

“Protection, promotion, and touristic valorisation of Adriatic maritime heritage”

Priority Axis: Environment and cultural heritage

3.1 – Make natural and cultural heritage a leverage for sustainable and more balanced territorial development

D 3.1.3 – Local Action Plan

WORK PACKAGE 3 Development of the cultural-tourism destination
ACTIVITY 3.1 Strategic Documentation for the development of the common tourism destination

05 / 2020

PP4 Municipality of Cervia
(Melchiorri Simona, Magrini Giovanna)

Status (Final)
Distribution (Public document)

Table of Contents

English Abstract	1
Cervia. Historical Overview	1
Tourist Industry Highlights	1
Statistics and Tourist Trends.....	1
Vision and starting point for the Arca Adriatica project	2
Profilo di mercato della destinazione	3
Caratteristiche storiche e culturali della città marinara	3
Caratteristiche dell'offerta	4
Statistiche sulla domanda.....	5
Vision e punto di partenza per il progetto Arca Adriatica.....	9
Action Plan table overview	11

Interreg Italy-Croatia Arca Adriatica ID 10047301 PP4 – Municipality of Cervia Local Action Plan

English Abstract

Cervia. Historical Overview

The city of Cervia develops through three main phases: the origins in the historic city of Ficocle, disappeared today; the foundation of the city of Cervia in the current historical core; the growth of the Borgo Marina, along the port.

The port of Cervia has been involved by two commercial activities: the main one is linked to salt and to the route to Ravenna and Venice and the second one to the transportation of wood and crushed stone in connection with Istria. Here in the port, 11 historical boats are moored and, in this area, the commercial activities of shipyards and mussel farming are practiced. Every year this cultural heritage revives thanks to events related to the sea world such as the Marriage of the Sea, the most intensely felt manifestation of Cervia.

Tourist Industry Highlights

The tourist offer is aimed to the seaside sector which extends along 9 km of coast and presents 232 beach resorts. To this sector other important elements are added: the thermal, congressional, natural, sporty, cultural and nautical fields.

Tourism is the main industry of Cervia.

Overall, between hotel and extra-hotel, it is estimated a hotel accommodation capacity of 26.254 beds (approximately 44,000 including also the approximately 2,000 furnished apartments for tourist use), with a prevalence of 3-star facilities (57,69% of the total).

The tourist offer of Cervia generates an average annual volume of 600 thousand arrivals and over 3.5 million presences.

Statistics and Tourist Trends

The tourist market of Cervia is mainly a domestic market which is worth about 85% of the total volume of total presences, even if in the four-year period a growth of about 50.000 foreign presences has been reported.

In the Italian market, Lombardy covers the priority basin with 1.230.188,00 presences in 2018, equal to 33,92% of the total. Emilia Romagna, Veneto and Tuscany follow for importance.

Regarding the foreign basin, the priority one is the German-speaking one, in particular from Germany, Austria and Switzerland. In 2018 Germany generated 182.994 presences, equal to 4.9% of the total and Switzerland, in the same year, generated 86.020 presences, equal to 2.3% of the total. The Russian market follows with 60.000 visitors and the French market with 33.000 presences. The UK and the Polish market have grown steadily since 2015 and generated

respectively 13.351 and 13.309 presences in 2018.

In historical series, the destination has the following trends:

- decrease of the number of visitors, also from historical areas such as Lombardy in Italy and Germany as regards foreign markets;
- decrease of the average length of stay, which in 2018 was 4.72 days;
- poor penetration on international markets. With 502.906 presences, foreign tourism still represents only 14,062% of the total, with a reduction compared to 2018 of 7.74%;
- growing impact of major events. The Ironman weekend showed a growth of 13.032 presences in the weekend between 19th and 21st September compared to the previous year, with around 4.000 more presences on each day of the event.
- growing interest of the market for extra-hotel accommodation in the extra-hotel sector which records 663.326 presences (+ 0.39% on 2018), with a boom in B&Bs which with 2.184 presences, mark an annual percentage growth of 55.33%.

