

# 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:

Mappa dei tesori enogastronomici della provincia di Ravenna: per turisti curiosi e golosi

### Descrizione sintetica della iniziativa:

Mappatura delle più significative offerte dell'enogastronomia della nostra provincia, geolocalizzazione delle aziende e divulgazione della conoscenza delle nostre tradizioni e produzioni tipiche. Possibilità di interazione con gli utenti/clienti, anche grazie a portale web, social e concorso, che vedono la possibilità, per chi valuta e condivide le proprie 'scoperte' sul territorio, di vincere premi anch'essi legati alle nostre tradizioni ed al nostro territorio.

Un progetto, tra l'altro, destinato ad essere avviato alla fine della stagione estiva, per contribuire alla destagionalizzazione dell'offerta turistica e dell'incoming.

## 2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

Confartigianato della provincia di Ravenna

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

### Luogo di svolgimento:

Il progetto prevede una serie di azioni che possono interessare tutto il territorio della provincia di Ravenna, nonché azioni sul web e tramite gli organi di informazione

### Data di avvio e termine della iniziativa:

AGOSTO 2018 – MARZO 2019

## 4 OBIETTIVI DEL PROGETTO

Lo scopo è quello di realizzare una vera e propria 'mappa dei tesori' delle peculiarità enogastronomiche del nostro territorio, indicando la posizione delle aziende aderenti, dando la possibilità di lasciare una propria valutazione generale sull'esperienza vissuta e incentivando gli utenti a scoprirne sempre di nuove. Un circolo virtuoso composto, quindi, da storytelling, informazione e divulgazione, facilitazione della fruizione, possibilità di vincere prodotti e oggetti legati per tradizione e realizzazione esclusivamente alla nostra terra. Inoltre, grazie alla creazione del gruppo e all'interazione con i consulenti in web marketing e social media, le aziende aderenti potranno conoscere ed approfondire la conoscenza rispetto all'utilizzo di questi strumenti digitali necessari ad intercettare l'utenza a livello globale.

### 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;

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

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

sviluppo e promozione dell'intera filiera del turismo;

iniziative per la tutela ambientale nonche' 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;

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

*Le azioni previste per questo progetto sono strettamente legate all'obiettivo di incentivare il turismo, la destagionalizzazione, legando questo alla promozione delle peculiarità inarrivabili delle nostre tradizioni (piadina, gelateria, pasta, lavorazione e stagionatura delle carni, molini). D'altronde il cibo e la conoscenza delle tradizioni dei singoli territori (ed il nostro è uno dei più fortunati, da questo punto di vista) è sempre di più all'attenzione di turisti o possibili turisti. Il progetto, che prevede il portale/mappa di geolocalizzazione realizzato anche in lingua inglese, garantisce la possibilità di intercettare l'interesse di possibili utenti anche a livello internazionale.*

### 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

*Il progetto coinvolge aziende della Provincia di Ravenna del settore enogastronomia.*

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

*Realizzazione del portale/mappa (che rimarrà attivo ed aggiornato anche una volta esaurito il periodo temporale della prima fase), concorso a premi per gli utenti/fruitori (che durerà almeno tre mesi nel periodo autunnale) realizzazione del materiale e dei gadget per riconoscere gli esercizi partecipanti, pubblicizzazione/divulgazione dell'iniziativa sui media tradizionali (carta stampata, emittenti radiofoniche) e digitali (web tv, social)..*

*Iniziative rivolte alla conoscenza ed utilizzo di queste nuove tecnologie ed i social media per promuovere e gestire l'impresa per le aziende aderenti, ed affiancamento per la realizzazione delle presentazioni dei partecipanti.*

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

#### Soggetti Pubblici

*Al momento della compilazione della presente modulistica non si è in grado di specificare i soggetti pubblici, istituzionali ed economici che possano essere coinvolti come partner in alcune specifiche iniziative, anche se è presumibile, per l'ampiezza ed eterogeneità del progetto, che alcuni soggetti possano essere coinvolti.*

#### Soggetti Privati

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

*Al momento della compilazione della presente modulistica i soggetti privati partner sono previsti tra gli organi di stampa tradizionali e digitali, nonché aziende produttrici di artigianato artistico legato alle tipicità del territorio.*

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

*L'iniziativa è aperta a tutte le imprese interessate. Il progetto, per la sua articolazione e per le varie iniziative previste, può coinvolgere potenzialmente molte delle imprese del settore enogastronomia in ambito provinciale.*

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

*La possibilità di entrare a far parte delle aziende della 'mappa' sarà pubblicizzata sui mass media locali e tramite gli organi di informazione dell'Associazione (stampa, social, sito web, app) che hanno anche una visibilità pubblica consolidata. Tutte le imprese interessate, che rientreranno nei canoni previsti dal capitolato, potranno partecipare all'evento.*

*Il contributo camerale non inciderà sulle eventuali quote pagate dai partecipanti alle iniziative ove previsto un ticket di partecipazione.*

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

*Questa iniziativa porterà ad una maggiore conoscenza della nostra offerta enogastronomica, ne faciliterà la fruizione grazie alla presentazione delle singole aziende ed alla loro geolocalizzazione, incentiverà turisti e residenti a conoscere nuove proposte grazie allo storytelling, al concorso ed alla valutazione dei clienti che già vi si sono rivolti.*

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

*Sono previste ricadute positive per il sistema economico ravennate dovute alla crescita della conoscenza delle nostre produzioni, tradizioni, realtà aziendali. Non sono, però, una semplice ricaduta economica per un maggior fatturato delle aziende partecipanti, ma anche una maggiore attrattività del territorio, possibilità di impegnare il proprio tempo libero anche al di là della stagione estiva 'scoprendo' parti della nostra provincia mai prima considerate. L'obiettivo è, naturalmente, anche fare in modo che, grazie all'accrescimento dell'offerta di possibilità, vi sia un maggior numero di pernottamenti e di arrivi.*

**5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE**

**5.1 Progettazione e analisi del contesto**

*Vincere il 'rumore di fondo' della comunicazione, spesso molto alto, comporta costi ed investimenti troppo alti per le piccole imprese. Un portale/mappa come questo, mettendo insieme decine e centinaia di piccole aziende, offre la possibilità di comunicare meglio e di oltrepassare questo limite.*

**5.2 Fasi della realizzazione del progetto**

*Coinvolgimento delle aziende potenzialmente interessate, acquisizione delle informazioni su posizione, prodotti, storia, peculiarità, immagine, creazione dei materiali necessari alla*

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

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

*riconoscibilità delle aziende, definizione delle strategie comunicative e relative al concorso, varo della campagna stampa/web/social*

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

*Il contributo camerale è sempre in estrema evidenza durante la pubblicizzazione di tutte le iniziative attraverso i vari canali comunicativi.*

*In ogni comunicazione viene sempre citato il contributo della Camera di Commercio anche con l'apposizione del logo. Altrettanto risalto al contributo camerale viene dato in fase di report sugli organi di stampa delle varie iniziative di contorno.*

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

*La partecipazione ed il coinvolgimento di imprenditori, addetti, e privati cittadini alle varie iniziative sarà un indubbio metodo di valutazione del progetto.*

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

Ravenna, 7 giugno 2018

**firma del legale rappresentante  
(documento firmato digitalmente)  
Riccardo Caroli**