilità di fruizione e contatto per l'acquisto degli stessi, oltreché potranno essere coinvolti nello sviluppo e nell'implementazione dei contenuti.

5. ACQUISIZIONE E POSIZIONAMENTO DELLE ATTREZZATURE ATTIVE ED EVENTUALI ATTREZZATURE ACCESSORIE

Il sistema è composto da diversi elementi segnalatori che supportano la tecnologia digitale; dalla palina/totem alla semplice targa d'indicazione, che possono essere posizionate facilmente e con poco impatto e manutenzione. Le soluzioni costruttive dovranno infatti permettere di adottare dimensioni e contenuti grafico-innovativi adatte alle specifiche esigenze d'uso (contesto aziendale, contesto rurale, contesto storico-monumentale, ecc). Materiali e finiture saranno adattate ai diversi contesti di posizionamento ed inserimento ambientale.

6. ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE E DIVULGAZIONE: MARKETING PROMOZIONALE

Il progetto prevede una attività dedicata al marketing promozionale del progetto per divulgare le sue funzioni e potenzialità sia a livello locale che sovra territoriale. Saranno previsti momenti di divulgazione sia mezzo stampa, sia web sia con eventi video promoter specifici da divulgare tramite i social. Saranno anche previsti a livello territoriale momenti ed incontri diretti sui luoghi del posizionamento delle attrezzature attive per spiegare in modo dinamico il funzionamento, le potenzialità ed i percorsi che si vengano a creare.

C

Piano economico preventivo di spesa (modulo 1 C)

AREA DI SPESA		VOCE DI SPESA	
	n progressivo	DETTAGLIO SPESA	IMPORTO COMPLESSIVO
SPESE DI PROGETTAZIONE (max 5% delle spese ammissibili)	1	Progettazione esecutiva e fattibilità	5.000,00
		Totale	5.000,00
SPESE DI ESECUZIONE LAVORI E PER ACQUISIZIONE DI BENI STRUMENTI E ATTREZZATURE	2	spese per acquisizioni beni strumentali ed attrezzature (attrezzature attive: paline/ totem/targhe/segnaletica che supportano la tecnologia digitale)	45.000,00
		realizzazione prodotti digitali (piattaforma digitale e App dedicate)	25.000,00
		allestimenti e/o apparati illustrativi per la comunicazione	10.000,00
		Totale	80.000,00
SPESE DI PERSONALE (max 10% delle spese ammissibili)	5	Organizzazione incontri, assistenza alla raccolta del materiale documentario, coordinamento attività promozionale, coordinamento team di lavoro	10.000,00
		Totale	10.000,00
SPESE GENERALI (max 5% delle spese ammissibili)	6	spese di segreteria e coordinamento generale del progetto	5.000,00
		Totale	5.000,00
TOTALE SPESE			100.000,00
IMPORTO RICHIESTO A CONTRIBUTO			€ 65.000,00 pari al 65%
IMPORTO CO FINANZIATO DAL SOGGETTO PROMOTORE CONSORZIO OLTREPÒ MANTOVANO			€ 35.000,00 pari al 35%

