

ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

1 TITOLO DEL PROGETTO/INIZIATIVA:

Arte e Agricoltura: donne a confronto

Descrizione sintetica della iniziativa:

L'iniziativa Arte e Agricoltura: donne a confronto ha l'obiettivo di creare un contenitore di eventi, momenti di ritrovo, confronto e unione che mettono in sinergia imprenditrici agricole e artiste del territorio emiliano-romagnolo, con un particolare focus sulla provincia di Ravenna. Le imprenditrici agricole coinvolte saranno circa 10: ad una prima fase di racconto della propria storia imprenditoriale, né seguirà una seconda dove il racconto si trasformerà in arte. Due le ceramiche coinvolte che avranno il compito di ritrarre le imprenditrici, il loro prodotto e il territorio: le opere finali, poi, saranno esposte pubblicamente e si potrà scegliere se donarle alle imprenditrici stesse o in beneficenza ad associazioni impegnate contro la violenza sulle donne o a difesa dei diritti dell'infanzia.

All'interno di questo percorso artistico, verranno creati alcuni momenti di confronto e sinergia dei due mondi con l'obiettivo di far conoscere un prodotto nel pieno della sua stagionalità e il suo utilizzo nel mondo artistico (a puro titolo esemplificativo ne sono un esempio alcune tele dipinte con il vino, il vetro colorato con lo zafferano, ecc..). Anche in questo caso, le opere realizzate in diretta durante lo show, potranno essere donate ad un ente o associazione impegnata nel territorio locale. Ad ogni show, seguirà la degustazione di prodotti di stagione presentati e raccontati dall'imprenditrice agricola di riferimento in una location che metterà in risalto anche le bellezze del patrimonio artistico ravennate.

2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

Federazione Provinciale Coldiretti Ravenna

3 PERIODO E LUOGO DI SVOLGIMENTO (l'iniziativa dovrà essere conclusa e rendicontata entro il 31 marzo 2021)

Luogo di svolgimento:

Provincia di Ravenna

Data di avvio e termine della iniziativa:

Da luglio 2020 a marzo 2021

4 OBIETTIVI PREVENTIVATI DEL PROGETTO

Gli obiettivi che il progetto si pone sono molteplici:

- 1) Permettere alle imprenditrici agricole di compiere un percorso di crescita personale, raccontandosi e avendo la possibilità di vedersi rappresentate da altre donne che non fanno parte del proprio settore professionale.
- 2) Unire l'arte e l'agricoltura e metterle a disposizione del territorio, per far conoscere le sue peculiarità, i suoi punti di forza e le bellezze del patrimonio artistico e culturale romagnolo/ravennate.
- 3) Creare collaborazione e sinergia tra due comparti professionali anche in ottica di un futuro, reciproco appoggio e sostegno.

ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

- 4) Creare un network di piccole imprese del territorio che possano essere di esempio, ispirazione e sostegno per giovani e donne che vogliano intraprendere la carriera artistica e/o agricola.
- 5) Creare un network di aziende del territorio che collaboreranno in maniera continuativa generando valore per il territorio.

esplicitando in particolare:

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

- attivita' 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 attivita' promozionali direttamente svolte all'estero;
- x valorizzazione del patrimonio artistico e culturale;
- x 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

L'emergenza Coronavirus ha imposto, in modo forte e chiaro, la necessità di tornare ad apprezzare il patrimonio artistico e culturale italiano. Tutta la provincia di Ravenna è permeata da arte e cultura, così come da piccole aziende che esprimono, nel loro lavoro quotidiano, il concetto di bellezza, cultura, lavoro e dedizione. Il progetto Arte e Agricoltura abbraccia questi input e li convoglia in una dimensione locale: arte e agricoltura del territorio da condividere con il territorio, esibendosi e aggregandosi sul nostro territorio locale e generando valore per il territorio. Negli eventi di promozione e lancio delle iniziative saranno molteplici anche le collaborazioni con altri operatori del territorio, selezionati sulla base del loro spirito di adesione e condivisione degli obiettivi del progetto.

4.3 Dimensione territoriale del progetto/iniziativa:

- x locale/provinciale nazionale internazionale

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

Il progetto nasce proprio con l'obiettivo di coinvolgere artisti, imprenditrici e imprenditori locali, riconoscibili e fortemente legati e radicati sul territorio. La presentazione degli eventi e gli incontri saranno organizzati in location che rimarcheranno l'importanza della valorizzazione del patrimonio artistico e culturale della provincia di Ravenna.

ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

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

Il progetto prevede, prima di tutto, lo studio di un piano di comunicazione personalizzato che mira a rafforzare l'unicità e la riconoscibilità del medesimo, anche e soprattutto in funzione del suo lancio alla comunità locale attraverso i media e la stampa locale, oltre che digitale. Sarà dato ampio spazio anche all'utilizzo dei canali social e verrà studiato anche un piano di comunicazione digitale. Il logo dell'iniziativa sarà realizzato ad hoc e condiviso con le partecipanti così come ogni format grafico verrà personalizzato in base all'evento organizzato.

Si organizzeranno momenti di racconto e condivisione per le 10 imprenditrici coinvolte e ciò comporterà:

- 1) un percorso di formazione personale e professionale che deriva dal racconto di sé e della propria azienda;
- 2) la creazione di 10 opere inedite realizzate da 2 ceramiche della provincia di Ravenna che potranno essere donate in beneficenza, dopo un periodo di esposizione.

Prima dell'evento finale di presentazione dei risultati, saranno organizzati alcuni incontri pubblici che racconteranno un particolare prodotto e la sua stagionalità e un suo utilizzo artistico. Ogni show vedrà la creazione di un prodotto artistico inedito (ad esempio un dipinto realizzato con il vino) che potrà essere, anch'esso, donato, in un futuro, ad una comunità o associazione locale.

Infine, ci si pone l'obiettivo di creare un network di imprenditrici e artiste che possano lavorare insieme in un futuro continuando a generare valore per il territorio romagnolo/ravennate.

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

Soggetti Pubblici

I comuni della provincia di Ravenna, in particolare i Comuni di Faenza e Ravenna dove organizzeremo gli eventi pubblici.

Gli istituti scolastici che saranno coinvolti nella partecipazione dell'iniziativa (gli istituti agrari ed artistici in prima battuta per le affinità con gli obiettivi del progetto).

Soggetti Privati

Campagna Amica Ravenna

Le aziende del mercato di Campagna Amica di Via Canalazzo Ravenna (Azienda Agricola Alessandra Ravagli, Agricola Ricciardelli, Caseificio Boschetto Vecchio, Trattoria La Giuggiola, Azienda Agricola Stefano Brunelli, C.A.B. cooperativa agricola Brisighellese, La Cinquina società agricola, Zanoni società agricola, Cà ad Là, Azienda agricola Lombardi, Azienda Agricola Pieve Regina).

Le imprenditrici coinvolte nel percorso agricolo-artistico (circa 10) e le artiste (2 ceramiche e 2 pittrici) insieme a tutti gli operatori del territorio che collaboreranno a vario titolo nei singoli show.

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

10 imprenditrici agricole

Le aziende del mercato di Campagna Amica di Via Canalazzo Ravenna

1. Azienda Agricola Alessandra Ravagli,
2. Agricola Ricciardelli,
3. Caseificio Boschetto Vecchio,

ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

4. Trattoria La Giuggiola,
5. Azienda Agricola Stefano Brunelli,
6. C.A.B. cooperativa agricola Brisighellese,
7. La Cinquina società agricola,
8. Zanoni società agricola.
9. Cà ad Là Azienda Agricola
10. Miele Lombardi
11. Azienda Agricola Pieve Regina.

Le 2 ceramiche che parteciperanno al lavoro insieme alle 2 pittrici saranno coinvolte direttamente.

Il coordinamento di Coldiretti Donne Impresa Ravenna (circa 20 donne) sarà coinvolto direttamente per supportare il gruppo durante le fasi del progetto così come tutti gli operatori turistici e commercianti che collaboreranno durante i diversi show di presentazione.

Tutto il comparto artistico e turistico potrà essere indirettamente coinvolto poiché l'obiettivo del progetto è generare valore e interesse per tutto il patrimonio artistico culturale, partendo da storie locali facilmente riconoscibili e molto legate al territorio.

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

Le imprenditrici agricole direttamente coinvolte saranno intervistate da una professionista del settore della comunicazione e la loro storia sarà letta e trasformata in ceramica grazie alla professionalità delle ceramiche. Le persone coinvolte direttamente saranno la voce narrante durante tutto il progetto: 3 imprenditrici agricole saranno le protagoniste degli show a tema e parleranno con la stampa, sui media locali e sui canali social proprietari oltre che su quelli di Campagna Amica Ravenna e Donne Impresa.

Le artiste, invece, saranno coinvolte nel momento più alto di comunicazione del progetto perché avranno l'onore e l'onore di creare in diretta un'opera che coniughi in maniera perfetta il mondo agricolo e il mondo artistico.

Stampa e media locali saranno ampiamente stimolati per accendere l'attenzione della comunità locale sul progetto e sulle singole aziende partecipanti, oltre che sulle peculiarità del nostro patrimonio artistico, culturale e agroalimentare.

L'utilizzo, inoltre, dei canali social, in tutte le loro variegate forme, da parte delle singole partecipanti avrà l'obiettivo di creare ulteriore coinvolgimento tra il gruppo di lavoro e il pubblico di riferimento, oltre che a stimolare direttamente le imprese nella fase di promozione.