Vision and starting point for the Arca Adriatica project

In the last 5 years the city of Cervia started an urban regeneration policy to transform its tangible and intangible cultural heritage into tourist asset. From an infrastructural point of view, the Administration of the city, through project financing, structural funds and actions on the leader, started the redevelopment of properties with historical value.

Regarding the intangible cultural heritage, through European cooperation projects, efforts have also been made to build digital experiences of the city's intangible cultural heritage. Through the installation of Beacon in the historic center, along the port and through the development of a dedicated app, the visitor will be able to walk around the city today and explore the city of yesterday and tomorrow at the same time. With the innocultour project, the MUSA (Salt Museum) and the Visitor Center of the Salina Park have been told. With the Culturecovery project, the Historic Center has been told too, which still preserves the houses of the salt workers along the entire walls. Essential for both intervention on intangible cultural heritage has been the Ecomuseum of Salt and Sea of Cervia. Its key point is the relationship between citizens and territory. It is public, established and managed by the Municipality of Cervia and it is supported by public funds. The strong involvement of the citizenship and of the voluntary associations is guarantees vivacity and the enlargement of available intangible cultural heritage.

The project Arca Adriatica fits in this perspective. Aim of the project is to contribute to the recovery, protection and spread of the intangible cultural heritage linked to navy. It intends to recover the tangible cultural heritage represented by the historical boats; enlarge the installation of Beacon; improve the range of action of the Ecomuseum of Salt and Sea.

**Interreg Italia Croazia Arca Adriatica ID
10047301
PP4 – Cervia
Action Plan
(delivery 3.1.3)**

Profilo di mercato della destinazione

Caratteristiche storiche e culturali della città marinara

La città di Cervia si sviluppa attraverso tre fasi principali: le origini nella città storica di Ficocle, oggi scomparsa; la fondazione della città di Cervia nell'attuale nucleo storico; la crescita del Borgo Marina, lungo l'attuale porto.

Il porto di Cervia è stato coinvolto da due attività di commercio: la principale, legata al sale e all'arotta verso Ravenna e Venezia; la seconda, minore, legata al trasporto di legname e pietrisco in collegamento con l'Istria.

Nel suo porto sono oggi ormeggiate 11 imbarcazioni storiche con le tradizionali vele "al terzo": 1 lancione: I tre fratelli; 3 lance: Maria, Tre Sorelle, Assunta; 3 cutter: Caporale Leone, Delfino, Mario Lanza; 1 battana: Vanessa; 1 verigola: Ventifa; 1 gozzettino ligure; 1 burchiella; 2 navi da pesca: Diana e Virginia.

Di queste undici imbarcazioni, nove sono organizzate nella Tenza di Cervia della Mariegola delle Vele al Terzo e delle Barche da Lavoro delle Romagne: il lancione, le tre lance e la battana - con armo al terzo - e i tre cutter e la verigola con armo Marconi. La burchiella era il mezzo tradizionalmente usato per il trasporto del sale dalle saline ai magazzini.

L'area del porto vanta ancora alcune attività commerciali: i cantieri navali: Cantieri navali De Cesari e Servimar e la mitilicoltura con la Cooperativa La Fenice.

Rilevanti sono poi le emergenze materiali del passato marinaresco, ben visibili nel Borgo Marina, nel MUSA e nella chiesa di Sant'Antonio di Padova.

Ogni anno, poi, questo patrimonio culturale rivive con eventi e le manifestazioni legate al mondo del mare. Lo Sposalizio del mare è la festa più antica e sentita dalla comunità celebrata il giorno dell'Ascensione dal 1445. Durante tale evento, si svolge tradizionalmente la Cursa di Batell, regata storica con imbarcazioni armate al terzo, e l'albero della cuccagna sul porto canale. Il porto e i pescatori sono protagonisti di eventi organizzati da associazioni diverse (Aperitivo con i pescatori, Serate con i pescatori e Passeggiate patrimoniali) incentrati sull'incontro con i pescatori che trasmettono attraverso i loro racconti di vita vissuta la propria cultura materiale e il patrimonio delle loro conoscenze.

