

ALLEGATO A/2019 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

1 TITOLO DEL PROGETTO/INIZIATIVA:

EDUCAZIONE ALLA CAMPAGNA AMICA : Biodiversità contro omologazione

Descrizione sintetica della iniziativa:

Biodiversità contro omologazione. Perché la diversità è una risorsa? Trova la risposta nell'agricoltura di qualità del nostro territorio è il progetto che Coldiretti ravenna propone nell'anno scolastico in corso. Un percorso di avvicinamento al mondo agricolo e alle sue tradizioni per educare gli studenti, futuri consumatori e futuri cittadini, al valore della "diversità", tratto distintivo di un'agricoltura sostenibile e delle sue produzioni al fine di accompagnarli a scegliere stili di vita e alimentari corretti e salutari. Un percorso multidisciplinare, teorico e pratico alla riscoperta del rapporto tra l'uomo e l'ambiente nel quale vive, teso a valorizzare le produzioni agricole e le tradizioni locali e ad adottare comportamenti responsabili nelle scelte alimentari.

2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

FEDERAZIONE PROVINCIALE COLDIRETTI RAVENNA

3 PERIODO E LUOGO DI SVOLGIMENTO

Luogo di svolgimento:

Scuole della provincia di Ravenna (materne, elementari e medie)

Data di avvio e termine della iniziativa:

da Gennaio a Dicembre

4 OBIETTIVI DEL PROGETTO

Informare sull'agricoltura di oggi con focus sulle tecnologie, le professionalità, il mercato e sui prodotti agricoli del territorio. Riscoprire la ciclicità della natura, il lavoro manuale, il rapporto con la natura, elementi centrali nella professione del moderno agricoltore e che possono spingere i giovani studenti ad un ritorno alla terra inteso come diffondere e valorizzare le radici della cultura rurale ravennate e romagnola: Visitare i musei della civiltà contadina e dell'attività agricola di ieri, apprezzare l'arte minore e le culture locali.

Promuovere la conoscenza del territorio - La storia, la cultura, l'ambiente dei nostri territori, il ruolo dell'agricoltura, i prodotti locali, i cibi e la gastronomia.

esplicitando in particolare:

4.1 Ambito/i di intervento del progetto presentato in riferimento all'art. 2 del bando:

- attività d'informazione economica e assistenza tecnica alla creazione di imprese e start up, incluso il passaggio generazionale;

ALLEGATO A/2019 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

- informazione, formazione, supporto organizzativo e assistenza alle piccole e medie imprese per la preparazione ai mercati internazionali, con esclusione delle attività promozionali direttamente svolte all'estero;
- x valorizzazione del patrimonio artistico e culturale;
- sviluppo e promozione dell'intera filiera del turismo;
- iniziative per la tutela ambientale nonché supporto alle piccole e medie imprese per lo sviluppo e il miglioramento delle conoscenze e delle condizioni ambientali;
- x iniziative e progetti di orientamento al lavoro e alle professioni, alternanza scuola-lavoro;
- informazione e assistenza alle imprese sulla sicurezza, conformità, norme tecniche e legalità dei prodotti per la tutela del consumatore;
- sviluppo della cultura digitale, della digitalizzazione e del web marketing;
- qualificazione aziendale e dei prodotti, anche attraverso progetti di assistenza e benchmarking.

4.2 Motivazioni del richiamo ad uno o più ambiti di intervento di cui all'art. 2 del bando

Per la metà degli italiani è il cibo il vero simbolo del Made in Italy che lo rappresenta meglio della moda (22%) e della produzione artistica e culturale (16%) mentre appena il 6% indica il design ed il 3% le auto. Un patrimonio del Paese e della nostra provincia, che genera valore in se' ma che svolge anche una funzione importante di traino per l'intera economia per l'impatto positivo di immagine sui mercati esteri dove il cibo è sinonimo di qualità. Non è un caso che il 30% degli italiani ritiene che l'agricoltura sia il settore in grado di garantire in futuro maggiore ricchezza ed occupazione. Il progetto didattico avviato da Coldiretti e Campagna Amica valorizza tra i consumatori e uomini di domani fattori chiave come agroalimentare e turismo, traino alla indispensabile crescita economica e occupazionale del territorio provinciale.

4.3 Dimensione territoriale del progetto/iniziativa:

x locale/provinciale nazionale internazionale

4.4 Elementi per l'identificazione della dimensione territoriale dell'impatto del progetto/iniziativa

Il progetto formativo è ideato a livello nazionale e declinato su scala regionale e provinciale, coinvolge quindi scuole di tutta Italia.

