

Al fine di valutare l'ammissibilità e il merito dell'iniziativa è necessario sviluppare, con soddisfacente svolgimento, TUTTI i punti indicati di seguito.

1 TITOLO DEL PROGETTO/INIZIATIVA:

.. MERCATO DEI SAPORI D'EUROPA A CERVIA....E NON SOLO XII edizione . .

. Breve sintesi/descrizione della iniziativa:...

Ascom Cervia srl in collaborazione con Confcommercio Ascom Cervia, FIVA Confcommercio-Federazione Italiana Venditori Ambulanti, organizza l'undicesima edizione del **Mercato dei Prodotti e dei Sapori d'Europa che si terrà a Cervia dal 18 al 20 settembre**, al quale partecipano circa 150 operatori in rappresentanza delle Federazioni Nazionali degli Ambulanti di Argentina, Austria, Belgio, Brasile, Ecuador, Egitto, Francia, Finlandia, Germania, Gran Bretagna, Grecia, India, Irlanda, Israele, Lituania, Messico, Olanda, Polonia, Repubblica Ceca, Russia, Senegal, Slovenia, Spagna, Thailandia, Ucraina, Ungheria e Italia.

Per tre giorni il centro di Cervia si trasformerà nel mercato del mondo, per la gioia di tutti e soprattutto dei turisti che hanno scelto Cervia per le loro vacanze anche a settembre.

A farla da padrona sarà la gastronomia, si potranno infatti gustare wurstel di tutti tipi, la carne argentina, le specialità brasiliane, la cucina israeliana con il FALAFEL e l'HUMMUS, stinchi di maiale, la carne della Turingia aromatizzata alla birra scura, la *paella*, le specialità thailandesi e messicane e tanto altro ancora.

Fra le attrazioni del Mercato Europeo vi segnaliamo le porcellane e le confetture inglesi, i tessuti provenzali, i pregiati salumi spagnoli, formaggi e vini francesi, birre artigianali, fiori e bulbi olandesi, la bigiotteria vintage francese, le stelle alpine, i confetti italiani, la torta sacher, i deliziosi *brezen*, i tessuti toscani, i biscotti della Bretagna, the, infusi e spezie dal mondo, l'artigianato finlandese, il modernariato russo e selezioni di prodotti tipici italiani di altissima qualità come l'aceto balsamico di Modena, il tonno di Favignana, la pasticceria siciliana.

Molte saranno le novità, sia nella tipologia di aziende partecipanti sia nel programma degli eventi collaterali.

Fra gli intrattenimenti dell'edizione 2015 segnaliamo :

il *concerto musicale della Banda Musicale Cittadina* giovedì 17 settembre alle ore 21.00 in Piazza Garibaldi;

il *Raduno MTB Vintage* di domenica 20 alle ore 9.00, organizzato in collaborazione con l'associazione sportiva "La Rigida".

Quest'ultimo è l'appuntamento clou delle bici d'annata che farà rivivere i mitici anni del "rampichino" con tre percorsi di 25, 35 e 50 km e la "pedalata gourmet", un'escursione di 25 km aperta a tutti nei paesaggi del Parco del Delta del Po tra saline, pinete e dune con degustazioni di tipicità gastronomiche.

Nella cornice del Magazzino del Sale Torre sarà allestito il " Museo delle 2 ruote", la tre giorni di expò che ha per protagoniste le vecchie glorie del ciclismo da strada (orario tutti i giorni dalle 16.00 alle 22.00).

Infine, sempre da venerdì 18 a domenica 20 dalle ore 10.00 alle ore 23.00, in piazza Garibaldi sarà in programma una mostra di pittura in collaborazione con l'Associazione Menocchio .

2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

. ASCOM CERVIA SRL via G. Di Vittorio 26 Cervia.

3 PERIODO E LUOGO DI SVOLGIMENTO (luogo di svolgimento e data di avvio e di termine dell'iniziativa - L'iniziativa deve effettuarsi nel corso dell'anno di concessione del contributo)

. Cervia piazza A. Costa, v.le Roma, piazza C. Pisacane, piazza Garibaldi dal 18 al 20 settembre 2015 . .

4 OBIETTIVI DEL PROGETTO

Il progetto è coerente con le priorità indicate nel nuovo regolamento 2015 e, in particolare, con la priorità " progetti promozionali di interesse commerciale e turistico per lo sviluppo del territorio sui temi del wellness e della qualità della vita, attività sportive e sana alimentazione, anche in relazione ai temi legati all'Expò 2015" e con la priorità " progetti di interesse alla diffusione e sviluppo nel tessuto imprenditoriale delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione...".

ALLEGATO A/2015 RELAZIONE DESCRITTIVA

Riguardo alla prima priorità, va evidenziato che l'intero evento è dedicato alle produzioni enogastronomiche di qualità dell'Italia e dei paesi europei e che il suo messaggio di fondo è improntato alla promozione di uno stile di vita attento ai principi di una sana alimentazione abbinata a una pratica di vita attiva e non sedentaria. Non a caso la principale iniziativa, che rientra nel programma dell'evento, è di natura sportiva e viene organizzata dall'Associazione La Rigida (percorsi bike nel territorio cervese e romagnolo, strutturati per livelli di età e di difficoltà, con tappe intermedie di carattere ambientale e artistico-culturale).

