

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

1 TITOLO DEL PROGETTO/INIZIATIVA

VALORIZZAZIONE DELLA PIADINA ROMAGNOLA AL SALE DOLCE DI CERVIA

2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

SEDAR CNA SERVIZI S.C.C. P.A.

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)

L'evento principale si svolgerà a Cervia il 6-7-8- settembre, ma sono previsti ulteriori step del progetto con momenti promozionali e divulgativi nel corso dell'anno.

4 OBIETTIVI DEL PROGETTO, esplicitando in particolare:

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

Il progetto coinvolge le imprese del territorio cervese ma ha una valenza promozionale sicuramente nazionale e internazionale. Il pubblico che visita la manifestazione Sapore di Sale dal 6 all'8 settembre è composto da turisti italiani e stranieri richiamati a Cervia da un evento caratteristico e tradizionale. Oltre a questo evento si vogliono porre le basi per partecipare ad iniziative promozionali, realizzate in collaborazione con il comune di Cervia in Italia e all'estero.

Prodotti e/o servizi che si intende realizzare

Lo scopo del progetto è valorizzare lo street food per eccellenza del nostro territorio e nello stesso tempo valorizzare e promuovere il territorio cervese. La piadina romagnola rappresenta infatti un biglietto da visita eccezionale che viene riconosciuta come un valore, in grado di comunicare la nostra realtà e fare promozione turistica riscoprendo i valori del territorio.

Si intendono proporre la partecipazione con uno stand specifico alla sagra sapore di sale che si terrà a Cervia dal 6 all'8 settembre con un proprio stand in cui viene proposta la piadina al sale di Cervia abbinata ai prodotti anch'essi al sale di Cervia, i laboratori per insegnare al pubblico come fare la piadina romagnola (questi laboratori sono diventati un appuntamento atteso dal pubblico che ritorna ogni in questi anni per ricimentarsi con questa esperienza). Anche quest'anno verrà riproposto ai partecipanti la parananza (il tipico grembiule da cucina con pettorina) che riporterà i loghi di tutti i sostenitori e patrocinatori del progetto. Quest'anno si vuole realizzare inoltre una struttura smontabile e facilmente trasportabile che riprenda il chiosco e possa essere una struttura che riprenda le forme del chiosco, facilmente riconoscibile, che consenta di fare promozione e proporre l'immagine di Cervia nelle varie manifestazioni in cui si intende partecipare.

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

L'iniziativa come gli anni scorsi è stata promossa da CNA e Confartigianato, con il contributo della CCIAA, la collaborazione e il patrocinio del Comune di Cervia e la collaborazione del Parco delle Saline di Cervia.

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

Le imprese coinvolte nel progetto saranno direttamente tutte le imprese artigianali di produzione della piadina in chiosco del territorio, si tratta di oltre 50 chioschi.

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

ALLEGATO A/2013 RELAZIONE DESCRITTIVA

Si tratta di iniziative che non solo qualificano un prodotto e un'attività particolare ma soprattutto promuovono e valorizzano un territorio, lo caratterizzano dal punto di vista della tipicità. La piadina e il chiosco cervese stanno diventando un simbolo e un elemento di promozione turistica

4.4 Ricadute previste sull'economia ravennate e sulla promozione del territorio

Tutte le attività legate ai chioschi e al prodotto tipico hanno una ricaduta importante per la promozione del territorio. Questo è stato sperimentato nelle varie iniziative già realizzate all'Urban center a Milano, presente il sindaco Pisapia, e a Madonna di Campiglio.

5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

5.1 Progettazione e analisi del contesto

Lo stand rievoca il tradizionale chiosco cervese, che è stato progettato e studiato con un forte richiamo alla tradizione (l'elemento si rifà alla cabina del mare) ed è diventato parte integrante di Cervia. Riproporre il chiosco e la piadina nei vari contesti di promozione e presentazione del territorio a partire dalla sagra "Sapore di Sale" rievocazione della tradizionale "armesa de sel" momento conclusivo della raccolta del sale.

5.2 Fasi della realizzazione del progetto

Progettazione e realizzazione dello stand, allestimento dello stesso, realizzazione di laboratori didattici, preparazione di piadine come assaggio gratuito, distribuzione gadget e materiale informativo.

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

La promozione avviene attraverso comunicati stampa, la realizzazione di materiale informativo e pubblicitario che verrà distribuito ai turisti, la paranza anch'essa distribuita ai partecipanti ai laboratori.

Su ogni materiale sarà apposto il logo della CCIAA secondo il vigente regolamento.

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

Gli attestati di stima e di riconoscenza ricevuti dal pubblico e dagli amministratori locali, l'affluenza che negli anni è cresciuta, un pubblico fidelizzato che aspetta questo appuntamento di anno in anno, rappresentano 'indicatore migliore per l'iniziativa di Sapore di Sale. Questo successo e apprezzamento ha fatto sì che il gruppo dei piadinari faccia parte in modo strategico alle iniziative di promozione della città nei vari ambiti. Cna e Confartigianato in rappresentanza del mondo dell'artigianato e della piccola e media impresa consolidano sempre di più il loro ruolo strategico all'interno della proposta della città attraverso queste iniziative.

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

...

Ravenna, 22 febbraio 2013

firma del legale rappresentante
(documento firmato digitalmente)
Mauro Cassani