

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

1 TITOLO DEL PROGETTO/INIZIATIVA:

SEMPRE CONNESSI CON RAVENNA 2019

Descrizione sintetica della iniziativa:

Il progetto propone un metodo innovativo ed efficace per promuovere l'offerta turistica (partecipando ad eventi internazionali e nazionali fuori dalla regione) della città di Ravenna, della costa e dell'entroterra ravennate con l'obiettivo di far corrispondere alla qualità delle attività ritorni economici adeguati. **Per essere sempre connessi con Ravenna, il progetto propone una forma di turismo "lento"** per vivere una vacanza o un soggiorno motivati dalla ricerca di autenticità, esperienze vere, attraverso attività che invitino il viaggiatore/turista a un ritmo di vita meno frenetico, ossia "lento". Una forma di turismo che valorizzi **il paesaggio, le culture e le produzioni locali** sia come base per la differenziazione dell'offerta sia come specifica modalità di **fruizione eco-turistica del territorio ravennate** attraverso il ricorso alla mobilità dolce (mountain bike, cavallo, trekking).

2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

Ascom Servizi srl

3 PERIODO E LUOGO DI SVOLGIMENTO (l'iniziativa dovrà essere conclusa e rendicontata entro il 31 marzo 2020)

Luogo di svolgimento:

Il progetto prevede anche l'organizzazione di eventi promozionali fuori dalla Regione Emilia-Romagna.

Data di avvio e termine della iniziativa:

Periodo autunno-inverno 2019

4 OBIETTIVI DEL PROGETTO

Lo scopo del progetto consiste nell'attrarre il flusso di turisti da altre regioni italiane e dall'estero, elaborando un'offerta turistica multifunzionale tesa a promuovere il territorio ravennate, comprese le piccole località, in tutte le sue sfaccettature portando il turista a non fare "solo" una vacanza, ma un percorso che porti il viaggiatore stesso a "tornare a casa" con un bagaglio culturale arricchito.

Offrire prodotti e servizi non standardizzati e in grado di esaltare le specificità dei luoghi, rimarcando all'ospite che non potrebbe essere ovunque ma proprio in quel luogo, con le sue peculiarità ed eccellenze.

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/2019 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 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;
- 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

Sviluppo e promozione dell'intera filiera del turismo, valorizzazione del patrimonio artistico e culturale e qualificazione aziendale: con questo metodo innovativo di marketing di offerta turistica si promuove l'intero territorio ravennate, dal litorale al nostro centro storico, e di conseguenza non solo il divertimento e le spiagge, ma anche la nostra cultura e le nostre bellezze architettoniche, oltre alle tipicità dell'entroterra. Con tale operazione si vuole dunque promuovere Ravenna e al tempo stesso farla conoscere con l'obiettivo di qualificare tale città, nel suo insieme.

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

Nazionale/Internazionale: Il progetto consiste nel partecipare ad eventi internazionali e nazionali fuori dalla regione Emilia-Romagna con l'obiettivo di promuovere e far conoscere Ravenna a 360°.

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

Un progetto di marketing turistico-territoriale che assume come elemento centrale strategico il collegamento e il confronto con altre località e regioni italiane con l'intento ideale di portare nella nostra città, nelle località balneari e nel suo meraviglioso entroterra, un alto numero di turisti. Un nuovo segmento di mercato sulla cui onda potrebbero nascere: un'offerta specializzata, siti internet, guide turistiche, forum di discussione e servizi su misura.

Gli obiettivi, i contenuti e le finalità del progetto saranno realizzati attraverso incontri, conferenze stampa, giornate seminariali e workshop: la conferma di un Territorio (il nostro) che riesce a coniugare emozioni e tradizioni attraverso la realizzazione di buone pratiche strutturate in maniera tale da soddisfare la sempre crescente attenzione del cliente/turista/ospite finale nell'ottenere un prodotto "su misura" e di alta qualità che rispetti e contenga standard emozionali elevati.

Valorizzare l'offerta turistica autunno-inverno nel territorio ravennate al fine che non siano più considerate „basse stagioni“ ma protagoniste di un turismo che sia un'esperienza di vita a contatto con l'identità e le risorse di tutto il territorio,

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

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

Soggetti Pubblici

- Comune – Provincia – CCIAA
- Istituzioni scolastiche

Soggetti Privati

- Associazioni culturali, ricreative e sportive
- Stake holder, Agenzie Viaggi, Tour operator
- Giornalisti e opinion leader Televisioni nazionali e locali

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

** Tutte le attività che rientrano nella nuova filiera del “Sistema Territorio”: Agricoltura-Turismo-Ambiente

** Piccole e medie imprese del Commercio, Agricoltura, Turismo: imprese agricole, turistiche, dell’ambiente e cultura del territorio ravennate, alberghi, pubblici esercizi, mosaicisti, etc.

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

Il coinvolgimento si realizzerà attraverso incontri-workshop produttivi per organizzare un team coeso che parteciperà agli eventi nazionali per promuovere il progetto e con esso promuovere Ravenna.

