

Promozione, accoglienza e ospitalità al tempo del Parco Regionale della Vena del Gesso Romagnola



Documento di sintesi

(6 workshop dal 19 ottobre al 21 dicembre 2010)

Nota introduttiva:

l'iniziativa nasce dalla volontà di far crescere una cultura dell' Ospitalità e della Promozione del territorio, puntando sulla valorizzazione delle eccellenze che esprime l'Area del Parco.

Attraverso la gestione di sei workshop, affidati al Dott. Andrea Succi, Facilitatore d'Apprendimento e di Cambiamento (romagnolo "docg." come ama definirsi), si è voluto far conoscere le caratteristiche ed i contenuti del Parco Regionale della Vena del Gesso Romagnola, che costituisce un'importante **opportunità economica e di promozione**.

La proposta, infatti, è quella di diffondere ed essere promotori della conoscenza del territorio, di consolidare relazioni e ottimizzare i servizi, promuovendo la costituzione di **una rete di imprese** per l'accoglienza e la valorizzazione del territorio.

Il **Format** degli incontri è stato pensato in base agli obiettivi del progetto:

- Testimonianze ed esperienze del Parco (conoscere il Prodotto).
- Come fare Sistema fra imprese (e Imprenditori...)
- Elementi di Marketing del territorio.
- La Promozione e Comunicazione nell'economia del turismo.
- Contributo di idee, proposte, progetti di sviluppo dell'economia locale.

Obiettivo e contenuti del Per-Corso:

- conoscere caratteristiche e contenuti del Parco della Vena del Gesso;
- favorire opportunità di sviluppo per le imprese che operano nel settore dell'artigianato, del benessere, dei servizi alla persona, dell'accoglienza e trasformazione dei prodotti;
- promuovere la costituzione di una rete di imprese per l'accoglienza e la valorizzazione del territorio, costruire opportunità economiche e di promozione;
- diffondere ed essere promotori della conoscenza del territorio;
- consolidare relazioni e ottimizzare servizi a favore dello sviluppo delle imprese e per la accoglienza nel territorio del Parco;
- promuovere l'organizzazione di un evento/manifestazione di attrazione turistica nel Parco.
-

I settori rappresentati:

- Ricettività alberghiera (Hotel, Relais, B.&B., etc.)
- Servizi per il turismo (es.gestione parchi tematici, guide turistiche, etc.)
- Trasporti
- Organizzazione eventi sportivi
- Pro Loco
- Archeologia e Speleologia
- Artigianato artistico
- Editoria e Grafica
- Agro-alimentare
- web

I Luoghi d'incontro:

- Studio d'Arte del Maestro Goffredo Gaeta - Faenza
- Cooperativa CAB – Brisighella
- Giardino delle Erbe officinali – Casola Valsenio
- Rocca di Riolo – Riolo Terme
- Museo Carlo Zauli – Faenza

Le Testimonianze:

- 1) Massimiliano Costa – Direttore del Parco della Vena del Gesso
- 2) Ivano Fabbri – Resp. Centro visite Carné.
- 3) Stefano Dalfiume – organizzatore del Rally di Romagna in mountain bike
- 4) Goffredo Gaeta – Maestro dell'arte della ceramica faentina
- 5) Alberto Montanari – produttore biologico e cultore dei balli dell'antica tradizione contadina
- 6) Marcello Stampacchia – Eremo del Lupo (elettrosmog free)
- 7) Attilio Moroni – Editore della Guida ufficiale delle Pro-Loce d'Italia.
- 8) Stefano Piastra – geografo umano
- 9) Nicola Iseppi – Sindaco di Casola Valsenio
- 10) Sauro Biffi – Direttore del Giardino delle erbe officinali di Casola Valsenio
- 11) Alberto Bedeschi – Consulente Web
- 12) Silvia Basso – Responsabile della Casa del Fiume a Borgo Tossignano

- 13) Massimo Goldoni – Speleologo
- 14) Jader Dardi – Responsabile CNA comprensorio faentino
- 15) Emma Ponzi – Sindaco di Riolo Terme
- 16) Adria Monti – Coop. Atlantide – Riolo Terme
- 17) Matteo Zauli – Presidente Fondazione Carlo Zauli – Faenza
- 18) Sandro Bassi – Ass. Pangea - Naturalista - Faenza

Aree e ambiti di sviluppo:

- ★ la speleologia a Casola Valsenio ("Spelopopolis" con 2500 speleologi internazionali a raduno).
- ★ Il Turismo sportivo (mountain bike, equitazione, escursionismo, etc.)
- ★ Il termalismo,
- ★ l'enogastronomia,
- ★ lo "slow and soft"
- ★ il naturalismo escursionistico

Note di Riflessione dai luoghi d'incontro.