Riguardo alla seconda priorità, va evidenziato che FIVA Confcommercio Cervia, in collaborazione con FIVA Emilia Romagna e FIVA nazionale, ha progettato e realizzato nel 2014 un innovativo portale web di natura informativo-promozionale, rivolto in modo particolare alle giovani generazioni. La scelta di un sito "responsive" e lo sviluppo tuttora in corso sul versante della comunicazione su social network e su quello dell'indicizzazione SEO dei contenuti fanno sì che il portale rappresenti una novità nel panorama della distribuzione commerciale italiana e un esempio interessante di utilizzo delle nuove tecnologie della comunicazione.

Si evidenzia, altresì, che le suddette priorità rientrano a pieno titolo nei filoni strategici di intervento dell'anno 2015 riferiti a settore AGRICOLTURA (punti 1 e 2), settore ARTIGIANATO (punto 1 per la presenza complementare di diverse produzioni tipiche artigianali), settore COMMERCIO/TURISMO (punti 1 e 4).

4.1- Dimensione territoriale dell'impatto del progetto/iniziativa (locale/provinciale/regionale/nazionale/internazionale)

. L'iniziativa ha dimensione territoriale europea, poiché coinvolge realtà del commercio ambulante specializzato in prodotti tipici di diversi paesi europei attraverso la rete organizzativa e di contatti di FIVA Confcommercio-Federazione Italiana Venditori Ambulanti. L'impatto è anch'esso di dimensione europea poiché richiama a Cervia nel periodo finale della stagione estiva aziende e visitatori non solo italiani ma anche europei, contribuendo fattivamente al processo di destagionalizzazione del turismo balneare.

4.2- Prodotti e/o servizi che si intende realizzare

Il Mercato Europeo intende promuovere il commercio ambulante come espressione significativa e insostituibile della moderna distribuzione commerciale, soprattutto nel segmento delle produzioni tipiche agro-alimentari e artigianali, nel quale il rapporto diretto, e di frequente coincidente, con la fonte produttiva garantisce la qualità e la genuinità dell'offerta commerciale. Si tratta di un'iniziativa che FIVA Confcommercio propone in diverse piazze italiane scelte in base alla loro attrattività commerciale e turistica, rendendo al tempo stesso un servizio al rilancio del piccolo commercio nei centri storici e alla differenziazione dell'offerta turistica (segmenti enogastronomia e artigianato della tradizione).

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

. L'iniziativa, promossa da Fiva Confcommercio nazionale e da Ascom Confcommercio Cervia, coinvolge diversi soggetti in qualità di partner quali l'associazione La Rigida Festival (iniziative collaterali di carattere sportivo/wellness), l'associazione culturale Menocchio (iniziative collaterali artistico-culturali), associazioni di volontariato come, ad esempio, la Pubblica Assistenza e la Protezione Civile di Cervia (servizio + stand promozionale). Fra i partner istituzionali è coinvolto in modo particolare il Comune di Cervia.

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

. Nel corso delle precedenti edizioni del Mercato Europeo sono state coinvolte aziende del commercio ambulante locale, nazionale ed europeo con 150 adesioni nell'ultima edizione 2013. Hanno partecipato aziende dei seguenti paesi europei: Austria, Belgio, Francia, Egitto, Germania, Inghilterra, Spagna, Grecia, Polonia, Finlandia, Olanda, Ungheria, Russia, Irlanda,

ALLEGATO A/2015 RELAZIONE DESCRITTIVA

Lituania, Repubblica Ceca, Slovenia oltre ad Argentina, Thailandia, Israele e Brasile e una folta rappresentanza delle regioni italiane; Per quanto riguarda l'edizione 2014, in base ai contatti già avviati, si prevede di confermare il numero delle aziende e di elevarne il tasso qualitativo . .

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

Il sistema economico provinciale trae un duplice beneficio dall'iniziativa: **commerciale**, in quanto il Mercato Europeo tende a rilanciare l'immagine del commercio ambulante come realtà dinamica orientata alla qualità e all'innovazione e non al ridimensionamento; **turistica**, in quanto il Mercato Europeo contribuisce fattivamente al processo di destagionalizzazione creando un polo di forte attrazione nella fase terminale stagione estiva. Dunque, l'incidenza è diretta sia sul fatturato delle aziende partecipanti sia sulle strutture ricettive in termini di presenze e sull'indotto (negozi, ristoranti, bar...). Gli elementi di tale incidenza, pur essendo per loro natura temporanei, stanno producendo effetti duraturi poiché incentivano, da un lato, la strategia della destagionalizzazione turistica (essenziale per una località balneare come Cervia), dall'altro la riqualificazione del commercio ambulante in direzione dell'innovazione e delle tipicità. Questo secondo aspetto ha un'influenza diretta e documentabile sulla rete commerciale provinciale e, anche per la sua rilevanza, offre un concreto contributo al rilancio delle piccole e medie imprese commerciali nei confronti della perdurante espansione della grande distribuzione organizzata.