Caratteristiche dell'offerta

L'offerta turistica è prioritariamente rivolta al settore balneare che, sui 9 km di costa, presenta 232 stabilimenti balneari. Al suo fianco si inseriscono poi altri elementi trainanti legati al settore termale, come le Terme di Cervia, al segmento congressuale, come il Centro Congressi di MilanoMarittima, il segmento natura, con il Centro Visita delle Saline e un kilometraggio crescente di piste ciclabili, il segmento sportivo, con eventi internazionali come Iron Man e strutture come l'Adriatic Golf Club, il segmento culturale con il numero crescente di edifici del centro storico recuperati e offerte innovative come quella dell'Ecomuseo del Sale e del Mare, e il settore nautico con un porto in fase di ammodernamento.

Il turismo è la principale industria cervese. Al 31/12/2018, l'offerta turistico ricettiva risulta così composta (fonte SUAP – Comune di Cervia):

Alberghiero	Tipologia	N. strutture
	Alberghi	368

Extra alberghiero	Tipologia	N. strutture
	Residenze Turistico Alberghiere	8
	Case per Ferie	23
	Affittacamere	16
	Case Appartamenti per Vacanze	33
	Bed & Breakfast	25
	Campeggi	5

Complessivamente, tra alberghiero ed extra alberghiero, si stima una capacità ricettiva alberghiera di 26.254 posti letto (circa 44.000 comprendendo anche i circa 2.000 appartamenti ammobiliati a uso turistico), con prevalenza di strutture a 3 stelle (57,69% del totale):

Categoria	Posti letto	% totale
1 stella	379	1,44%
2 stelle	2.182	8,31%
3 stelle	15.146	57,69%
3 stelle sup	2.173	8,28%
4 stelle	4.947	18,84%
4 stelle sup	873	3,33%
5 stelle	478	1,82%
5 stelle L	76	0,29%

TOTALE	26.254	100,00%
---------------	---------------	----------------

Statistiche sulla domanda

L'offerta turistica cervese genera in media un volume annuo di 600 mila arrivi e oltre 3,5 milioni di presenze. Come si desume dalla tabella sottostante, l'andamento nell'ultimo triennio risulta stabile:

Mesi	Presenze				Differenze%		
	2015	2016	2017	2018	2018/2015	2018/2016	2018/2017
Gen-Dic	3.614.652	3.658.960	3.781.366	3.725.183	1%	3%	-1%

Come si desume dalla tabella sottostante, il mercato turistico cervese è prioritariamente un mercato domestico, che vale circa l'85% del volume complessivo delle presenze totali, anche se nel quadriennio si registra comunque una crescita di circa 50.000 presenze straniere:

Ita-Stra	Presenze				Differenze%		
	2015	2016	2017	2018	2018/2015	2018/2016	2018/2017
Italiani	517.084,00	523.535,00	571.059,00	560.934,00	1%	9%	-2%
Stranieri	3.097.568,00	3.135.341,00	3.210.838,00	3.164.249,00	1%	2%	-1%
Totale	3.614.652,00	3.658.876,00	3.781.897,00	3.725.183,00			
% Stranieri	14,31%	14,31%	15,10%	15,06%			
% Italiani	85,69%	85,69%	84,90%	84,94%			

Si conferma il trend di decremento della permanenza media sia complessiva che negli esercizi alberghieri.

