

ALLEGATO A/2015 RELAZIONE DESCRITTIVA

Al fine di valutare l'ammissibilità e il merito dell'iniziativa è obbligatorio completare, con soddisfacente svolgimento, TUTTI i punti indicati di seguito.

1 TITOLO DEL PROGETTO/INIZIATIVA:

Milano Marittima Village

Breve sintesi/descrizione della iniziativa:

Alcune aziende del turismo, concentrate nel territorio di Milano Marittima e costituite nei fatti in Rete di Impresa, ritengono di dover dare un servizio di animazione più professionale e più costante durante la stagione estiva. Per tale motivo, albergatori, stabilimenti balneari e una società di servizi di animazione hanno progettato e posto in programma attività diurne e serali da svolgere sia all'interno delle stesse, sia in uno spazio comune concesso dall'Amministrazione Comunale. L'obiettivo primario attiene all'aumentata esigenza che i turisti hanno e pongono come forte richiesta alle imprese, per un'animazione professionale e che costituisca anche la base del "buon ricordo" di una vacanza felice e spensierata. In sostanza, le imprese aderenti vogliono passare da una promo-animazione singola, sporadica e non coordinata, in un vero e proprio progetto strutturato, professionale, che costituisca la base di "villaggio turistico" fatto da tante imprese che si mettono insieme, si coordinano e si strutturano.

2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

S.I.CO.T. Cervia S.r.l., con sede in Cervia (RA), in Via Levico n. 21/C, codice fiscale, partita iva e n. di iscrizione al Registro delle Imprese di Ravenna: 01187120397 – società del gruppo Confesercenti.

3 PERIODO E LUOGO DI SVOLGIMENTO (luogo di svolgimento e data di avvio e di termine dell'iniziativa - L'iniziativa deve effettuarsi nel corso dell'anno di concessione del contributo)

Le attività saranno realizzate nell'estate 2015 e si svilupperanno in due punti, quale Parco Treffz e Rotonda Cadorna di Milano Marittima. Le strutture coinvolte, fra strutture ricettive e stabilimenti balneari, saranno circa 25. Questa iniziativa, già alla seconda edizione, ha fatto sì che la clientela chieda la certezza che venga riproposta, in quanto è stata molto apprezzata dalle famiglie con bambini.

4 OBIETTIVI DEL PROGETTO

Il progetto si pone l'obiettivo di riqualificare e migliorare l'offerta turistica della zona creando un valore aggiunto di differenziazione che, intercettando le nuove esigenze del turista odierno, porti ad un aumento delle presenze locali proponendo un tipo di vacanza emozionale che incentivi il "passaparola".

esplicitando in particolare:

4.1 Dimensione territoriale dell'impatto del progetto/iniziativa (locale/provinciale/regionale/nazionale/internazionale)

Locale

4.2 Prodotti e/o servizi che si intende realizzare

I servizi che verranno offerti saranno:

- Animazione diffusa e sinergica che occuperà in maniera trasversale 12 strutture ricettive e 13 stabilimenti balneari, oltre ad un'azienda di promo-animazione
- Promo-commercializzazione locale attraverso la redazione di volantini e l'utilizzo di cartellonistica e border esplicativi oltre al backstage con il nome del progetto e degli sponsor, e le magliette che identificheranno gli addetti al progetto
- Promo-commercializzazione attraverso la creazione di un sito internet che promuoverà il progetto stesso ed i suoi aderenti

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

La Pubblica Amministrazione sostiene ed appoggia il progetto attraverso la disponibilità resa dello spazio comune sul quale verrà installato il palco; Sicot Cervia srl, in qualità di coordinatore, sarà anche il soggetto che realizza il progetto insieme alle imprese che lavoreranno in Rete.

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

Sono coinvolte le 25 imprese che aderiscono al progetto e l'agenzia di animazione che svolgerà le attività previste.

ALLEGATO A/2015 RELAZIONE DESCRITTIVA

Al fine di valutare l'ammissibilità e il merito dell'iniziativa è obbligatorio completare, con soddisfacente svolgimento, TUTTI i punti indicati di seguito.

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

Il progetto, nel suo insieme, prevede nuove assunzioni di figure professionali per l'animazione, così come per il coordinamento dell'intero sistema.

- 4.6** Ricadute previste sull'economia ravennate e sulla promozione del territorio

Il progetto si pone l'obiettivo di incrementare il flusso di turisti verso la zona attraverso una rinnovata ed innovativa offerta turistica ed una promozione non solo del progetto in sé ma dell'intero territorio in cui prende forma.

5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

- 5.1** Progettazione e analisi del contesto

Il contesto in cui si muovono gli imprenditori è sempre più difficile. Ognuno di loro cerca di ridurre i costi, ma alcuni servizi sono comunque fondamentali da fornire. Ogni imprenditore ha sempre svolto attività di animazione, ma questo ha comportato sempre grande dispendio di risorse e con relativa qualità, in quanto la forza del singolo, comunque, rimane limitata. A questo punto è nata l'idea di una Rete di Imprese, che si organizzasse, che si mettesse insieme per dare lo stesso servizio, ma di maggiore qualità. Si è quindi progettato un programma di iniziative per l'estate, che toccasse tutti i partecipanti, coinvolgendo alberghi, stabilimenti balneari e un'azienda di promozione. Il contesto quindi era che ognuno faceva per sé, mentre ora vi è un progetto comune che unisce e che darà più qualità e servizi al turista.

- 5.2** Fasi della realizzazione del progetto

In seguito ad una prima fase di identificazione dei soggetti partecipanti si selezioneranno gli animatori e nel contempo si realizzerà il materiale promozionale identificativo del progetto ed il sito web dedicato. Durante l'erogazione dei servizi si attuerà un continuo controllo finalizzato al mantenimento di un elevato standard di qualità. Verrà redatto un documento consuntivo con gli elementi economici ed una descrizione qualitativa e quantitativa dell'effettivo svolgimento del progetto.

- 5.3** Promozione/comunicazione (descrivere anche le azioni di promozione del contributo camerale)

In tutto il materiale promozionale sarà esposto il logo della Camera di Commercio a tutela e promozione del contributo oltre alla ricorrente e quotidiana esplicitazione da parte dei soggetti operanti del progetto che, prima delle principali iniziative, ricorderanno da chi è stato sostenuto e supportato il progetto stesso.

- 5.4** Valutazione dei risultati (metodologie utilizzate per la valutazione qualitativa e quantitativa dei risultati).

Valutazione in itinere ed a consuntivo attraverso un documento che raggrupperà elementi quantitativi e qualitativi di descrizione del progetto.

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

Luogo e data Cervia, 23 febbraio 2015

firma del legale rappresentante
(documento firmato digitalmente)
Andrea Casadei Della Chiesa