Nel porgere il benvenuto a nome della CNA, il Responsabile pluricomunale dell'Area Faentina, **Jader Dardi**, riprende il contributo fornito il 12 ottobre, richiamando per il Parco ciò che rappresenta non solo metaforicamente la Diga di Ridracoli, intesa come "un'opera straordinaria che porta acqua a tutta la Romagna, un progetto realizzato 40 anni fa e che sembrava impossibile da realizzare". Dardi traccia anche alcune linee-chiave di riferimento per orientare i nostri lavori: *Accoglienza, ambiente, benessere, cultura, sport, sapori e gusti per costruire una rete dei valori del turismo nell'area faentina e nel territorio del Parco*. Interessante anche il richiamo al territorio inteso come "DOC", ovvero:

Diversificato – ricco di tante opportunità diverse e per questo attraente per un pubblico vasto.

Organizzato – capace di fare sistema fra le tante attività che operano nel campo dell'artigianato, nella valorizzazione del territorio, nelle produzioni tipiche, nei servizi, nel campo dell'accoglienza e del benessere.

Comunicato – capace cioè di mettere in valore le iniziative che promuove, di essere alleato di sé stesso nella comunicazione delle proprie azioni e progetti. Da rilevare il progetto "Sapori e Suoni nel Parco" che Dardi ha annunciato per la seconda metà di giugno 2011.

Goffredo Gaeta, con la sua testimonianza, fornisce le prime **parole-chiave** del per-corso formativo appena intrapreso: **Fare Rete** e una **Cultura d'Impresa** che è alla base del corretto atteggiamento imprenditoriale necessario per comprendere come fare Sistema. Essere imprenditori significa **essere aperti** e orientati al futuro favorendo i cambiamenti e non ponendovi resistenza.

Il Facilitatore ha alimentato il valore del confronto fra i partecipanti, i quali, presentando la loro esperienza professionale delineano i settori d'interesse per lo sviluppo dell'attività. Certamente il turismo sportivo con il ruolo della bicicletta (a partire dalla mountain bike), e dei cavalli. A questo proposito è stata interessante la testimonianza di **Stefano Dalfiume**, fra gli organizzatori del Rally di Romagna, svoltosi nel maggio del 2010 fra Riolo, Brisighella e

Casola Valsenio. Il filmato prodotto trasmette efficacemente il ruolo della natura del Parco, con i bikers impegnati a percorrere la Via degli Asini o ad entrare nella Grotta del Re Tiberio...☺. Sempre a due ruote ci giunge l'esperienza di **Franco Rivola** dell'Hotel Senio di Riolo Terme, considerato un Bike Hotel ma, anche, un Bikers Hotel per appassionati della motocicletta. Proprio Rivola richiama l'attenzione del ruolo del Web e della necessaria competenza che oggi i mercati internazionali si aspettano. Il tema del web sarà, non a caso, oggetto di un approfondimento formativo durante il percorso. Pensare al Parco come una destinazione per vivere la propria passione, richiama il ruolo dell'**Emozione** come motivo conduttore per qualsiasi proposta da inserire nella promozione del territorio. Il passo è breve per portare un primo accenno al **Marketing di un Territorio** che non vede il turismo un "fine" ma un "mezzo" per generare uno sviluppo economico, mettendo a sistema Imprese, Enti e Istituzioni. Su questi temi il Facilitatore presenta una pubblicazione realizzata per CNA Turismo come sintesi di ben 22 Workshop organizzati nel corso del 2009 nell'area Faentina, Lughese e Ravennate, dal titolo "La Cultura dell'Ospitalità". Questo documento farà parte della pubblicistica in dotazione di questo Per-Corso. Da segnalare il libro/guida scritto dal Direttore del Parco, **Massimiliano Costa**, assieme ad altri ricercatori, dal titolo "Parco regionale della Vena del Gesso Romagnola", Edizioni Diabasis, di recentissima uscita. Lo stesso Direttore ha contribuito per un importante intervento didattico ed esplorativo sul Parco, secondo la logica di marketing che richiede la conoscenza del "prodotto" per poterlo valorizzare e comunicare.

