

ALLEGATO A/2018 RELAZIONE DESCRITTIVA (Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

1 TITOLO DEL PROGETTO/INIZIATIVA:

CAPPELLETTI MADE IN RAVENNA

Descrizione sintetica della iniziativa:

Evento gastronomico interamente dedicato alla promozione del cappelletto, uno dei brand più importanti e caratteristici della tradizione culinaria ravennate. La manifestazione, giunta alla terza edizione con un crescendo di partecipazione, intende promuovere questa peculiarità in ottica di integrazione dell'offerta turistica enogastronomica del territorio, e sarà preparato da ristoratori locali coinvolti dalle associazioni di categoria Confesercenti e Confcommercio.

La manifestazione vuole porre l'attenzione sull'eccellenza della ristorazione locale e dei nostri prodotti territoriali, coniugando l'offerta artistica e culturale della città al turismo esperienziale legato alla gastronomia locale.

2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

SICOT SRL

3 PERIODO E LUOGO DI SVOLGIMENTO (l'iniziativa dovrà essere conclusa e rendicontata entro il 31 marzo 2019)

Luogo di svolgimento:

Ravenna, Piazza J.F. Kennedy – Piazza del Popolo

Data di avvio e termine della iniziativa:

11-12-13 maggio 2018

4 OBIETTIVI DEL PROGETTO

Riaffermare l'eccellenza gastronomica del cappelletto come elemento qualificante e distintivo sia dell'offerta turistica del territorio che della cultura enogastronomica locale, e valorizzare al contempo la qualità della ristorazione ravennate in chiave motivazionale per il turismo nella città d'arte.

esplicitando in particolare:

4.1 Ambito/i di intervento del progetto presentato in riferimento all'art. 2 del bando:

- attività d'informazione economica e assistenza tecnica alla creazione di imprese e start up, incluso il passaggio generazionale;
- informazione, formazione, supporto organizzativo e assistenza alle piccole e medie imprese per la preparazione ai mercati internazionali, con esclusione delle attività promozionali direttamente svolte all'estero;
- valorizzazione del patrimonio artistico e culturale;
- sviluppo e promozione dell'intera filiera del turismo;
- iniziative per la tutela ambientale nonché supporto alle piccole e medie imprese per lo sviluppo e il miglioramento delle conoscenze e delle condizioni ambientali;
- iniziative e progetti di orientamento al lavoro e alle professioni, alternanza scuola-lavoro;

ALLEGATO A/2018 RELAZIONE DESCRITTIVA (Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

- informazione e assistenza alle imprese sulla sicurezza, conformità, norme tecniche e legalità dei prodotti per la tutela del consumatore;
- sviluppo della cultura digitale, della digitalizzazione e del web marketing;
- qualificazione aziendale e dei prodotti, anche attraverso progetti di assistenza e benchmarking.

4.2 Motivazioni del richiamo ad uno o più ambiti di intervento di cui all'art. 2 del bando

- valorizzazione del patrimonio artistico e culturale: in quanto anche la tradizione enogastronomia è un elemento di valore culturale facente parte del patrimonio territoriale.

- sviluppo e promozione dell'intera filiera del turismo: in quanto è sempre più rilevante, nella domanda turistica, la componente esperienziale che chiama in causa l'intero patrimonio, sia materiale che immateriale, di un territorio. In questo senso la diversificazione dell'offerta e la possibilità di rivolgersi a pubblici e nicchie differenti rappresenta un vantaggio competitivo e di sinergia fra le diverse accezioni del turismo.

4.3 Dimensione territoriale del progetto/iniziativa:

- locale/provinciale nazionale internazionale

4.4 Elementi per l'identificazione della dimensione territoriale dell'impatto del progetto/iniziativa

Prodotto già pubblicizzato all'interno delle fiere internazionali come parte integrante dell'offerta turistica locale. Il periodo di svolgimento inoltre, collocandosi in un momento d'intensa presenza turistica, funge da propagatore e da rafforzatore per il brand territoriale.

4.5 Prodotti e/o servizi/iniziative che si intende realizzare

Stand di promozione, produzione e somministrazione del cappelletto in Piazza J. F. Kennedy, con il coinvolgimento di 11 ristoratori locali che si distinguono per la produzione artigianale e manuale del cappelletto. Area della manifestazione caratterizzata dalla presenza di espositori di prodotti appartenenti alla filiera produttiva del cappelletto (Parmigiano Reggiano, formaggi freschi, farine).