Permanenza media

	Alberghiera	Ita	est	Extralberghiera	Ita	est	Permanenza media generale
2015	4,74	4,51	6,46	9,49	9,63	7,63	5,22
2016	4,70	4,48	6,41	9,74	9,91	7,34	5,20
2017	4,51	4,27	6,19	8,84	8,98	6,80	4,93
2018	4,38	4,16	5,90	8,98	9,13	6,86	4,83

Nel mercato italiano, il bacino prioritario risulta quello lombardo con 1.230.188,00 presenze nel 2018, pari al 33,92% del totale. Seguono per importanza Emilia Romagna, Veneto e Toscana:

Regioni	Presenze				Differenze %		
	2015	2016	2017	2018	2018/2015	2018/2016	2018/2017
Piemonte	174.565	180.148	186.186	181.321	3%	3%	-3%
Valle d'Aosta	8.618	6.649	6.752	8.622	-23%	2%	28%
Lombardia	1.230.188	1.238.837	1.287.556	1.263.567	1%	4%	-2%
Bolzano	35.087	32.612	31.347	27.806	-7%	-4%	-11%
Trento	48.645	44.861	39.855	42.203	-8%	-11%	6%
Veneto	205.352	203.602	209.308	208.028	-1%	3%	-1%
Friuli Venezia Giulia	20.455	17.254	19.095	18.184	-16%	11%	-5%
Liguria	20.766	20.073	21.006	19.188	-3%	5%	-9%
Emilia-Romagna	872.374	917.768	922.513	926.966	5%	1%	0%
Toscana	198.180	200.034	202.939	184.467	1%	1%	-9%
Umbria	55.353	50.227	43.400	43.823	-9%	-14%	1%
Marche	20.118	20.551	23.995	20.690	2%	17%	-14%
Lazio	87.278	87.691	92.977	91.588	0%	6%	-1%
Abruzzo	14.562	15.702	16.064	16.839	8%	2%	5%
Molise	5.212	3.245	3.107	3.919	-38%	-4%	26%
Campania	36.109	37.604	40.676	42.455	4%	8%	4%
Puglia	31.195	28.613	29.137	31.462	-8%	2%	8%
Basilicata	6.807	5.499	6.010	5.669	-19%	9%	-6%
Calabria	9.178	7.892	7.704	8.261	-14%	-2%	7%
Sicilia	12.288	12.349	14.668	15.062	0%	19%	3%
Sardegna	5.058	4.475	6.010	4.129	-12%	34%	-31%

Nel mercato estero, il bacino prioritario è quello di lingua tedesca, in particolare da Germania, Austria e Svizzera. Nel 2018, la Germania ha generato 182.994 presenze, pari al 4,9% del totale e la Svizzera, nello stesso anno, ha generato 86.020 presenze, pari al 2,3% del totale della località. Segue il mercato russo con 60 mila presenze e quello francese con 33 mila. In crescita costante dal 2015 il mercato del Regno Unito che nel 2018 è arrivato a generare 13.351 presenze e quello Polacco, che nel 2018 vale 13.309 presenze con un aumento del 33% dal 2015.

Nazioni	Presenze				Differenze		
	2015	2016	2017	2018	2018/2015	2018/2016	2018/2017
Germania	177.084	176.265	195.666	182.994	3%	4%	-6%
Svizzera	87.214	87.815	84.419	86.020	-1%	-2%	2%
Russia	49.283	56.315	68.043	60.316	22%	7%	-11%
Francia	35.535	33.217	35.769	33.038	-7%	-1%	-8%
Austria	22.861	21.477	23.561	20.987	-8%	-2%	-11%
Belgio	11.825	13.422	13.626	12.884	9%	-4%	-5%
Polonia	10.044	10.927	14.220	13.309	33%	22%	-6%
Olanda	10.153	9.416	8.260	9.846	-3%	5%	19%
Regno Unito	9.670	11.307	12.373	13.351	38%	18%	8%

Come si desume dallo schema sottostante, la località che genera più presenze è Milano Marittima, che nel 2018 ha generato 1.530.261 presenze, pari al 27,36% del totale:

Paesi	Presenze				Differenze%		
	2015	2016	2017	2018	2018/2015	2018/2016	2018/2017
Cervia	825.335	833.254	847.865	838.556	1%	2%	-1%
Milano Marittima	1.472.247	1.504.354	1.578.119	1.530.261	2%	5%	-3%
Pinarella	544.250	541.237	577.936	577.313	-1%	7%	0%
Tagliata	116.124	118.607	122.487	118.284	2%	3%	-3%

Mesi	Periodo	2015	2016	2017	2018	2018/2015	2018/2016	2018/2017
Marzo-Aprile	Pasqua	131.446	139.224	207.976	200.812	53%	44%	-3%
Maggio-Giugno	Pentecoste	901.266	842.437	895.676	909.335	1%	8%	2%
Luglio-Agosto	Estate	2.165.342	2.211.342	2.211.170	2.134.875	-1%	-3%	-3%
Settembre-Ottobre	Autunno	359.750	409.376	404.188	411.347	14%	0%	2%
Dicembre-Gennaio	Natale	36.093	36.323	40.940	37.084	3%	2%	-9%
Totale Anno		3.614.652	3.658.960	3.781.366	3.725.183			
% Marzo-Aprile	% Pasqua	3,64%	3,81%	5,50%	5,39%			
% Maggio-Giugno	% Pentecoste	24,93%	23,02%	23,69%	24,41%			
% Luglio-Agosto	% Estate	59,90%	60,44%	58,48%	57,31%			
% Settembre-Ottobre	% Autunno	9,95%	11,19%	10,69%	11,04%			
% Dicembre-Gennaio	% Natale	1,00%	0,99%	1,08%	1,00%			

Nel caso degli eventi principali, “flagship” della località, emerge in maniera netta il ritorno in termini di presenze. Si riportano qui di seguito i dati sull'impatto di Arte Vento, Mille Miglia e IronMan:

Festival Internazionale dell'Aquilone – 25 aprile – 1 maggio 2018

Giorni	Presenze		Differenze%
	2017	2018	2018/2017
25	2.637	3.367	28%
26	2.359	4.219	79%
27	2.821	8.162	189%
28	6.031	21.938	264%
29	16.139	23.032	43%
30	16.312	18.314	12%
1	2.563	2.720	6%

Mille Miglia – 17 maggio 2018

Giorni	Presenze		Differenze
	2017	2018	2018/2017
16	2.519,00	4.751,00	89%

Iron Man – 20-23 settembre 2018

Giorni	Presenze		Differenze%
	2017	2018	2018/2017
18	3.740	5.059	35%
19	3.760	5.504	46%
20	4.203	7.829	86%
21	5.699	10.091	77%
22	8.470	11.859	40%
23	9.188	5.436	-41%

In serie storica, la destinazione presenta i seguenti trend: contrazione del numero di presenze, anche dai bacini storici come la Lombardia in Italia e la Germania per quanto attiene i mercati esteri;

- contrazione della durata media del soggiorno, che nel 2019 si attesta a 4,72 giorni;
- scarsa penetrazione sui mercati internazionali Con 502.906 presenze, il turismo straniero rappresenta ancora solo il 14,062% del totale, con una riduzione percentuale rispetto al

2018 del 7,74%;

- crescente impatto dei grandi eventi. Il weekend di Ironman ha fatto registrare nel weekend tra il 19 e il 21 settembre una crescita di 13.032 presenze rispetto all'anno precedente, con circa 4000 presenze in più in ogni singola giornata della manifestazione.
- Crescente interesse del mercato per la ricettività extra alberghiera il settore extra alberghiero che fa registrare 663.326 presenze (+ 0,39% sul 2018), con un boom dei B&B che con 2184 presenze, segnano una crescita percentuale annua del 55,33%.