4.5 Prodotti e/o servizi/iniziative che si intende realizzare

Un percorso didattico con relativo concorso sul tema " Biodiversità contro omologazione – Perché la diversità è una risorsa?". Il progetto si pone l'obiettivo di far riscoprire agli alunni il ruolo dell'agricoltura nella gestione del paesaggio e dell'ambiente, le produzioni agricole locali, di promuovere nelle nuove generazioni comportamenti responsabili nelle scelte alimentari e rispettosi dell'ambiente, di valorizzare la stretta relazione esistente tra promozione dell'agroalimentare e potenzialità turistiche del territorio, relazione fondamentale anche in chiave di sviluppo economico e quindi occupazionale. Alle scuole aderenti vengono distribuiti una dispensa e supporti informatici, guide per gli alunni che vanno alla scoperta della relazione tra il paesaggio rurale e i prodotti agricoli tipici

ALLEGATO A/2019 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

territoriali per comprendere l'importanza della biodiversità, della coltivazione dei campi per la tutela del territorio, del consumo responsabile dei prodotti locali e la relazione esistente tra produzioni tipiche, turismo, lavoro e occupazione.

4.6 Enti e soggetti istituzionali ed economici sul territorio coinvolti come partner nel progetto/iniziativa

Soggetti Pubblici

Il progetto gode anche del patrocinio dell'ufficio scolastico regionale.

Soggetti Privati

Fondazione Campagna Amica e Coldidattica Emilia Romagna.

4.7 Numero di imprese che si intende coinvolgere direttamente e indirettamente nel progetto/iniziativa

Sono più di venti le aziende agricole della provincia di ravenna coinvolte direttamente nel progetto e altrettante in modo indiretto.

4.8 Modalità di coinvolgimento delle imprese nell'ambito del progetto/iniziativa

Le aziende agricole partecipano al progetto in parte con la fornitura di prodotti utili alla divulgazione dei contenuti e in parte con contributi di tutoraggio che prevedono anche visite in aziende e in siti naturali del nostro territorio provinciale.

4.9 Eventuali elementi di incidenza diretta e duratura sul sistema economico provinciale piuttosto che elementi indiretti o solo temporanei

Il progetto didattico avviato da Coldiretti e Campagna Amica promuove e valorizza tra i giovani alunni, consumatori e uomini di domani, fattori chiave come agroalimentare e turismo, traino alla indispensabile crescita economica e occupazionale del territorio provinciale.

4.10 Ricadute positive previste sull'economia e sulla promozione del territorio di riferimento

Il progetto è nato per far incontrare il mondo della scuola e l'agricoltura, al fine di sensibilizzare i giovani ai valori della sana alimentazione, della tutela ambientale, dello sviluppo sostenibile e del territorio come luogo di identità e di appartenenza. Educazione alla Campagna Amica rientra nel più ampio impegno di Coldiretti per la costruzione di una filiera agricola tutta italiana. Formare consumatori consapevoli del patrimonio agricolo ed enogastronomico del proprio territorio, infatti dà un contributo fondamentale allo sviluppo dell'agricoltura, settore primario per l'economia della nostra provincia, strettamente connesso allo sviluppo turistico e culturale della stessa.

5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

5.1 Progettazione e analisi del contesto

ALLEGATO A/2019 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

Il progetto è rivolto ai ragazzi delle scuole dell'infanzia, elementari e medie ed ha una valenza educativa. Le relazioni tra uomo, ambiente e agricoltura saranno quest'anno materia di studio, riflessione e divertimento per i circa 2.000 alunni. Gli studenti si misureranno con un percorso didattico con relativo concorso sul tema “Biodiversità contro omologazione”.

5.2 Fasi della realizzazione del progetto

Principalmente il progetto si realizza in due fasi operative: prima una qualificata e variegata rete di aziende agricole locali incontra gli alunni applicando una metodologia didattica polivalente a seconda delle singole e specifiche esigenze: momenti formativi d'aula oppure guidati presso un'azienda, piuttosto che laboratori didattici allestiti presso i mercati contadini di Campagna Amica. Previsti interventi in aula fatti dagli stessi imprenditori agricoli in veste di tutor, ma anche visite in azienda. Gli studenti producono un lavoro d'analisi che si conclude nella realizzazione di un elaborato col quale partecipano al concorso.

5.3 Promozione/comunicazione (descrivere le azioni promozionali previste anche in merito alla evidenza del sostegno camerale di cui all'art. 10 del bando)

Il Logo della Camera di Commercio è presente nell'informativa inviata a tutte le scuole della provincia ad inizio anno scolastico. L'implementazione e i risultati del progetto didattico saranno resi noti con comunicati stampa inviati a tutti i media locali e anche mediante la pubblicazione di contenuti sul sito www.ravenna.coldiretti.it e sulla pagina Facebook 'Campagna Amica Ravenna'. La festa di chiusura del progetto prevede una premiazione pubblica alla quale partecipa un rappresentante della Camera di Commercio

5.4 Valutazione dei risultati (metodologie che si intende utilizzare ai fini della valutazione qualitativa e quantitativa dei risultati).

Elaborazione di schede di gradimento e giudizio dell'insegnante utile ad implementare i progetti futuri.

6 ALLEGATI (documenti uniti in allegato alla relazione – facoltativi)

Brochure di presentazione del progetto.

Ravenna, 12 marzo 2019

**firma del legale rappresentante
(documento firmato digitalmente)
Nicola Dalmonte**