In una logica di fare Sistema, la qualità umana e professionale degli operatori coinvolti (e da coinvolgere) è determinante. A partire dall'**Affidabilità**, sinonimo di sapersi meritare la fiducia del proprio collega, prima ancora del cliente. Dalle testimonianze di **Loredana Buscaroli** e di altri operatori, si denota quanto sia proprio questa componente a generare nuove opportunità di lavoro, in quanto apprezzata dai colleghi che sanno di poter contare sulla professionalità di chi propone, nel territorio, determinati servizi. E, infatti, è risaputo il ruolo della Persona, nella fornitura di un servizio (vedi "La Cultura del Servizio" a pag.30 e pag.32 della pubblicazione "La Cultura dell'Ospitalità"). Professionalità è sinonimo di Formazione, fattore oggi premiante per poter ambire a far parte di un Sistema d'impresе in Rete.

Occorre fare (e saper fare) comunicazione per far conoscere la zona del Parco e il suo territorio circostante, e chi frequenta le fiere all'estero ne ha continua riprova. Proprio in tal senso promuovere una sola "fettina" del territorio non è produttivo oltre che dispendioso. E' ciò che emerge da chi, come **Giovanni Liverzani** ha realizzato un country hotel a quattro stelle, il Relais Varnello, ristrutturato all'interno di un terreno di 20.000 mq. nei pressi di Brisighella, al confine con il Parco del Carnè. Esattamente di Brisighella è la confortante testimonianza di **Silvia Mordini** (e dei suoi colleghi presenti della Pro Loco) che mantengono sempre aperto l'ufficio locale. E' il valore della **Disponibilità** che il forestiero/ospite auspica di trovare. Un ufficio Pro Loco rappresenta il biglietto da visita dell'intera comunità locale e del suo grado di attenzione e di sensibilità sociale a favore di tutti gli operatori di un'economia non solo locale. In Pro Loco collaborano altri volontari che hanno evidenziato il ruolo del

Touring Club Italiano (**Alessandro Leporesi** ne è il Vice Console provinciale), promotore di un recente evento organizzato a Brisighella.

Mentre **Claudio Rondini** ha richiamato l'attenzione al ruolo del paesaggio che è stato oggetto di interventi da parte di un gruppo di volontari, particolarmente attaccati al proprio territorio. Preziosa anche la testimonianza di **Alberto Montanari** che oltre all'attività di produzione biologica, coltiva la passione per i balli della tradizione contadina, attrazione d'interesse in occasione di prossimi possibili eventi da organizzare insieme. Il Parco della Vena del Gesso Romagnola è anche motivo di studi e interesse di tipo archeologico, come testimonia il lavoro di **Fabio Alboni**, archeologo. Una cultura che potrà essere messa al servizio di guide turistiche, appassionati ed altri ricercatori.

Come indicato dal format al quale si è ispirato ogni incontro, il Direttore del Parco, di formazione zoologo, ha rappresentato un'eloquente testimonianza di passione e competenza tecnica. Costa ci ricorda che il parco è stato istituito cinque anni fa, attraverso una legge regionale (esattamente la n.º 10 del 21 febbraio 2005) , a seguito di quasi quarant'anni di precedenti tentativi.

Ivano Fabbri, responsabile del Centro Visita Cà Carnè, sottolinea l'importanza di saper "accogliere bene" l'Ospite, così come egli ha riscontrato in occasione di numerosi viaggi intorno al mondo. La sua figura è la prima risorsa interamente dedicata all'attività di Cà Carnè, un aspetto che si denota anche nel modo con il quale la struttura è ben tenuta e gestita, accogliendo oltre 14.000 visitatori all'anno. Istituito nel 1973, il Centro Visita è considerato il progenitore del Parco, e comprende un punto informazioni del Parco, il museo naturalistico dedicato alla fauna con le più interessanti specie animali che caratterizzano il Parco tra cui il gufo reale, il falco pellegrino, l'istrice, il lupo e il passero solitario.

Lungo il Per-Corso il gruppo di Lavoro si è arricchito del contributo di altri operatori fra i quali **Marcello Stampacchia**, in rappresentanza del B&B Eremo del Lupo, un sito particolarmente adatto a persone che ricercano luoghi "elettrosmog free". La sua testimonianza apre una riflessione, con il Direttore, sull'opportunità di valutare altre **ristrutturazioni immobiliari** nella zona di Monte Mauro che godono di queste particolarissime caratteristiche.