Vision e punto di partenza per il progetto Arca Adriatica

Nell'ultimo quinquennio, la città di Cervia ha avviato una politica di rigenerazione urbana per trasformare il proprio patrimonio culturale materiale e immateriale in un asset turistico. Dal punto di vista infrastrutturale, l'Amministrazione della città, per il tramite di project financing, fondi strutturali e azioni sul leader, ha avviato la riqualificazione degli immobili a valenza storica. Tra tali interventi si annovera:

Intervento	Programma e fonti Finanziamento	Investimento
Officine del Sale	Project Financing	
Magazzino del Sale Torre	FEASR – Leader (Leader= UE+STATO+RER1)	€ 550.000,00
Magazzini del Sale Darsena	POR – FESR (FESR=RER+STATO+UE)	€ 4.800.000,00
Area del porto	FEAMP (UE+STATO+RER)	€ 650.000,00
Piazzale dei Cozzari	FEAMP (UE+STATO+RER)	€ 270.000,00
Lungo Mare Milano Marittima	RER	€ 3.500.000,00

Dal punto di vista del patrimonio culturale immateriale, per il tramite di progetti di cooperazione europea, si è inoltre lavorato per costruire esperienze digitali del patrimonio culturale immateriale della città. Attraverso l'installazione di Beacon nel centro storico e nel porto e attraverso lo sviluppo di una app dedicata, il visitatore potrà passeggiare nella città oggi ed esplorare nel contempo la città di ieri e di domani. Con il progetto Innocultour si è raccontato il MUSA (Museo del Sale) e il Centro Visite del Parco della Salina. Con il Progetto Culturecovery, si è raccontato il Centro Storico che conserva ancora le case dei salinari lungo tutta la cinta muraria.

Perno di entrambi gli interventi sul patrimonio culturale immateriale è stato l'Ecomuseo del Sale e del Mare di Cervia. L'Ecomuseo del sale e del mare è stato istituito per lo sviluppo del territorio e delle tradizioni di Cervia. Il punto chiave dell'Ecomuseo sono le relazioni tra cittadini e territorio. Per questo motivo è stato scelto, non per creare uno spazio fisico in cui ospitare l'Ecomuseo, ma per optare per una serie di attività dinamiche in diversi punti del territorio.

L'Ecomuseo è pubblico, istituito e gestito dal Comune di Cervia, e viene sostenuto interamente da fondi pubblici. Ha un organo esecutivo (una sorta di consiglio di amministrazione) che lo gestisce, ed al quale partecipano i dipendenti del Comune coinvolti. I rappresentanti dell'Associazione di volontariato dei facilitatori, collaborano alle iniziative dell'Ecomuseo.

Il forte coinvolgimento della cittadinanza e delle associazioni di volontariato è sicuramente il punto di forza dell'Ecomuseo, che ne garantisce una discreta vivacità, un costante ampliamento del patrimonio culturale immateriale a disposizione, e permette di contenere i costi delle attività. L'Ecomuseo ha inoltre avviato un processo di analisi e riprogettazione della propria governance al fine di ampliare la propria azione di tutela a una porzione sempre più ampia del patrimonio culturale immateriale e inserire le proprie attività nell'offerta ordinaria della località.

Il progetto Arca Adriatica si inserisce in questa prospettiva. L'obiettivo del progetto è contribuire al recupero, alla tutela e alla diffusione del patrimonio culturale materiale e immateriale legato al mondo della marineria. In particolare con le azioni previste dal progetto si intende: restaurare il patrimonio culturale materiale rappresentato dalle barche storiche; ampliare l'infrastruttura digitale di beacons per trasmettere esperienze digitali anche relativamente alle tradizioni della marineria; ampliare il raggio di azione dell'Ecomuseo del Sale e del Mare, attivandolo anche sul fronte del patrimonio legato alla marineria cervese.

