

# ALLEGATO A/2016 RELAZIONE DESCRITTIVA

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

## 1 TITOLO DEL PROGETTO/INIZIATIVA:

### CAPPELLETTI MADE IN RAVENNA

#### Breve sintesi/descrizione della iniziativa:

Un evento culinario interamente dedicato ad uno dei brand più importanti della nostra tradizione: il cappelletto. Il simbolo della pasta fresca romagnola sarà preparato da ristoratori locali coinvolti dalle associazioni di categoria Confesercenti e Confcommercio.

La manifestazione vuole dare protagonismo alla ristorazione locale ed ai nostri prodotti del territorio, sfruttando il trend crescente delle manifestazioni dedicate allo street food: per un week end anche il cappelletto diventerà cibo di strada.

## 2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

SICOT 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)

Ravenna Piazza del Popolo

2° oppure 3° week end di maggio 2016

## 4 OBIETTIVI DEL PROGETTO

Affermare il cappelletto come piatto della tradizione enogastronomica ravennate e valorizzare la qualità della ristorazione di Ravenna soprattutto come leva motivazionale per il turismo nella città d'arte.

esplicitando in particolare:

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

Nazionale

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

Stand di ristoratori in piazza del Popolo, abbiamo per ora ipotizzato il coinvolgimento di 10/12 ristoratori, che preparano il cappelletto.

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

Camera di Commercio

Comune di Ravenna

Confesercenti e Confcommercio

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

10/12 ristoranti

2/3 aziende per l'allestimento della piazza

1 agenzia per la comunicazione ed il coordinamento nella realizzazione dell'iniziativa

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

Sarebbe il primo evento di piazza organizzato direttamente per i ristoratori di Ravenna e patrocinato da entrambe le Associazioni di categoria che rappresentano il commercio.

Pensiamo inoltre che possa essere un'opportunità per caratterizzarci attraverso il cappelletto e la comunicazione che ne conseguirà dalla manifestazione, come territorio dalle forti tradizioni culinarie legate in particolare alla pasta fresca.

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

## **ALLEGATO A/2016 RELAZIONE DESCRITTIVA**

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

Oltre alla visibilità delle imprese coinvolte si valorizza un prodotto specifico, ben consapevoli che sempre più il turista quando decide una destinazione tiene in considerazione la cultura enogastronomica del territorio.

Inoltre un evento di questo genere in centro storico si propone di attirare un discreto numero di persone con una ricaduta sicuramente positiva anche per le altre attività artigianali, commerciali e di somministrazione del centro.

### **5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE**

#### **5.1** Progettazione e analisi del contesto

Studio del nome e del logo della manifestazione

Progettazione organizzazione degli spazi della piazza

#### **5.2** Fasi della realizzazione del progetto

Coinvolgimento dei ristoratori che prevalentemente propongono cucina tradizionale

Definizione delle modalità di adesione alla manifestazione

Definizione della campagna di comunicazione

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

Campagna di comunicazione tramite web, radio, spazi pubblicitari, affissioni ed inserimento nel calendario eventi dell'Ufficio Turismo

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

Numero di ristoratori coinvolti

Numero di visitatori alla manifestazione

Verificare eventualmente se la manifestazione ha favorito pernottamenti e altre ricadute economiche sulla rete commerciale del centro

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

Luogo e data

Ravenna, 26 febbraio 2016

firma del legale rappresentante  
(documento firmato digitalmente)

*Roberto Lucchi*