D

Piano di comunicazione e pubblicazione dell'attività

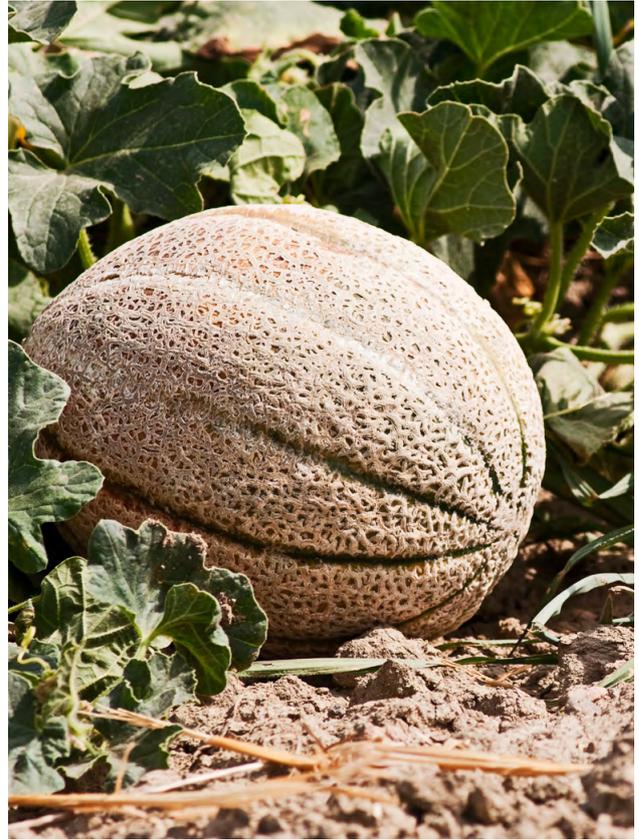
Il piano di comunicazione prevede una attività dedicata al marketing promozionale del progetto per divulgare le sue funzioni e potenzialità sia a livello locale che sovra territoriale.

Saranno previsti momenti di divulgazione sia mezzo stampa, sia web sia con eventi video promoter specifici da divulgare tramite i social. Saranno anche previsti a livello territoriale momenti ed incontri diretti sui luoghi del posizionamento delle attrezzature attive per spiegare in modo dinamico il funzionamento, le potenzialità ed i percorsi che si vengano a creare. Infine verranno predisposti degli apparati illustrativi di comunicazione atti a diffondere le informazioni relative al funzionamento del progetto ed alla sua divulgazione.

Il progetto di comunicazione inoltre prevede la condivisione l'implementazione di ARC con i progetti di promozione del Distretto dell'attrattività attualmente in fase di realizzazione, al fine di amplificare la promozione dello stesso.

Nel dettaglio il piano di comunicazione di ARC prevede:

- incontri di presentazione a livello territoriale e sovra territoriale con la realizzazione di percorsi di visita ad hoc ai luoghi dove sono posizionate le attrezzature attive;
- momenti di divulgazione sia mezzo stampa, sia web con specifiche News letter da inviare anche alle agenzie di incoming ed al Club di Prodotto "On The River Po" da poco costituitosi sull'area di riferimento che promuovono il turismo di prossimità;
- eventi video promoter / video racconto specifici da divulgare tramite i social che divulgano il "dietro le quinte" del progetto;
- promozione attraverso apparati illustrativi.



E

Cronoprogramma

	TERMINE	giu-16	lug-16	ago-16	sett-16	ott-16	nov-16	dic-16
1. La partecipazione, gli incontri e la raccolta del materiale								
<i>La partecipazione</i>	31-dic-16							
<i>gli incontri</i>	28-feb-17							
<i>la raccolta del materiale documentario</i>	30-apr-17							
2. Organizzazione e digitalizzazione dei contenuti produzione piattaforma digitale e App								
<i>Organizzazione e digitalizzazione del materiale</i>	1-apr-17							
<i>La produzione della Piattaforma digitale e APP</i>	30-giu-17							
3. Acquisizione e Posizionamento Attrezzature Attive								
<i>Acquisizione e posizionamento delle attrezzature attive</i>	30-ago-17							
4. Attività di comunicazione								
<i>Azioni di marketing, allestimenti e apparati illustrativi</i>	30-ago-17							

gen-17	feb-17	mar-17	apr-17	mag-17	giu-17	lug-17	ago-17
Blue							
Grey	Blue						
Grey	Blue						
Grey	Grey	Grey	Blue				
Teal							
Grey	Grey	Grey	Teal				
	Grey	Grey	Grey	Grey	Teal		
Red							
					Grey	Grey	Red
Green							
Grey	Green						



CONSORZIO OLTREPÒ MANTOVANO

Sede Legale: Piazza Gramsci, 5 – 46020 **Pieve di Coriano** MN

Sede Operativa: via Martiri di Belfiore, 7 - 46026 **Quistello** (MN)

Tel 0386.791001 – Fax 0386.791002

consorzio@oltrepomantovano.eu – www.oltrepomantovano.eu