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

Il progetto intende promuovere il Territorio attirando il flusso di turisti da altre regioni italiane e dall’estero, elaborando un’offerta di soggiorni con l’obiettivo di far anche visitare e conoscere le nostre località minori e promuovere manifestazioni che dovessero coincidere per periodo e/o località. Con l’intento anche di far conoscere i nostri prodotti eno-gastronomici.

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

Il progetto punta al raggiungimento dei seguenti obiettivi strategici ed operativi:

Creare un percorso che, partendo da diverse regioni italiane e non solo, raggiunga la nostra città facendo di Ravenna un vero e proprio brand. Un pacchetto turistico di viaggio in cui il brand Ravenna diventa un’esperienza di conoscenza e che raggiunga a livello di promozione un effetto di ricaduta su tutto il territorio circostante meno conosciuto.

Creare un pacchetto turistico di soggiorno supportato da tutti i dati relativi alle possibili sistemazioni logistiche, ai servizi di guida, entrata ai musei, parchi di divertimento, stabilimenti balneari.

Instaurare un dialogo, a medio-lungo termine, attraverso i social network per rafforzare l’identità del brand e targetizzare con molta precisione le proprie campagne, quindi differenziando l’offerta.

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

Rafforzare l'intreccio tra prodotti agricoli biologici di qualità, l'ambiente, l'arte, la cultura, le tradizioni e creare una comunicazione qualificata ed efficace.

Formare gruppi imprenditoriali che cooperino con l'ente pubblico per la creazione del "pacchetto territorio".

Aumentare il flusso di turisti e, al tempo stesso, consolidarlo attraverso la fidelizzazione; con la conseguenza di aumentare il beneficio dal punto di vista economico - monetario dell'intera provincia di Ravenna con tutte le sue attività economiche.

5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

5.1 Progettazione e analisi del contesto

E' un dato statistico che il consumatore attuale è sempre meno portato ad accettare prodotti senza identità e la proposta di utilizzare itinerari di antica memoria per raggiungere Ravenna è sicuramente una risposta nel segno della qualità, dell'innovazione e della sostenibilità, il tutto nel rispetto dei luoghi da cui si intende favorire il flusso turistico congiuntamente all'innalzamento qualitativo dell'offerta turistica nel suo complesso.

Il 2019 battezzato "anno del turismo lento" favorisce il progetto nelle sue forme di mobilità dolce per percorsi che portano a Ravenna, l'antica capitale bizantina che fu fulcro di intense identità storiche ed artistiche, oggi generosa di mosaici e ceramiche, mare e parchi naturali, festival culturali e feste gastronomiche. Città i cui dorati mosaici ridipingono l'ambiente e danno un profilo inconfondibile a questo territorio, configurandosi come zona costiera fortemente caratterizzata da centri urbani di grande rilievo storico e culturale. Una città che tuttavia non è rimasta immobile nella contemplazione del passato, ma che vive il presente con forte dinamismo e progetta il futuro accogliendo nuove ed ambiziose sfide, rivendicando quella centralità culturale ed artistica che le è storicamente propria.

5.2 Fasi della realizzazione del progetto

- _ contatto partecipanti
- _ incontri con imprenditori/operatori economici aderenti
- _ conferenza stampa
- _ giornate work-shop
- _ organizzazione delle varie fasi
- _ promozione e divulgazione

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

I target di riferimento del Progetto sono plurimi.

***Un target largo, con particolare attenzione alle famiglie con bambini e ad un pubblico delle fasce d'età centrali. Un target che ama la buona cucina e la convivialità data dalle tipicità enogastronomiche del Territorio.

***Un target giovane, proponendo offerte per gruppi e programmi specifici di più chiara impronta ricreativa.

***Un target specificatamente scolastico, con programmi culturali e didattici in quanto il nostro Territorio abbraccia il mare, l'arte, la natura, i parchi divertimento.

ALLEGATO A/2019 RELAZIONE DESCRITTIVA (Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

***Un target verde, rivolto ad un ospite che ha un buon potere d'acquisto, è attento ai particolari, tecnologicamente evoluto, con la passione per i sapori ed i ritmi slow. Un ospite desideroso di una vacanza su misura che privilegia l'aspetto ecologico ed il contatto con la natura ed opta per la cultura, lo sport o il relax e che a Ravenna troverà un'offerta "ad hoc" per appropriarsi della città organizzata con numerose piste ciclabili che, dal centro, consentono di raggiungere mete di grande interesse quali il parco Teodorico, il Planetario, il mare o la Basilica di Sant'Apollinare in Classe. Un turista che troverà nella pineta ravennate un'oasi di splendida bellezza naturalistica.

***Un target culturale, che vuol vivere la città attraverso le sue magnificenze artistiche.

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

A livello quantitativo un metro di misura sarà il numero di aziende partecipanti, mentre a livello qualitativo sarà la valutazione a fine progetto e la capacità di creare un circolo virtuoso a lungo termine; altre indicatore sarà anche l'eco a livello di carta stampata e non solo che ci sarà.

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

Nessuno

Ravenna, 11 marzo 2019

**firma del legale rappresentante
(documento firmato digitalmente)
*Mauro Mambelli***