

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

MADRA – Mostra Mercato Agricolo Domenicale di Ravenna

## 2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

TUTTIFRUTTI – Agenzia di Pubblicità Soc. Coop A R.L.

## 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)

ANNO 2013 – 24/02 – 24/03 – 28/04 – 26/05 - 27/10 – 24/11

## 4 OBIETTIVI DEL PROGETTO, esplicitando in particolare:

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

La fiera mercato diventa una vera e propria festa in città e si propone di far conoscere e valorizzare le specialità e i prodotti locali del territorio (provinciale)

### 4.2 Prodotti e/o servizi che si intende realizzare

La fiera mercato ha lo scopo di animare il centro storico di Ravenna e arricchirne l'offerta turistica ai cittadini, visitatori, consumatori e turisti e offrire agli agricoltori la possibilità di far conoscere i loro prodotti stagionali (km 0). Al fine di creare un evento che possa attrarre visitatori anche in periodi di bassa stagione turistica la Mostra Mercato Agricola (percorso di bancarelle con i prodotti del territorio nel centro di Ravenna) sarà affiancata da degustazioni, animazioni, spettacoli e dibattiti a tema. I pubblici esercizi potranno essere aperti concorrendo a rendere piacevole l'accoglienza al pubblico. L'iniziativa coinvolge anche le associazioni e le attività economiche del centro storico, in primis Ristoranti, Bar e negozi di specialità enogastronomiche

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

**Promotori:** CIA, Coldiretti, Confagricoltura – Unione Degli Agricoltori, Copagri  
Collaborazione: Slow Food Condotta di Ravenna

**Partners Istituzionali:** Camera di Commercio di Ravenna, Comune di Ravenna, Provincia Di Ravenna, Regione Emilia Romagna, Ministero delle Politiche Agricole

**Partners:** Cabina di Regia del Centro Storico, Confcommercio, Confesercenti, CNA, Confartigianato

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

Circa 50 Aziende Agricole per la fiera – mercato e circa 20 esercenti del centro storico di Ravenna (bar e ristoranti), Ravenna Incoming per i pacchetti turistici

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

- Opportunità per le aziende agricole della provincia di far conoscere e vendere i prodotti stagionali di prossimità

## ALLEGATO A/2013 RELAZIONE DESCRITTIVA

- Opportunità per i cittadini/consumatori di acquistare i prodotti agricoli locali a prezzi contenuti e fruire dei momenti di intrattenimento offerti dall'evento. Gli esercenti (ristoranti e bar) del

centro storico aderenti all'iniziativa acquisteranno e utilizzeranno i prodotti di MADRA per le proprie ricette, i negozi di specialità enogastronomiche aderenti saranno coinvolte in eventi tematici all'interno della manifestazione

- MADRA partecipa come format in eventi già esistenti della provincia di Ravenna

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

Opportunità per le aziende agricole della provincia di far conoscere e vendere i prodotti stagionali di prossimità

Opportunità per gli esercenti del centro storico di aderire con le iniziative a tema, nonché beneficiare dell'afflusso dei visitatori nel centro storico di Ravenna.

Opportunità di attirare visitatori anche per i periodi di bassa stagione turistica, anche con la realizzazione di pacchetti turistici ad hoc per i weekend di Madra (in collaborazione con Ravenna Incoming)

Opportunità per i cittadini/consumatori di acquistare i prodotti agricoli locali a prezzi contenuti e fruire dei momenti di intrattenimento offerti dall'evento

## 5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

### 5.1 Progettazione e analisi del contesto

MADRA, ovvero quando la città incontra la campagna per una festa dei prodotti e dei sapori.

La fiera mercato diventa un'occasione di festa per il centro storico di Ravenna proponendosi di far conoscere e valorizzare le specialità e i prodotti del territorio, arricchendo l'offerta turistica della città anche in un periodo considerato di bassa stagione. Una domenica al mese (tendenzialmente l'ultima), la manifestazione si presenta come contenitore di momenti diversi: la mostra mercato degli agricoltori nel centro storico di Ravenna sarà affiancata da degustazioni di cibi e vini presso gli esercenti aderenti (bar, ristoranti, negozi di specialità enogastronomiche), incontri culturali, animazioni e spettacoli nell'area interessata del centro storico di Ravenna.

