

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

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

## 1 TITOLO DEL PROGETTO/INIZIATIVA:

VIP MASTER TENNIS anno 2019 – Svolgimento del torneo estivo e ospitalità dei personaggi partecipanti. .

### Descrizione sintetica della iniziativa:

Torneo estivo di tennis CHE con la partecipazione di personaggi del mondo dello sport e dello spettacolo e ospitalità dei personaggi è svolta per valorizzare il territorio e la località di Milano Marittima... . .

## 2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

S.S.D QUARK A R.L. . .

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

### Luogo di svolgimento:

.Milano Marittima presso il Circolo Tennis Via Jelena Gora n.7 . .

### Data di avvio e termine della iniziativa:

La manifestazione ha inizio il 12/07/2019 e si concluderà il 13/07/2019

## 4 OBIETTIVI DEL PROGETTO

La manifestazione è finalizzata alla promozione sia turistica del luogo in cui si svolge che dello sport, spettacolo con l'intervento di personaggi noti al pubblico . . .

### 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;
- 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;

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

- 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**  
E' un iniziativa finalizzata allo sviluppo e promozione turistica nonché dello sport, spettacolo e cultura con l'intervento di personaggi noti. . .

**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**

Iniziativa locale in grado di richiamare una forte presenza durante le serate di svolgimento di turisti ospiti nelle località e di numeroso pubblico a livello interprovinciale. L'impatto mediatico è da considerarsi a livello nazionale per la partecipazione di personaggi di fama nazionale e internazionale . .

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

Il progetto ruota attorno all'evento "sportivo" che consiste nella realizzazione di un torneo (dilettantistico) di tennis che con il coinvolgimento diretto ed indiretto di personaggi dello sport, spettacolo e cultura nonché la presenza di giornalisti ed operatori dello spettacolo a vario titolo e livello.

L'obiettivo è, attraverso la popolarità indiscussa dei personaggi coinvolti, di dare la più ampia visibilità alla località di Cervia – Milano Marittima e più in generale alla riviera ravennate e romagnola al fine di incrementare l'incoming turistico verso le località balneari. La presenza e la popolarità dei personaggi, che possiamo classificare dei VIP nei loro campi di attività, unitamente alla loro popolarità ed esposizione mediatica, conferisce un richiamo non solo ad un turismo di massa ma in grado di sensibilizzare una clientela di target medio alto in grado di consolidare il posizionamento di Milano Marittima, in particolare, fra le mete più "in" delle vacanze estive italiane. Né è la comprova la presenza di numerosi alberghi di qualità a 4 e 5 stelle nella località in grado di soddisfare una domanda di alta qualità a fianco delle consolidate strutture a tre e due stelle e pensioni a gestione familiare, tipiche della tradizione turistiche della costa romagnola. .

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

**Soggetti Pubblici**

Sono coinvolti come partner istituzionali in primis il Comune di Cervia, la Camera di Commercio (che ha collegato alle date del VIP Master la consegna del proprio premio ambiente fino all'edizione 2010) e la Provincia di Ravenna che patrocinano l'evento e lo promuovono all'interno di calendari di animazione turistica della costa durante il periodo estivo .collaborano indirettamente all'evento ed alla sua promozione APT servizi, Unione Prodotto Costa, i Club di prodotto e di singoli operatori turistici della località interessati

**Soggetti Privati**

Molte attività collegate alla manifestazione sono finanziate direttamente da interventi gratuiti di fornitori ed ospitalità alberghiera e di strutture ricettive (in parte) oltre che

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

attraverso il pagamento diretto delle forniture materiali da parte di aziende che da diverse edizioni sponsorizzano, sempre con maggiore entusiasmo la manifestazione e che costituiscono partner consolidati nella promozione della località. . .

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

Direttamente sono coinvolti gli alberghi più importanti di Milano marittima classificati 4 o 5 stelle, per il richiamo di numero personalità partecipanti. Più indirettamente tutte le strutture turistiche, alberghiere e di ristorazione possono ragionevolmente godere della diretta presenza di pubblico durante l'evento. Non trascurabile la presenza turistica e commerciale che può richiamare la promozione della località attraverso la manifestazione. . .

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

Le imprese sono coinvolte nella manifestazione in maniera attiva tramite l'esposizione e/o anche degustazione dei loro prodotti a tutti i partecipanti.. . . .

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

.Considerando la consolidata calendarizzazione della manifestazione, che si realizza nel mese di luglio da oramai diversi anni, è ragionevole registrare un duraturo impatto promozionale e commerciale positivo per la località di Cervia – Milano Marittima. Il VIP Master ha anche un'incidenza diretta fra le manifestazioni, in calendario nella riviera Romagnola, che più in generale contribuiscono, tutte insieme, a promuovere il turismo balneare e le località della costa.. . . .

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

I risultati sono da ricercarsi nell'incremento del flusso turistico e commerciale nella località con beneficio diretto per le imprese alberghiere e di ristorazione, più in generale, in via indiretta, di tutto l'indotto ad esse collegato.. . .

**5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE**

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

La progettazione segue un format oramai consolidato, dettato dalle fortunate edizioni precedenti. Il contesto rimane nell'ambito di una manifestazione estiva di promozione e animazione della località turistica di Milano Marittima e Cervia . . .

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

.Le fasi di realizzazione (oltre alle serate di svolgimento dell'evento) iniziano attraverso il contatto e le relazioni con i personaggi presenti alla manifestazione molti dei quali ricorrono altri che si alternano nelle diverse edizioni

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

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

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

In merito alla promozione dell'evento, l'azione mediatica viene esercitata sia in via diretta che indiretta in quanto notevole spazio è concesso liberamente dagli operatori televisivi e giornalisti generato dalla presenza di personaggi e volti noti dello sport e dello spettacolo. Si deve registrare l'ampio coinvolgimento della stampa locale e nazionale con le testate di riconosciuta diffusione e qualità con il Q.N. (Resto del Carlino), la Repubblica, La Voce, Il Corriere, Chi, Tutto, Stop, Sorrisi e Canzoni. Spazio mediatico è dato anche dalla presenza della televisione pubblica con RAI 1, RAI 3, (TGR), oltre ai prestigiosi ed importanti Network privati nazionali come Canale 5 ed Italia 1. Fissa oramai da diverse edizioni la presenza di Tele 1 Faenza che opera una diretta televisiva delle serate del Vip Master e spazi informativi nei propri notiziari giornalieri. . .

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

Le metodologie utilizzate riguardano principalmente il numero dei personaggi VIP presenti ogni anno in grande numero oltre che di riconosciuta notorietà ed attualità. Ciò denota che la partecipazione è sentita dagli stessi personaggi come promozione ed ulteriore occasione di visibilità. Tali presenze fanno registrare una consolidata partecipazione di pubblico e di interesse generale alla manifestazione che gode di un sempre crescente spazio mediatico concesso dai media locali e nazionali. . .

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

**Luogo e data Cervia 01/03/2019**

**firma del legale rappresentante  
(documento firmato digitalmente)  
*Mario Baldassari***