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

Come già sottolineato, in questo momento storico, creare un network di imprenditrici che lavorano insieme, pur abbracciando filoni produttivi differenti, può essere considerato, di per sé, un esempio virtuoso. Le conoscenze che nasceranno attraverso la partecipazione al progetto potranno porre le basi per future collaborazioni all'insegna di valori comuni, oltre a rappresentare un primo passo che può essere preso come spunto anche da altri imprenditori locali.

Il progetto, così come è stato pensato, è ripetibile nel corso del tempo e permette di valorizzare ogni volta un aspetto artistico, agroalimentare e territoriale diverso.

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

ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

Il progetto si fonda su storie raccontate in prima persona da donne che abitano il territorio e che, in molti casi, hanno già un pubblico di riferimento. Ingaggiando le aziende in prima persona, si stimolerà un continuo dialogo che avrà come obiettivo quello di promuovere il territorio nelle sue massime espressioni artistiche e agroalimentari. Il coinvolgimento, poi, dei media aiuterà e cercherà di creare attenzione anche verso quel pubblico meno esperto e preparato, ma aperto alla conoscenza di un territorio così ricco di bellezze artistiche come quello romagnolo-ravennate. La sua possibile ripetizione nel corso degli anni a venire continuerà a mantenere alto il livello di attenzione.

Infine, il gruppo di lavoro che si creerà potrà continuare a lavorare insieme per il proprio territorio.

5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

5.1 Progettazione e analisi del contesto

Il progetto che si andrà a realizzare è studiato nei minimi dettagli partendo dallo studio del target di riferimento: analizzando i bisogni e le richieste che il target necessita, si costruirà l'evento principale (la mostra finale) e gli show durante i mesi antecedenti la mostra. Nel coniugare l'arte e l'agricoltura si è proceduto ad analizzare le caratteristiche che accomunano entrambi i mondi, ovvero la precisione, la dedizione, l'ispirazione che si trae dalla natura e da ciò che ci circonda. Queste sono le premesse che portano alla scelta delle imprenditrici da coinvolgere e delle artiste impegnate nel rendere concreta e visiva una storia raccontata a parole.

Infine, nella fase iniziale del progetto, si coinvolgeranno come partner tutte le istituzioni, le scuole e le associazioni la cui filosofia si sposa con gli obiettivi del progetto.

5.2 Fasi della realizzazione del progetto

Mese di luglio/agosto 2020: scelta delle imprenditrici e delle artiste da coinvolgere. Inizio delle interviste alle imprenditrici e incontro tra imprenditrici e artiste. Studio e programmazione degli eventi di lancio, della conferenza stampa, della comunicazione digitale.

Da settembre a dicembre 2020: presentazione del progetto alla stampa, organizzazione di circa 3 eventi di lancio del progetto: ogni evento presenterà un prodotto agricolo legato ad un suo particolare utilizzo artistico.

Gennaio-Marzo 2021: raccolta lavori della ceramiste e presentazione delle opere realizzate.

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

Alla conclusione delle interviste, il gruppo di lavoro inizierà la promozione del progetto. Sono previsti: utilizzo di materiale grafico digitale e cartaceo da distribuire ad ogni evento, un piccolo investimento in pubblicità sui social (facebook) per promuovere ogni singolo evento; organizzazione di una conferenza stampa di presentazione del progetto; elaborazione di comunicati stampa e interviste per i media locali, acquisto di eventuali spazi pubblicitari sui media locali. Ogni azienda coinvolta, poi, promuoverà nei propri canali proprietari e con il proprio pubblico di riferimento ogni evento, utilizzando tutti i mezzi di comunicazione che ritiene più idonei.

ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

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

Ad ogni evento è previsto un guest book dove i partecipanti, anche in forma anonima, potranno lasciare un feedback sul singolo show e/o eventuali suggerimenti per gli eventi futuri.

L'investimento sui canali social sarà misurabile in modo quantitativo in base alle conversioni generate: l'utilizzo di strumenti analitici permetterà di capire se i soldi investiti avranno ingaggiato il numero di persone che inizialmente si auspicava.

La presenza sulla stampa locale e la condivisione spontanea sui canali social di ogni singolo evento generata da canali organici, quindi non a pagamento, sarà un ulteriore indice di valutazione e gradimento.

Brevi sondaggi ad hoc potranno essere realizzati anche dalle singole imprese attraverso l'utilizzo di canali proprietari (newsletter, gruppi Whatsapp, gruppi privati di Facebook).

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

Nessun allegato.

Ravenna, 31/07/2020

**firma del legale rappresentante
(documento firmato digitalmente)
*Nicola Dalmonte***