4.6- Ricadute previste sull'economia ravennate e sulla promozione del territorio

Come già descritto nel precedente punto 5, le ricadute previste a livello economico sono sia dirette, con l'allargamento delle opportunità delle imprese del commercio ambulante e creazione di un sistema di contatti "a rete" a livello nazionale e internazionale che va oltre l'iniziativa cervese in quanto tale (molte imprese locali si sono inserite nel circuito europeo e con il supporto di FIVA Confcommercio partecipano anche ad altri mercati europei in Italia e nei paesi del continente), sia indirette, con ricadute positive sull'indotto turistico e commerciale. Il Mercato Europeo dei Sapori si configura di fatto come un'iniziativa di marketing territoriale che promuove, al di là, della località cervese, l'intero territorio provinciale di cui mette in evidenza le eccellenze enogastronomiche e artigianali, fungendo da volano per la promozione in Italia e all'estero. E' significativo il fatto che di anno in anno si sta verificando una progressiva fidelizzazione delle aziende partecipanti all'iniziativa, i cui titolari non solo rinnovano la partecipazione al mercato ma diventano clienti di hotel, appartamenti e campeggi per le proprie vacanze personali e familiari.. .

5. DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

5.1- Progettazione e analisi del contesto

La progettazione impegna FIVA e Confcommercio Cervia durante l'intero corso dell'anno, poiché, data la dimensione dell'evento, occorre procedere senza interruzioni di tempo alla fasi di promozione presso le aziende interessate e alla successiva selezione delle stesse. Tale azione è svolta in stretto accordo con FIVA Confcommercio contattando le associazioni territoriali italiane (provinciali e regionali) e, per l'Europa, le associazioni consorelle a livello nazionale. L'analisi del contesto italiano ed europeo del commercio ambulante punta ad individuare le migliori aziende operanti nel settore eno-gastronomico e artigianale, con particolare riguardo a quelle che producono e commercializzano produzioni tipiche di qualità. Alle **fasi di indagine del contesto e di selezione delle aziende**, segue la **fase di progettazione** vera e propria che comporta l'ideazione dell'allestimento e la programmazione degli eventi spettacolari e di animazione di contorno.

5.2- Fasi della realizzazione del progetto

ALLEGATO A/2015 RELAZIONE DESCRITTIVA

Alle fasi di analisi del contesto, selezione delle aziende, progettazione dell'allestimento e degli eventi complementari, seguono le **fasi di promozione e pubblicizzazione**, ovvero la campagna di comunicazione realizzata in modo mirato tramite le associazioni territoriali italiane ed europee e, a livello locale, con azioni sulla stampa e sulle televisioni. Successivamente si passa alla **fase di realizzazione vera e propria**, con il piano di allestimento della location (scenografia generale e assegnazione dello spazio alle aziende) e con la messa in moto della "macchina dell'accoglienza" (sistemazione nelle strutture ricettive, accordi con ristoranti ed esercizi commerciali) e della promozione "sotto data" (distribuzione del materiale informativo in provincia e in città, azioni di direct marketing presso le aziende associate Confcommercio). Durante le giornate di svolgimento dell'iniziativa è stabilmente in funzione uno stand di servizio e rappresentanza, garantito da FIVA e Confcommercio Cervia, quale punto di riferimento e informazione sia per le aziende partecipanti sia per il folto pubblico di visitatori. A evento ultimato, viene avviata la **fase di valutazione complessiva e di rendicontazione**, che consente di verificare in tempo reale i risultati intermini di presenze e di gradimento .

..

5.3- **Promozione/comunicazione (descrivere anche le azioni di promozione del contributo camerale)**

. La fase di promozione/comunicazione, come già descritto, comprende un insieme di azioni integrate che vengono distribuite durante l'intero corso dell'anno e nel periodo immediatamente precedente al mercato. In particolare, vengono realizzate le seguenti azioni: 1) pubblicità radiofonica 2) pubblicità televisiva 3) Comunicati stampa 4) affissione di manifesti nelle principali località delle provincie di Ravenna e Forlì Cesena 5) distribuzione di locandine nelle strutture ricettive, e negli uffici informazioni della città. . .

..

5.4- **Valutazione dei risultati (metodologie utilizzate per la valutazione qualitativa e quantitativa dei risultati).**

. I risultati vengono monitorati rigorosamente al fine di migliorare anno dopo anno l'iniziativa nei suoi aspetti portanti. In particolare, vengono utilizzate le seguenti metodologie: 1) rilevamento del numero e delle caratteristiche delle aziende partecipanti tramite somministrazione di apposita scheda informativa, 2) rilevamento delle presenze presso le strutture ricettive tramite indagine diretta di Ascom Confcommercio Cervia; 3) rilevamento dell'impatto promozionale e comunicativo dell'iniziativa tramite raccolta dei servizi prodotti sulla stampa, sulla televisione e sulla rete internet... .

..

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

...

Luogo e data Cervia 15/01/2015

firma del legale rappresentante
(documento firmato digitalmente)

Nome e Cognome
Terenzio Medri