

# 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:

Festival itinerante del cibo contadino

### Descrizione sintetica della iniziativa:

L'iniziativa, giunta alla terza edizione, ha l'obiettivo di promuovere il cibo contadino, 100% agricolo e quindi la biodiversità del territorio provinciale della quale gli agricoltori sono i primi custodi nonché i principali attori deputati a tramandarne le peculiarità di generazione in generazione. In quest'ottica, i mercati degli agricoltori di Campagna Amica, la rete creata da Coldiretti per valorizzare l'agricoltura di prossimità e a km zero, nonché gli agriturismi, diventano vetrine per far conoscere a cittadini, villeggianti e turisti la cultura contadina che è parte determinante della cultura e delle tradizioni di un territorio, i suoi usi, costumi, le tipicità enogastronomiche, le produzioni tipiche, in poche parole la comunità rurale e il luogo in cui essa opera. Attraverso, dunque, una serie di iniziative calendarizzate nel periodo compreso tra luglio e ottobre 2020, tutte promosse mediante la pubblicazione di materiale informativo-pubblicitario, inserzioni su canali media, comunicati stampa e pubblicazioni social, si è data visibilità alle imprese agricole partecipanti, alle produzioni d'eccellenza del territorio, nonché a location simbolo del patrimonio ambientale e artistico ravennate mettendo in risalto entroterra, mare e collina.

## 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:

Giugno 2020 – Ottobre 2020

## 4 OBIETTIVI PREVENTIVATI DEL PROGETTO

Il progetto punta a garantire visibilità al territorio rurale e alla sue connessioni artistiche, gastronomiche, ambientali, sportive, con il tessuto urbano. Così facendo si promuove ed incentiva la crescita della filiera del turismo slow e green, adatto a famiglie con bambini. Allo stesso tempo il progetto garantisce visibilità alle produzioni contadine che caratterizzano il nostro territorio, valorizzando il lavoro delle aziende agricole locali.

### 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;

## ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

- X  valorizzazione del patrimonio artistico e culturale;
- X  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

Il Festival del cibo contadino consente di tornare alle origini della cultura rurale per scoprire le ragioni del successo del Made in Romagna agroalimentare. Creando occasioni per far vivere autenticamente esperienze da contadino ai visitatori tra le aziende agricole ed i loro prodotti, nei mercati, sui trattori, in fattoria, a tavola con gli agricoltori, in sella ad asini e cavalli, nella stalla con le mucche, o nelle fattorie didattiche dove i bambini possono imparare a impastare il pane o a fare l'orto, si promuove il territorio valorizzandone le opportunità per un'ospitalità green dando anche ampio risalto alla provincia di Ravenna, cuore della food valley italiana.

#### 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 ha una dimensione locale di respiro provinciale che però, in particolare nell'appuntamento finale, si allarga comprendendo anche quella regionale. Vengono infatti coinvolte aziende agricole e imprenditori del territorio ravennate, i loro prodotti tipici, le location rurali presenti sul territorio, ma anche molte imprese non agricole della provincia e dell'Emilia-Romagna.

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

Il progetto, giunto al terzo anno, è riconoscibile grazie ad un titolo che non è mai variato nel tempo. È inoltre supportato da un piano di comunicazione che consta di materiale pubblicitario (flyer), inserzioni sui principali quotidiani, comunicati stampa, promozione via social. Il calendario del progetto prevede momenti di degustazione dei prodotti tipici contadini che si svolgono presso i Mercati di Campagna Amica alla presenza dei produttori che spiegano alla clientela come viene coltivato/realizzato quel determinato prodotto, le caratteristiche nutritive, i legami tra prodotto-territorio. In momenti successivi, promossi presso gli agriturismi della rete Terranostra-Campagna Amica, i visitatori possono conoscere i segreti della cucina e delle ricette contadine immutate da secoli e tramandate da generazioni grazie al lavoro degli 'agri-chef'. È in questi luoghi della campagna che i cittadini e/o turisti potranno anche vivere esperienze a diretto contatto con la natura e gli animali, beneficiando, in termini di sicurezza sanitaria (alla luce anche dell'emergenza Covid 19 che ha sostanzialmente capovolto il mondo a livello globale) del

## **ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO**

**(Modello in allegato alla pratica Telematica)**

*E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.*

‘distanziamento naturale’ che solo il territorio rurale è in grado di garantire. Il viaggio dentro al mondo contadino e popolare prevede poi alcune tappe finali che andranno a riassumere tutti gli aspetti sopra indicati con eventi specifici dedicati all’agricoltura di collina.

### **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 Ravenna, Faenza, Russi, Brisighella, Riolo Terme che ospiteranno gli eventi pubblici

#### **Soggetti Privati**

Campagna Amica Ravenna, le aziende agricole del Mercato contadino coperto di Campagna Amica di via Canalazzo 59, aziende agricole del territorio faentino, agriturismi (Agriturismo Martelli di Ravenna, Agriturismo Rio Manzolo di Brisighella, Agriturismo La Casina di Savio), Consorzio Faenza C’Entro.