1 RER= Regione Emilia Romagna

Action Plan table overview

ARCA ADRIATICA – Action plan for the destination of Cervia												
Category	Project/Measure	Description	Activity	Duration				Project status/maturity/existing documentation (1-3; 1 being the highest)	Investment priority (1-3; 1 being the highest)	Responsibility	Estimated budget	Possible source of funding
				19	20	21	22+					
Public tourist infrastructure	1 Recupero di imbarcazioni storiche dell'area adriatica	Recupero funzionale delle imbarcazioni storiche della marineria cervese tradizionale e ormeggiate nel porto storico della città (lance, lancioni ecutter)	1 Selezione imbarcazioni storiche	X	X			Attualmente sono in fase di firma le convenzioni con i proprietari.	1	Comune di Cervia	65.000,00	Comune Cervia, Fondi EU, compartecipazione di fondi privati
			2 Firma convenzione con i proprietari delle imbarcazioni storiche per loro recupero e utilizzo per finalità pubbliche		X			In corso il procedimento per l'affidamento del servizio di restauro				
			3 Esecuzione servizio di restauro		X	X						

	2 Allestimento interpretation center nell'area del faro	Allestimento all'aperto di un "interpretation center" della cultura marinaresca lungo il porto canale di Cervia in corrispondenza dell'area del faro	1 Processo partecipativo per la definizione del progetto	X	X			Attualmente avviata la procedura di affidamento del servizio di realizzazione	1	Comune di Cervia	25.000,00	Comune Cervia, Fondi EU,
			2 Affidamento ed esecuzione del servizio		X	X						
	3 Recupero del Magazzino del Sale Darsena	Recupero del più grande deiseicenteschi magazzini del sale al fine di costruire un centro culturale multiservizio e un	1 Individuazione progetto di gestione e affidamento lavori	X				Attualmente in fase di esecuzione gli interventi di rifunzionalizzazione	1	Comune di Cervia	5.000.000,00	Comune Cervia, Fondi Regionali, Fondi EU,

		mercato coperto di prodotti alimentari di qualità	2 Esecuzione intervento di riqualificazione	X	X	X								
			3 Apertura al pubblico della nuova piazza coperta della città			X								
			4 Organizzazione nell'area teatro dello spazio di spettacoli a tema sulla marineria cervese				X							

4 Rigenerazione urbana dell'area del Faro	Recupero funzionale dell'area del porto canale ospitante il faro e l'ex mercato del pesce	1 Affidamento lavori	X		Attualmente in esecuzione l'intervento di rigenerazione urbana	1	Comune di Cervia	1.000.000,00	Comune Cervia, Fondi Stato - FSC,
		2 Esecuzione intervento di rigenerazione		X					
5 Costruzione di un prodotto turistico ambientale nel comparto saline	Potenziamento dei servizi di turismo ambientale connessi all'area della salina. Il progetto prevede l'attivazione di un'ospitalità diffusa nei vecchi caselli e l'istallazione di punti di osservazione per il bird watching	1 Rinnovo cinquantennale della concessione dell'area	X	X	In fase di rinnovo la concessione dell'area. In corso l'analisi del patrimonio immobiliare	3	Comune di Cervia	7.000.000,00	Comune Cervia, Fondi Regionali, Fondi EU, fondi privati
		2 Definizione del partenariato pubblico privato per il recupero degli immobili		X	X				
		3 Esecuzione degli interventi di			X	X			

			5 Creare una rete di centri di eccellenza dell'area adriatica		X	X				
	2 Accordo collaborazione tra Ecomuseo del Sale e del Mare e Cervia Turismo Srl	L'accordo è finalizzato all'inserimento nell'offerta turistica della località delle attività promosse dalla comunità locale come le passeggiate patrimoniali nella marineria	1 Evento pubblico di presentazione e delle attività dell'ecomuseo	X			Nell'ambito del progetto Interreg Centra Europe Culturecovery è statogià sottoscritto l'accordo di collaborazione tra Ecomuseo e Cervia Turismo Srl.	1	Ecomuseo delSale e del Mare	Comune diCervia, Fondi EU
			2 Consultazion e Associazioni di Categoria	X						
			3 Sottoscrizion e accordo tra Ecomuseo e Cervia Turismo Srl		X					