### 5.2 Fasi della realizzazione del progetto

L'edizione 2013 di MADRA si terrà nelle domeniche 24/02 -24/03 – 28/04 – 26/05 – 27/10 – 24/11 dell'anno 2013 dalle ore 10 alle ore 19 nell'area Centro Storico di Ravenna (in particolare Via Gordini, Via Corrado Ricci con possibilità di estensione nelle aree limitrofe (inclusi giardini, pubblici e privati e aree monumentali)

L'adesione degli agricoltori alla Mostra Mercato avverrà tramite le rispettive associazioni di categoria, ad ogni espositore verranno assegnati piazzola e banchi (montaggio/smontaggio banco a cura Tuttifrutti) per una cifra simbolica di €. 30,00 + iva per ogni mercato domenicale.

I ristoranti e i bar del centro storico aderenti all'iniziativa acquisteranno e utilizzeranno i prodotti di MADRA per le proprie ricette.

Ogni domenica saranno proposti incontri e dibattiti a tema e momenti di intrattenimento e spettacolo, degustazioni, concorsi

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

## ALLEGATO A/2013 RELAZIONE DESCRITTIVA

La comunicazione dell'evento sarà curata da Tuttifrutti Agenzia di Pubblicità, specializzata nella promozione di manifestazioni a carattere culturale ed enogastronomico.

La comunicazione sarà articolata in due fasi: fase di lancio (campagna pubblicitaria con manifesti, annunci stampa, radio, web, locandina, cartolina, ufficio stampa e una fase di mantenimento con annunci radio, cartoline, ufficio stampa

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

La fiera mercato offre ai produttori la possibilità di vendere i loro prodotti e ai consumatori di acquistarli a prezzi contenuti.

L'evento, contenitore di momenti diversi, va ad arricchire l'offerta turistica della città di Ravenna anche in un periodo di bassa stagione turistica.

Inoltre Madra partecipa come format in eventi già esistenti della Provincia di Ravenna

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

Allegato 1) Lettera di incarico delle quattro associazioni agricole promotrici

Allegato 2) Scheda di presentazione e programma dell'evento

Luogo, data  
05/02/2013

firma del legale rappresentante  
(documento firmato digitalmente)  
*Nome e Cognome*

# SCHEDA DI PRESENTAZIONE E PROGRAMMA EVENTO 2013

## DENOMINAZIONE DELLA MANIFESTAZIONE

**MADRA - Mostramercato Agricolo Domenicale Ravenna**

## CARATTERISTICHE DELLA MANIFESTAZIONE

La Mostramercato Agricolo della domenica nel centro di Ravenna presenta **appuntamenti culturali e spettacolari, momenti conviviali ed enogastronomici**. La manifestazione si caratterizza come vera e propria fiera-mercato dei prodotti del territorio, ha la leggerezza della festa e una spiccata vocazione turistica.

Alcune iniziative e novità coinvolgeranno le Associazioni e le attività economiche del centro storico, in primis ristoranti, bar e negozi.

## PROMOTORI

La manifestazione è promossa dalle quattro Associazioni di categoria del settore agricolo della provincia di Ravenna:

- **Coldiretti**
- **CIA**
- **Confagricoltura - Unione degli Agricoltori**
- **Copagri**

## ORGANIZZAZIONE

Progettazione e organizzazione tecnica sono affidati dalle quattro Associazioni Agricole a:

- **Tuttifrutti Agenzia di Pubblicità**

## COLLABORAZIONE

Alla manifestazione collabora **Slow Food Condotta di Ravenna** che cura laboratori del gusto, banchi di produttori, incontri e convegni tematici ed è presente con un banco Slow Food.

## GESTIONE ECONOMICA

Le quattro Associazioni Agricole, in quanto promotrici e titolari dell'evento MADRA, affidano in toto la gestione economica dell'evento per tutto ciò che riguarda costi, ricavi a:

- **Tuttifrutti Agenzia di Pubblicità**

## PARTNERS ISTITUZIONALI COINVOLTI

- **Camera di Commercio di Ravenna**
- **Comune di Ravenna**
- **Provincia di Ravenna**
- **Regione Emilia-Romagna**
- **Ministero Politiche Agricole**

## COLLABORAZIONI

- Cabina di Regia del Centro Storico Ravenna
- Confcommercio
- Cna
- Confesercenti
- Confartigianato