Silvia Mordini, collaboratrice della Pro Loco di Brisighella ha presentato La Cab, spesso partecipante ad eventi all'estero come "in Cantina " che si tiene in Germania, facendo la promozione dell'Olio Brisighello e dei prodotti enogastronomici locali. Si rileva che l'Olio Brisighello è stato il primo nel 1996 ad avere ottenuto il riconoscimento DOP in Europa!

Attilio Moroni, ha illustrato la Guida ufficiale delle Pro Loco d'Italia, di cui è editore, valorizzandolo come prezioso strumento di comunicazione, preannunciando la creazione del portale web "ViviRomagna".

A Casola Valsenio il Sindaco, **Nicola Iseppi**, ha sottolineato che da pochi giorni si era concluso un importante evento internazionale che ha visto a raduno oltre 2400 speleologi. Ne ha parlato **Massimo Goldoni**, evidenziando la particolare ospitalità della comunità di Casola che si è adoperata per accogliere oltre 200 speleologi addirittura nelle loro case. Casola ha così acquisito la denominazione di "Speleopolis".

Espone una significativa relazione il Direttore **Sauro Biffi**, che sottolinea le caratteristiche del Giardino delle Erbe di Casola Valsenio, inteso come spazio aperto, privo di recinzioni, aspetto più che simbolico.

Quattro ettari, dodici terrazze, 450 piante, che Sauro definisce affettuosamente "erbacce". Oltre 2000 studenti fanno visita al Giardino, e collaborano Università e Centri di Ricerca nazionali. Il Giardino apre dal primo aprile al trentuno di ottobre. Si tengono laboratori di cosmesi, di tisane, etc..

Altra interessante testimonianza ci viene fornita da **Silvia Basso**, in rappresentanza del Centro "I Gessi e il Fiume" e della "Casa del Fiume"(nel comune di Borgo Tossignano).

Il Facilitatore ha evidenza il concetto di Ospitalità **nell'ambito del quale l'economia del turismo è una componente**, certamente significativa ma **non coincidente**. Non ci si muove solo per tempo libero (da turisti) ma per motivazioni (ricercando sempre più emozioni memorabili...come i 2456 Speleologi che, forse un giorno, torneranno anche da turisti con la loro famiglia.. ☺). E la Vena del Gesso ben si addice allo sviluppo di un' Economia dell'Ospitalità, anche per noi romagnoli (..."turisti a casa nostra"..).

Alla Rocca di Riolo ha appassionato i partecipanti, **Stefano Piastra** originario di Brisighella, un geografo umano che studia il rapporto Uomo/Ambiente presso il Dipartimento Discipline Storiche, antropologiche e geografiche dell'Università di Bologna. Il suo contributo ha evidenziato cosa c'è di culturale e storico nel Parco. Un capitolo della guida del Parco regionale della Vena del Gesso Romagnola ripercorre l'evoluzione dei rapporti uomo-ambiente sulla Vena del Gesso attraverso i secoli, partendo dalla protostoria (3000 a.C. circa) sino a giungere alla situazione odierna. Un vero e proprio decollo dell'attività estrattiva e creazione sulla Vena di un distretto minerario, si è registrato ai primi del '900, con l'apertura di grandi cave a cielo aperto con relativi impianti di cottura e lavorazione.

Gli utilizzi del gesso:

- materiale da costruzione
- una volta cotto e macinato, legante nelle murature
- pietra ornamentale
- fertilizzante
- usi artistici
- inghiaatura stradale

In tempi più recenti:

- miscelazione con cementi
- cartongesso.

L'attività estrattiva ha esercitato una forte influenza in campo economico, sociale e culturale a partire dal mestiere tradizionale del gessarolo e del fornaciaio, che estraevano e cuocevano il gesso. Achille Lega, storico brisighellese del XIX secolo, descrive i gessaroli come «*uomini che resi bianchi dalla polvere ti sembrano tante statue ambulanti*»

I "birocciai", a volte trasportavano unicamente il gesso (si definivano i cosiddetti "gessaroli birocciai"). Infine un diretto riflesso della pericolosità di questi mestieri è costituito dalla particolare venerazione attestata a Brisighella

nei confronti di S. Marino, protettore dei cavatori, festeggiato solennemente ogni anno, l'ultima domenica di agosto, nella chiesa comunale di S. Francesco.