Presenza di uno stand di un operatore mosaicista in Piazza del Popolo, che promuova una serie di laboratori di mosaico relativi all'iconografia del cappelletto, e che costituita una trade union fra le due piazze.

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

Soggetti Pubblici

Camera di Commercio

Comune di Ravenna

Soggetti Privati

Confesercenti

Confcommercio

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

ALLEGATO A/2018 RELAZIONE DESCRITTIVA (Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

11 ristoranti

3 aziende per l'impianistica, la logistica e l'allestimento della piazza

4/5 aziende di fornitura di beni

4/5 pubblici esercizi limitrofi all'evento che usufruiscano dell'indotto della stessa

3 aziende espositrici di prodotti appartenenti alla filiera produttiva del cappelletto

3 aziende pubblicitarie ed editoriali

1 emittente radiofonica

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

4.8 Modalità di coinvolgimento delle imprese nell'ambito del progetto/iniziativa

Selezione delle imprese di ristorazione partecipanti in base alle modalità di produzione del cappelletto, il quale deve essere di natura artigianale e con gli elementi distintivi del "Cappelletto alla Ravennate"

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

Coinvolgimento di 11 ristoratori dell'eccellenza locale, i quali possano promuoversi sia in piazza che nei rispetti locali.

Affermazione del prodotto tipico locale quale elemento distintivo e qualitativo dell'offerta turistica e gastronomica del territorio. L'evento è inoltre trainante per tutte le attività commerciali, artigianali e di somministrazione del Centro Storico, in quanto di richiamo per una clientela ampia.

4.10 Ricadute positive previste sull'economia e sulla promozione del territorio di riferimento

Compendiare la tradizionale offerta turistica della Città d'Arte con un'offerta di tipo gastronomica che fa della tipicità e della peculiarità del prodotto "cappelletto" un elemento distintivo e sempre più rilevante nelle opzioni di scelta di un turista, motivato da fattori esperienziali legati alla cultura e alla storia, in ogni sua declinazione, del territorio.

5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

5.1 Progettazione e analisi del contesto

Riproposizione del nome e del logo della manifestazione, ormai divenuto nel tempo un fattore di riconoscibilità e di richiamo all'eccellenza del prodotto

Progettazione ed organizzazione degli spazi della piazza

Progettazione della comunicazione in ottica di promozione del prodotto

Promozione del brand nelle Fiere turistiche internazionali quale componente integrante dell'offerta turistica della città

5.2 Fasi della realizzazione del progetto

- Progettazione dell'iniziativa e budget previsionale della stessa
- Organizzazione previsionale degli spazi della Piazza Kennedy

ALLEGATO A/2018 RELAZIONE DESCRITTIVA (Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

- Coinvolgimento dei ristoratori ;
- Selezione degli 11 ristoratori in base alla prevalenza di cucina tradizionale ;
- Definizione delle modalità di adesione alla manifestazione
- Definizione del brand della manifestazione e relativa campagna di comunicazione
- Allestimento delle strutture della manifestazione

5.3 Promozione/comunicazione (descrivere le azioni promozionali previste anche in merito alla evidenza del sostegno camerale di cui all'art. 10 del bando)

Promozione tramite campagna web sui social networks

Promozione tramite affissioni di n° 4 poster metri 6x3

Promozione tramite n° 8000 pieghevoli cartacei in italiano

Promozione tramite n° 100 pieghevoli cartacei in inglese per la distribuzione negli hotels

Promozione tramite radio

Promozione tramite banner sui siti d'informazione online

Promozione tramite redazionali sulle testate d'informazione

Promozione tramite inserimento nel calendario eventi dell'Ufficio Turismo

Promozione tramite web page dedicata - <http://www.festadelcappelletto.it/>

5.4 Valutazione dei risultati (metodologie che si intende utilizzare ai fini della valutazione qualitativa e quantitativa dei risultati).

Affluenza alla manifestazione e numero di porzioni servite

Numero di ristoratori coinvolti

Eventuale verifica sulla componente enogastronomica fra i fattori di scelta del turista che visita il nostro territorio.

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

...

Ravenna, 5 giugno 2018

firma del legale rappresentante
(documento firmato digitalmente)
Roberto Lucchi