## LUOGO DELLA MANIFESTAZIONE

### **Il Centro Storico di Ravenna**

In particolare Via Gordini, Via Corrado Ricci con possibilità di estensione nelle aree limitrofe (Piazza Garibaldi, Piazza Caduti, Portico di Piazza San Francesco, giardini di abitazioni limitrofe e giardini di pubblico utilizzo presso aree monumentali)

## DATE E ORARI DEL 2013

### **Una domenica ogni mese (tendenzialmente l'ultima del mese)**

- 24 febbraio
- 24 marzo
- 28 aprile
- 26 maggio
- 27 ottobre
- 24 novembre

Dalle 10.00 alle 19.00 con orario continuato

## PROGETTO E PRESENTAZIONE

- Il primo progetto di comunicazione è stato realizzato nel 2008.
- Il visual che promuove la manifestazione è stato rinnovato nell'ottobre del 2011. L'edizione 2013 prevede l'utilizzo dell'immagine coordinata esistente.
- La Presentazione alla stampa della nuova edizione è prevista per l'inizio dell'anno 2013

## OBIETTIVI DELLA MANIFESTAZIONE

MADRA, ovvero quando la città incontra la campagna per una festa dei prodotti e dei sapori.

**La mostramercato diventa una vera e propria festa in città e si propone di far conoscere e valorizzare le specialità e i prodotti agricoli locali del territorio.**

**La festa ha lo scopo di animare il centro storico di Ravenna e arricchirne l'offerta turistica.**

Con MADRA si vuole offrire ai cittadini, ai visitatori, ai consumatori, ai turisti l'opportunità di scoprire e trovare prodotti agricoli locali, sani, freschi, buoni, a prezzi contenuti e agli agricoltori l'opportunità di far conoscere e apprezzare i loro prodotti, stagionali di prossimità, con la possibilità di integrare i loro redditi.

Altro obiettivo è quello di creare un evento che possa attrarre visitatori anche in periodi di bassa stagione turistica.

## DESCRIZIONE DELLA MANIFESTAZIONE

**La manifestazione si presenta come un contenitore di momenti diversi.**

L'evento-clou è rappresentato dalla fiera-mercato agricola. Accanto si terranno degustazioni, animazioni, spettacolo e dibattiti a tema.

I pubblici esercizi potranno essere aperti e concorreranno a rendere piacevole l'accoglienza del pubblico. I turisti avranno un motivo in più per visitare Ravenna.

### A) LA MOSTRAMERCATO DEGLI AGRICOLTORI

Percorso di bancarelle con i prodotti del territorio nel centro cittadino di Ravenna.

**Raccolta delle adesioni:** l'adesione degli agricoltori alla manifestazione avviene tramite le rispettive Associazioni di categoria. Si prevedono circa 50 aziende agricole, le quali hanno dato la loro adesione già nella scorsa edizione.

**Spazi e costi:** ad ogni espositore è assegnato uno spazio per l'esposizione e la vendita dei prodotti.

I banchi sono forniti alle aziende agricole aderenti, in comodato d'uso a titolo gratuito per tutta la durata dell'evento (con restituzione a conclusione dell'iniziativa) o per ogni singolo appuntamento con montaggio e smontaggio del banco a cura di Tuttifrutti.

Ogni agricoltore-espositore provvede ogni volta a montare e smontare la sua struttura nella piazzola assegnata.

La piazzola sotto al portico è assegnata con sorteggio. Ogni Azienda Agricola partecipa alle spese con la cifra simbolica di € 30,00+IVA per ogni mercato domenicale. Se l'agricoltore intende chiedere spazi e strutture in più rispetto a quelle disponibili, è chiamato a versare una somma di €. 10,00+IVA per ogni banco aggiuntivo. L'eventuale possibilità di allacciamento al consumo elettrico è a carico degli espositori.

### B) IL BUONO DELLA TERRA AL RISTORANTE

Degustazione di cibi e vini con i prodotti di Madra.

**Ristoranti del Centro Storico:** i ristoranti del centro storico che aderiscono all'iniziativa acquistano e utilizzano i prodotti di Madra per la preparazione delle proprie ricette. Nell'ultima edizione erano 12 i ristoranti aderenti.

### C) BAR E BOTTEGHE DEL CENTRO STORICO

**C1) La colazione, l'aperitivo e la merenda del contadino:** i bar del centro storico che aderiscono all'iniziativa, propongono banchi a buffet per la colazione del mattino e la merenda del pomeriggio con prodotti di Madra

**C2) Il contadino fa sapere quanto è buono il formaggio con le pere:** alcune botteghe del centro storico propongono prodotti Madra in vendita e in degustazione.