Events	1 Potenziamento evento La Rotta del Sale	Racconto in forma teatrale della storia della marineria cervese	1 Realizzazione e evento	X			Evento realizzato. In fase di analisi il report per valutarne la riattivazione	3	Comune di Cervia	20.000,00	Comune di Cervia, Fondi EU
	2 Potenziamento evento Sapore di Sale	Kermesse culturale e gastronomica che ruota attorno al sale dolce di Cervia	1 Realizzazione e evento		X	X	Evento realizzato informa pilota. L'obiettivo è farlo crescere e imporre l'evento come kermesse leader nell'ambito del turismo enogastronomico	2	Comune di Cervia	90.000,00	Comune di Cervia, Fondi privati
Promotion	1 Elaboration App Immagina Cervia x il racconto multimediale della città	Innovare in senso 2.0 la comunicazione del patrimonio culturale immateriale della città di Cervia è stata realizzata un app interattiva per fruire di	1 Definizione area di intervento, scelta tecnologia	X			App attualmente disponibile su Google Play Store. In fase di distribuzione anche in ambito IOS	2	Comune di Cervia	27.000,00	Comune di Cervia, Fondi EU
			2 Definizione itinerario e contenuti multimediali	X							

		contenuti multimediali descrittivi del centro storico della città	3 Visite guidate di lancio dell'Appi		X					
	2 Produzione contenuti multimediali per racconto marineria cervese	Ampliare l'app per la comunicazione multimediale del patrimonio culturale immateriale della città di Cervia	1 Definizione itinerario e contenuti multimediali	X	X	Di concerto con il Centro di Eccellenza e l'Ecomuseo del Sale e del Mare sono in definizione i contenuti narrativi.	2	Comune di Cervia	75.000,00	Comune di Cervia, Fondi EU
		incluso il racconto dell'area della marineria	2 Realizzazioni e contenuti multimediali		X	In fase di affidamento il servizio di realizzazione dei contenuti				
			3 Campagna social di lancio contenuti		X					
	3 Organizzazione	Individuazione	1 Definizione	X	X	Raccolti di concerto	3	Comune di	25.000,00	Comune di

	di una campagna di promozione degli itinerari marittimi cervesi	di itinerari in barca a vela a valenza turistica e promozione mediante T.O. specializzati	itinerari mediante centro di eccellenza locale			con il locale Centro di Eccellenza e l'Ecomuseo del Salee del Mare gli itinerari a rilevanza turistica.	Cervia	Cervia, Fondi EU,Fondi Privati
		2 Elaborazione materiali promocommerciali sugli itinerari		X		In fase di affidamento il servizio di realizzazione dei materiali promocommerciali		
		3 Educational tour per lancio nuovi itinerari		X	X			
		4 Offerta proposte viaggio su itinerari mediante Cervia Turismo srl			X	X		

Management	1 Implementazione e modello di governance per l'ecomuseo del sale e del mare	L'obiettivo è attuare il modello di gestione dell'ecomuseo elaborato con il progetto Interreg Central Europe Culturecovery al fine di potenziare l'efficacia operativa e l'autonomia finanziaria	1 Processo partecipato locale e internazionale di raccolta delle best practice museali	X			Il modello di gestione elaborato nel corso del progetto Culturecovery è stato approvato dal comitato dell'ecomuseo	3	Comune di Cervia	25.000,00	Comune di Cervia, Fondi EU
			2 Approvazione del modello di gestione da parte del comitato di gestione dell'ecomuseo	X							
			3 Attuazione del modello di gestione mediante definizione e applicazione dell'action plan		X	X	X				