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

20 imprese agricole (10 presenti al Mercato Contadino coperto di Campagna Amica di via Canalazzo 59, Ravenna e 10 attive sul territorio faentino). A queste si aggiungono 4 imprese agrituristiche situate nei Comuni di Brisighella, Riolo Terme e Ravenna.

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

Le imprese agricole e agrituristiche saranno coinvolte in due modi: sia come imprese fornitrici dei prodotti d’eccellenza utilizzati nei singoli eventi, sia come protagoniste degli eventi stessi durante i quali ‘racconteranno’ al consumatore (sia esso ‘autoctono’ o turista) caratteristiche del prodotto, modalità di coltivazione e produzione. Gli agriturismi/fattorie didattiche saranno coinvolti sia come cornice paesaggistica delle iniziative, sia come luoghi dove scoprire la biodiversità attraverso visite guidate, attraverso le ricette della tradizione preparate e spiegate dai ‘cuochi contadini’.

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

Creando un circuito di eventi che mettono in risalto le peculiarità rurali, culturali e paesaggistiche del territorio, coprendo peraltro l’intera provincia, dalla collina al mare passando per la città d’arte, si garantiscono nuovi sbocchi sul mercato a imprese agricole e agriturismi, realtà che hanno sofferto e ancora soffrono a causa del lockdown collegato alla pandemia globale (la lunga chiusura dei canali ho.re.ca. e il ‘blocco’ della ricettività turistica ha infatti penalizzato molto il settore). Oltre a ciò, il Festival, alla cui realizzazione co-partecipano diverse imprese non agricole attive in provincia, garantisce la valorizzazione in chiave economica-turistica del territorio.

### **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.

Con il progetto si punta a promuovere il territorio nelle sue massime espressioni culturali, artistiche e in particolare agroalimentari. Basti pensare infatti che, oggigiorno, oltre 1/3 della spesa di italiani e stranieri in vacanza in Italia è destinato alla tavola.

L'alimentazione è diventata la principale voce del budget turistico con un impatto economico che ha raggiunto nel 2019, per la prima volta, i 30 miliardi di euro su base annua, divisi tra turisti italiani e stranieri. Negli ultimi dieci anni si è verificata una vera esplosione in Italia della spesa turistica per la tavola che è balzata del 40% dal 2008 ad oggi nonostante gli anni di crisi che hanno colpito l'economia mondiale. L'esperienza enogastronomica è ciò che cerca il turista ed è un fattore ormai fondamentale nella scelta della destinazione di un viaggio per quasi 2 italiani su 3 (63%) secondo il primo rapporto sul turismo enogastronomico italiano della Borsa del Turismo. Il cibo è un elemento di attrazione anche per gli stranieri che sempre più numerosi scelgono le vie del gusto nazionali come meta. Con il nostro Festival del cibo contadino, si va a promuovere e amplificare ulteriormente il valore storico e culturale del patrimonio enogastronomico locale, dalla cui valorizzazione dipendono molte delle opportunità di sviluppo economico ed occupazionale. Il turista che parteciperà agli eventi potrà assaggiare, toccare con mano, acquistare dall'area mercato e portarsi a casa un vero souvenir della nostra tradizione, vivendo anche una vera esperienza 'da contadino', sicuramente piacevole, da ricordare e quindi da raccontare ai conoscenti andando così a creare quel 'passaparola' tale da incrementare il 'peso' della filiera turistica.

## 5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

### 5.1 Progettazione e analisi del contesto

Il progetto nasce dalla constatazione della crescente richiesta di 'vacanza verde', con il turismo legato alla natura e alla campagna che è sempre più ricercato a livello nazionale e provinciale. La capacità di mantenere inalterate le tradizioni enogastronomiche nel tempo, caratteristica peculiare di agriturismi e aziende agricole, è infatti una qualità apprezzata e ricercata dagli ospiti/turisti.

### 5.2 Fasi della realizzazione del progetto

Mese di maggio 2020: programmazione calendario, strutturazione iniziative, studio degli eventi e della promozione connessa.

Giugno 2020: promozione cartacea e digitale

Da giugno ad ottobre 2020: realizzazione iniziative itineranti.

### 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 progetto viene promosso attraverso un piano di comunicazione integrata e multi-canale. È previsto l'utilizzo di materiale grafico cartaceo (volantini, flyer, manifesti) e digitale al quale si affianca la promozione mediante inserzioni sulla stampa (contestualmente vengono prodotti comunicati stampa per i singoli eventi) e sponsorizzazioni mirate sui canali social (Facebook e Instagram). Ogni azienda coinvolta, inoltre, promuove i singoli eventi sui propri canali (siti web, social).

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

## **ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO**

**(Modello in allegato alla pratica Telematica)**

*E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.*

La risposta in termini di risultati quantitativi sarà misurata mediante la partecipazione fisica agli eventi, il numero di scontrini emessi, le prenotazioni. L'investimento sui canali social sarà misurabile in base alle conversioni generate.

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

Nessuno.

**Ravenna, 31/07/2020**

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