Molti prodotti delle nostre vallate in realtà sono di tradizione recente (frutticoltura dagli anni '50; kiwi negli ultimi 30 anni); altri invece derivano direttamente dalla severa selezione fatta dalla Vena del Gesso sulle *cultivar* agricole, oppure da condizioni ambientali eccezionali rispetto al resto dell'Appennino. Vi sono tre casi diversi di prodotti con legame profondo con il territorio del parco:

- Un prodotto noto a tutti: l'olio di Brisighella in senso lato (legame diretto col gesso)
- Le castagne (legame labile col gesso, ma forte con i terreni subito a monte)
- Un prodotto che potrebbe essere recuperato: formaggi aromatizzati all'*Artemisia cretacea* (legame con le argille dei calanchi)

L'olio: è verosimilmente con i rigori della "Piccola Età Glaciale" (1550-1850 ca.), in età moderna, che l'olivicoltura, sino ad allora diffusa in un po' tutta la Romagna, viene confinata nel Riminese e più a nord nel solo Appennino faentino. Tale fenomeno si verifica grazie al microclima mediterraneo legato ai versanti sud della Vena, che qui «limitano» i danni del freddo e permettono ad un'olivicoltura di nicchia di sopravvivere.

Si apre di fatto la strada alla selezione della *cultivar* locale odierna, propria solo delle vallate tra Senio e Lamone, priva persino di nome («nostrana» o «nostrale»; raramente «morchiaio»).

Tale *cultivar*, «selezionata» dalla Vena, non a caso ha maturazione tardiva, scarsa produttività, maggiore resistenza al freddo rispetto alle altre.

Oltre al clima ha poi giocato un ruolo importante l'uomo: se il microclima ha permesso all'olivicoltura qui di rimanere, l'uomo ha fatto di tutto per mantenerla e potenziarla in base alla legge della domanda e dell'offerta (l'Appennino faentino è l'unica area della Romagna occidentale a produrre olio; altrimenti occorre importarlo da Marche, Umbria e Toscana).

L'olio è ricercato: accanto agli usi alimentari (qui l'olio subisce la concorrenza della strutto in area padana), abbiamo usi liturgici, ecc.

Le castagne: i castagneti sono in piccola parte presenti sui versanti nord della Vena, (ad es. a monte della forra del rio Basino e soprattutto tra Senio e Santerno). Ma questa non è la loro ubicazione ideale. Il castagneto secolare di Campiuno (Borgo Tossignano), nelle marne a monte della Vena e ricompreso nel parco, è invece un castagneto da manuale. Qui le piante ben si adattano alla natura acida del terreno. La peculiarità di questo castagneto risiede nella sua quota eccezionalmente bassa rispetto al solito. Qui le castagne erano raccolte per le caldarroste; non per la farina di castagna (tipica dell'alto Appennino).

Il formaggio: i contadini della zona aromatizzano i pecorini con *Artemisia cretacea*». Si tratta di un raro endemismo delle argille, presente solo fra Emilia-Romagna e Toscana. *A. cretacea* è detta in dialetto *santongh*; è parente dell'assenzio. In passato veniva persino fumata.

In tema di Rapporto Uomo/Ambiente Stefano Piastra sta portando avanti il progetto "Arca della Memoria" raccogliendo un archivio digitale di interviste ai vecchi del Parco, suddivise per temi locali (dalla gestione dell'acqua, al passaggio della Seconda Guerra mondiale, etc.).

Il Parco della Vena del Gesso Romagnola: un prodotto per fare Marketing del Territorio

Esiste una forte correlazione fra la Cultura dell'Ospitalità e lo sviluppo economico delle imprese in un territorio , a prescindere dal loro settore d'appartenenza. Occorrono requisiti ben precisi:

- **Atteggiamento di curiosità e apertura:** per migliorare occorre aprirsi a nuove idee e quindi volersi mettere in discussione. Ci vuole modestia e apertura mentale (.. "Al sò pu me"..non funziona tantissimo..☺).
- **Disponibilità** a dare informazioni (se vorrete che gli altri facciano altrettanto con voi). Le aziende eccellenti non sono diventate tali guardando solo al proprio interno.
- **Intraprendenza: Il Cambiamento** è visto come un'opportunità di crescita e non un problema. Il metodo è il Confronto, grazie al quale usciamo dal nostro guscio professionale per sviluppare progetti integrati in un sistema d'impreses-partners in rete.
- **Amore per la propria terra** e le sue tradizioni.
- **Una Visione comune:** quella di perseguire un'idea di territorio in cui l'interesse del singolo passa attraverso il rispetto di un interesse collettivo superiore, al cui centro ci sono le Persone e la loro educazione.
- Quando parliamo di Persone occorre riflettere sui Valori che sono alla base di qualsiasi azione e comportamento:
 - la Fiducia
 - l'Ascolto ed il Rispetto
 - la Lealtà.
 - Il Valore dell'Identità
(*le nostre radici sono il nostro marchio di qualità*)
 - Il Valore delle Persone.
Professionalità (intesa come capacità di mettersi in discussione ed in gioco, Intraprendenza, metterci il cuore, avere una responsabilità sociale in quanto, imprenditori/operatori economici, essere competenti, contribuiscono a fare Sistema).
- Il valore della "marca": capire che tutto ciò che è "Romagnolo" è sinonimo di....!
- Integrazione/coordinamento.
- Concorrenza e "Interesse di bottega".
È uno stimolo a fare sempre meglio, ovvero differenziare/diversificare l'offerta, così si lavora "tutti", si lavora di più, e più a lungo.
Il Concorrente non è più un nemico che "porta via degli affari".
- Fare Sistema per un Marketing del territorio:

richiede avere fiducia negli altri, metterci il cuore, volersi mettere in gioco ed in discussione (ogni tanto), essere affidabili, competenti (quindi occorre investire nella propria Formazione).

L'Italia è il paese delle piccole patrie, dell'individualismo fatto sistema e filosofia di vita. E' il paese in cui ciascuno vorrebbe avere una provincia autonoma, un comune separato, un quartiere più piccolo e frazionato rispetto a quello che c'è. Fino a piantare una bandiera di repubblica autonoma nel proprio giardino.

Alcuni trend da osservare nella fase di progettazione di eventi o prodotti del territorio:

- la Romagnolità.
- l'Emozionalità e la Passione.
- la Semplicità.
- la Genuinità.
- Il valore del Ricordo.
- La Familiarità.
- l'essere "goderecci"..
- il nostro fare "baracca"..
- Ispirare Fiducia.
- la Sicurezza.
- l'Artigianato artistico come risorsa (valorizzare i mestieri).
- l'Innovazione.
- la Diversificazione dei prezzi nell'offerta.
- L'Ecosostenibilità.

Per fare Sistema e promuovere lo sviluppo economico delle imprese sul territorio, occorre attingere dalla disciplina del Marketing e del Management, pertanto fare marketing del territorio richiede di dotarsi di un piano strategico (con una cabina di regia) ovvero: promuovere l'integrazione/la sinergia, la responsabilità dell'imprenditore (es. sicurezza), e l'imprenditore ha un ruolo di forza trainante. E' altresì indispensabile la collaborazione e l'apertura mentale per lavorare tutti di più, cogliendo il significato strategico di un evento, non fine a sé stesso ma per fare (ed essere) promotori del proprio territorio. Per essere efficaci occorre diversificare l'offerta, saper "ascoltare" il mercato, "fare e farlo sapere"(il ruolo della comunicazione). Ma l'elemento più significativo è considerare **il territorio come motivazione** e non destinazione solo (o quasi) turistica. Questo concetto risalta ancora di più in aree del nostro entroterra che non presentano una vocazione turistica, ma decisamente in grado di offrire numerose elementi attrattivi e a misura d'uomo! Altri aspetti strategici per Fare Sistema e generare una Rete sono l'utilizzo del web, avere cura dell'immagine che si genera nell'ospite/cliente, promuovere operazioni di co-marketing, considerando l'Ospitalità come un Valore. Infine determinante, nella logica di una Cultura del Servizio, osservare la motivazione degli operatori, Titolare e dipendenti inclusi.

Il Per-Corso prevede un evento pubblico conclusivo dei lavori che saranno presentati il 22 febbraio 2011, presso la Rocca di Riolo. Auspicabile che le imprese abbiano compreso tutte le potenzialità di mettersi in Rete, come

occasione ulteriore per promuovere un consenso diffuso attorno al Parco e alle attività economiche che ne potranno trarre importanti benefici in proiezione di sviluppo!