### D) GLI INCONTRI CULTURALI

Sono programmati incontri a tema sui prodotti del territorio con il coinvolgimento di operatori e cittadini

**Incontri a tema:** giornalisti, scrittori, docenti, intellettuali, amministratori pubblici ed esperti del mondo agricolo ed enogastronomico sono chiamati ad illustrare i prodotti del territorio e a confrontarsi sulle scelte per la loro migliore valorizzazione.

#### E) ANIMAZIONI E SPETTACOLI

**Momenti di festa:** sulle vie e le piazze del centro sono organizzati momenti d'intrattenimento per le famiglie e per i bambini. Il programma da definire va dai burattini agli artisti di strada, dagli street dancers alle bande musicali, dai cantanti pop e rock ai gruppi jazz.

#### F) EVENTI IN PROVINCIA

**Collaborazioni:** Madra potrà partecipare (come formato) ad altri eventi in altre località della provincia di Ravenna, secondo modalità da definire di volta in volta (per esempio alla festa "Sapore di Sale" a Cervia, o alle feste delle ProLoco di Marina di Ravenna in estate o altre attività promosse da enti del territorio).

#### G) LA BIRRA DELLA DOMENICA

**Le birre artigianali del territorio e i prodotti Madra:** alcune botteghe e/o bar del Centro Storico allestiranno un banco con l'esposizione e la vendita di prodotti reperiti da Madra e proporranno l'abbinamento con birre artigianali del nostro territorio.

L'ultima domenica di aprile potrà diventare la domenica della Birra Artigianale con l'allestimento di uno spazio in Piazza Garibaldi (Ipotesi di titolo "La Birra del Dì di Festa" oppure "La Birra della Domenica").

#### H) I GIARDINI DI MAGGIO

In alcuni giardini del centro di privati e di aree monumentali, nella domenica di maggio sono organizzati **assaggi di vino e prodotti alimentari** del territorio in collaborazione con GiovinBacco e con i produttori.

#### I) LA BANCARELLA PIÙ BELLA

Il pubblico vota la miglior esposizione tra le bancarelle e formula una dedica. I visitatori di Madra ricevono un coupon per esprimere la loro preferenza sull'allestimento ed esposizione dei prodotti su ogni singola bancarella e scrivere una dedica.

A chi riceve la preferenza del pubblico, è consegnato un attestato da incorniciare.

Un attestato viene consegnato anche a chi avrà scritto la dedica migliore (valutata da una giuria).

#### L) LO SPUNTINO E I GIARDINI

**Lo spuntino e i Giardini Pensili del Palazzo della Provincia:** in alcune domeniche di Madra il porticato di Piazza San Francesco e i giardini pensili dell'adiacente Palazzo della Provincia diventano teatro e occasione per uno spuntino pomeridiano con i prodotti Madra e per una visita culturale, in collaborazione con un'attività commerciale del Centro Storico e con la Fondazione RavennAntica (che abbinerà allo spuntino l'ingresso alla Cripta Rasponi e ai Giardini Pensili del Palazzo della Provincia).

#### COMUNICAZIONE

La comunicazione dell'evento MADRA è curata da Tuttifrutti Agenzia di Pubblicità Ravenna, specializzata nella promozione di manifestazioni a carattere culturale ed enogastronomico. (GiovinBacco. Sangiovese in Festa a Ravenna; l'immagine della Festa Artusiana di Forlimpopoli; l'Accoglienza dei crocieristi al terminal di Porto Corsini; Sapore di Sale a Cervia e Madra).

La comunicazione sarà articolata in due fasi: fase di lancio, fase di mantenimento

**Per la campagna di lancio:** a) campagna pubblicitaria con manifesti; annunci radio; annunci stampa; annunci web; locandina; cartolina con il programma; ufficio stampa b) sito web

**Per il mantenimento:** annunci radio; annunci stampa; cartoline; ufficio stampa.

#### PACCHETTI TURISTICI

In collaborazione con Ravenna Incoming sono realizzati e proposti pacchetti turistici per i weekend Madra, utilizzando la rete di comunicazione di Ravenna Incoming e il sito di [madraravenna.it](http://madraravenna.it)

Inoltre saranno attivati i link da tutti i siti istituzionali.