

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:

CAPPELLETTI MADE IN RAVENNA 2020

Descrizione sintetica della iniziativa:

Evento gastronomico interamente dedicato alla promozione del cappelletto, uno dei brand più importanti e caratteristici della tradizione culinaria ravennate. La manifestazione, giunta alla quinta edizione, intende promuovere questa peculiarità in ottica di integrazione dell'offerta turistica enogastronomica del territorio, e sarà preparato da ristoratori locali coinvolti dalle associazioni di categoria Confesercenti e Confcommercio, sia in stand temporanei che all'interno degli stessi ristoranti del Centro Storico

La manifestazione vuole porre l'attenzione sull'eccellenza della ristorazione locale e dei nostri prodotti territoriali, coniugando l'offerta artistica e culturale della città al turismo esperienziale legato alla gastronomia locale.

In questa edizione, come in quella precedente, sarà confermata la proposta del "Cappelletto per Dante", dedicato alle celebrazioni per il Settimo Anniversario dalla scomparsa del Sommo Poeta.

2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

S.I.CO.T. SRL

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

Luogo di svolgimento:

Piazza J. F. Kennedy e ristoranti del Centro Storico

Data di avvio e termine della iniziativa:

16-17-18 Ottobre 2020

4 OBIETTIVI PREVENTIVATI DEL PROGETTO

Riaffermare l'eccellenza gastronomica del cappelletto come elemento qualificante e distintivo sia dell'offerta turistica del territorio che della cultura enogastronomica locale, e valorizzare al contempo la qualità della ristorazione ravennate in chiave motivazionale per il turismo nella città d'arte.

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;

ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

- 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

- valorizzazione del patrimonio artistico e culturale: in quanto anche la tradizione enogastronomia è un elemento di valore culturale facente parte del patrimonio territoriale.

- sviluppo e promozione dell'intera filiera del turismo: in quanto è sempre più rilevante, nella domanda turistica, la componente esperienziale che chiama in causa l'intero patrimonio, sia materiale che immateriale, di un territorio. In questo senso la diversificazione dell'offerta e la possibilità di rivolgersi a pubblici e nicchie differenti rappresenta un vantaggio competitivo e di sinergia fra le diverse accezioni del turismo.

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

Trattasi di evento consolidato, promosso all'interno del cartellone annuale delle manifestazioni. Prodotto già pubblicizzato all'interno delle fiere internazionali come parte integrante dell'offerta turistica locale. Il periodo di svolgimento, quest'anno posticipato al periodo autunnale, mira a rafforzare il brand territoriale in un contesto di rilancio.

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

Stand di promozione, produzione e somministrazione del cappelletto in Piazza J. F. Kennedy, con il coinvolgimento di 10 ristoratori locali che si distinguono per la produzione artigianale e manuale del cappelletto. Area della manifestazione caratterizzata dalla presenza di espositori di prodotti appartenenti alla filiera produttiva del cappelletto (Parmigiano Reggiano, formaggi freschi, farine).

Per il primo anno il brand si estende anche ai ristoranti del Centro Storico, che aderendo all'iniziativa saranno promossi all'interno dei materiali di comunicazione, in modo da creare un contesto diffuso, anche valorizzando gli ampliamenti delle pertinenze esterne degli stessi.

ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

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
Camera di Commercio, Industria, Artigianato ed Agricoltura della Provincia di Ravenna
Comune di Ravenna
- Soggetti Privati**
Confesercenti
S.I.CO.T. SRL (Società di Servizi del Sistema Confesercenti)
Confcommercio
- 4.7 Numero di imprese che si intende coinvolgere direttamente e indirettamente nel progetto/iniziativa**
10 ristoranti per somministrazione in stand
10-15 ristoranti del Centro Storico
3 aziende per l'impiantistica, la logistica e l'allestimento della piazza
4/5 aziende di fornitura di beni
4/5 esercenti limitrofi all'evento che usufruiscano dell'indotto della stessa
3 aziende espositrici di prodotti appartenenti alla filiera produttiva del cappelletto
3 aziende pubblicitarie ed editoriali
1 emittente radiofonica
1 agenzia per la comunicazione ed il coordinamento nella realizzazione dell'iniziativa
- 4.8 Modalità di coinvolgimento delle imprese nell'ambito del progetto/iniziativa**
Selezione delle imprese di ristorazione partecipanti in base alle modalità di produzione del cappelletto, il quale deve essere di natura artigianale e con gli elementi distintivi del "Cappelletto alla Ravennate" .
- 4.9 Eventuali elementi di incidenza diretta e duratura sul sistema economico provinciale piuttosto che elementi indiretti o solo temporanei**
Coinvolgimento dei ristoratori dell'eccellenza locale, sia per somministrazione in stand che presso i loro locali, in modo che possano promuovere il proprio prodotto.
Affermazione del prodotto tipico locale quale elemento distintivo e qualitativo dell'offerta turistica e gastronomica del territorio. L'evento è inoltre trainante per tutte le attività commerciali, artigianali e di somministrazione del Centro Storico, in quanto di richiamo per una clientela ampia.

ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

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

Compendiare la tradizionale offerta turistica della Città d'Arte con un'offerta di tipo gastronomica che fa della tipicità e della peculiarità del prodotto "cappelletto" un elemento distintivo e sempre più rilevante nelle opzioni di scelta di un turista, motivato da fattori esperienziali legati alla cultura e alla storia, in ogni sua declinazione, del territorio.

5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

5.1 Progettazione e analisi del contesto

Riproposizione del nome e del logo della manifestazione, ormai divenuto nel tempo un fattore di riconoscibilità e di richiamo all'eccellenza del prodotto ;

Progettazione ed organizzazione degli spazi della piazza ;

Progettazione della comunicazione in ottica di promozione del prodotto ;

Promozione del brand nelle Fiere turistiche internazionali quale componente integrante dell'offerta turistica della città.

5.2 Fasi della realizzazione del progetto

- Progettazione dell'iniziativa e budget previsionale della stessa
- Organizzazione previsionale degli spazi della Piazza Kennedy
- Coinvolgimento dei ristoratori, sia in stand che per l'adesione presso i propri locali
- Selezione dei ristoratori per la somministrazione in stand in base alla prevalenza di cucina tradizionale ;
- Definizione delle modalità di adesione alla manifestazione
- Definizione del brand della manifestazione e relativa campagna di comunicazione
- Allestimento delle strutture della manifestazione

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

Promozione tramite campagna web sui social networks ;

Promozione tramite affissioni di n° 3 poster metri 6x3 ;

Promozione tramite radio ;

Promozione tramite n° 8200 pieghevoli cartacei, di cui 200 in lingua inglese ;

Promozione tramite banner sui siti d'informazione online ;

Promozione tramite redazionali sulle testate d'informazione ;

Promozione tramite inserimento nel calendario eventi dell'Ufficio Turismo ;

Promozione tramite landing page dedicata - <http://www.festadelcappelletto.it/>

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

Affluenza alla manifestazione e numero di porzioni servite

ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

Numero di ristoratori coinvolti

Eventuale verifica sulla componente enogastronomica fra i fattori di scelta del turista che visita il nostro territorio.

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

...

Luogo e data

Ravenna, 29 luglio 2020

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

Graziano GOZI