

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:

SAPORE DI SALE 2014

Breve sintesi/descrizione della iniziativa:

Stand in cui i panificatori e fornai associati prepareranno prodotti tipici con il Sale di Cervia per far conoscere prodotti e tradizioni locali

2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

Ascom Servizi srl

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)

Settembre 2013 - Cervia

4 OBIETTIVI DEL PROGETTO

far conoscere ai cittadini ed ai turisti le tipicità del territorio, utilizzando esclusivamente prodotti della nostra tradizione locale.

esplicitando in particolare:

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

Le aziende che partecipano provengono prevalentemente da Ravenna e Cervia. Si prevede un significativa affluenza di pubblico trattandosi di un mese con una importante presenza turistica ne conseguirà un forte riscontro di immagine che si estenderà ben oltre i confini provinciali.

4.2 Prodotti e/o servizi che si intende realizzare

Cervia è una delle città storiche del sale, con un'importante estrazione e produzione salinaia. Il Sale di Cervia è un prodotto particolarmente pregiato ed è diventato presidio Slow Food. L'Oro Bianco è parte della tradizione e dell'attualità di Cervia e così la città ogni anno diventa teatro ospitale e piacevole della manifestazione "Sapore di Sale". L'edizione 2013 prosegue il cammino avviato nel 2008 per dare al Sale di Cervia più visibilità ed attrattiva. Anche quest'anno la cultura del sale fa da protagonista nelle sue declinazioni storiche, gastronomiche, artistiche, ambientali e salutistiche.

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

Comune di Cervia, CCIAA di Ravenna, Confcommercio Provincia di Ravenna, Sindacato panificatori Artigiani

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

Direttamente le aziende coinvolte nello stand organizzato da Confcommercio Ravenna saranno alcune decine; diverse decine le imprese che parteciperanno alla manifestazione. Non sono invece quantificabili ma saranno numerose le imprese che beneficeranno indirettamente della grande affluenza di pubblico.

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

ALLEGATO A/2014 RELAZIONE DESCRITTIVA

Promozione dei prodotti che utilizzano il sale di Cervia e degli altri prodotti enogastronomici locali. Nelle giornate di svolgimento della manifestazione tutte le attività del centro storico compresi ristoranti e pubblici esercizi nonché gli alberghi trarranno vantaggio dall'elevato afflusso di visitatori che giungono a Cervia. Per non parlare dell'effetto duraturo costituito dal guadagno di immagine.

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

Le aziende artigiane locali, le attività della zona del passeggio Cervese richiameranno turisti per il week-end e contribuiranno alla divulgazione immagine positiva sia della località che delle sue tradizioni gastronomiche.

5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

5.1 Progettazione e analisi del contesto

Ascom Servizi srl si avvarrà del know-how maturato nelle precedenti esperienze che hanno portato la manifestazione all'ottimo riscontro delle ultime edizioni.

5.2 Fasi della realizzazione del progetto

"Sapore di Sale 2014" si svolgerà per il sindacato panificatori della provincia di Ravenna nel settembre 2014 e sarà presente con uno stand dove i fornai prepareranno gustose focacce farcite e non, preparate con il Sale di Cervia.

Con l'adesione a questo importante appuntamento, il sindacato continua nel suo percorso di far conoscere ai cittadini ed ai turisti le tipicità del territorio, utilizzando esclusivamente prodotti della nostra tradizione locale.

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

Affissione di poster, brochure, locandine, inserzioni nei maggiori quotidiani, spot radiofonici. Presentazione manifestazione nel corso di una conferenza stampa alla presenza delle autorità.

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

Affluenza di pubblico, vendite effettuate presso i gazebo

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

Non presenti

Ravenna, 20/02/2014

firma del legale rappresentante
(documento firmato digitalmente)
Giorgio Guberti