

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:

SEMPRE CONNESSI CON RAVENNA 2015

Breve sintesi/descrizione della iniziativa:

Progetto innovativo di promozione turistica dell'intera provincia di Ravenna (litorale, entroterra e città d'arte) dove il fulcro consiste nel collegamento e cooperazione con le altre regioni italiane.

2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

Ascom servizi srl

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)

Periodo autunnale 2014 – il progetto prevede anche l'organizzazioni di eventi promozionale fuori dalla regione Emilia-Romagna.

4 OBIETTIVI DEL PROGETTO

Lo scopo del progetto consiste nell'attrarre il flusso di turisti da altre regioni italiane e dall'estero, elaborando un "pacchetto" turistico multifunzionale teso a promuovere il nostro territorio ravennate, comprese le piccole località, in tutte le sue sfaccettature portando il turista a non fare "solo" una vacanza, ma un percorso che porti il viaggiatore stesso a "tornare a casa" con un bagaglio culturale arricchito.

esplicitando in particolare:

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

Nazionale ed Internazionale

4.2 Prodotti e/o servizi che si intende realizzare

Il progetto propone un metodo innovativo ed efficace per promuovere l'offerta turistica (partecipando ad eventi internazionali e nazionali fuori dalla regione) della costa ravennate, della città di Ravenna e dell'entroterra ravennate con l'obiettivo di far corrispondere alla qualità delle attività ritorni economici adeguati.

Si tratta di un progetto di marketing turistico e territoriale che assume come elemento centrale strategico il collegamento e il confronto con altre località e regioni italiane con l'intento ideale di portare nella nostra città, nelle località balneari e nel suo meraviglioso entroterra, un alto numero di turisti. Un nuovo segmento di mercato sulla cui onda potrebbero nascere: un'offerta specializzata, siti internet, guide turistiche, forum di discussione e servizi su misura.

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

Comune – Provincia – CCIAA
Associazioni culturali, ricreative e sportive
Istituzioni scolastiche
Stake holder, Agenzie Viaggi, Tour operator
Giornalisti e opinion leader
Televisioni nazionali e locali

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

Imprese agricole, turistiche, dell'ambiente e cultura di tutta la provincia, alberghi, stabilimenti balneari, pubblici esercizi, mosaicisti e ceramisti, Fattorie Fagioli, campeggi.

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

Il progetto intende attrarre turisti da fuori regione attraverso l'elaborazione di offerte turistiche di soggiorni della durata di più giorni o di una settimana nella nostra città con l'intento di far conoscere e scoprire anche le località minori collegando manifestazioni del periodo e prodotti tradizionali del luogo.

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.

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

Il progetto punta al raggiungimento dei seguenti obiettivi strategici ed operativi:

Creare un percorso che, partendo da diverse regioni italiane e non solo, raggiunga la nostra città facendo di Ravenna un vero e proprio brand. Un pacchetto turistico di viaggio in cui il brand Ravenna diventa un'esperienza di conoscenza e che raggiunga a livello di promozione un effetto di ricaduta su tutto il territorio circostante meno conosciuto.

Creare un pacchetto turistico di soggiorno supportato da tutti i dati relativi alle possibili sistemazioni logistiche, ai servizi di guida, entrata ai musei, parchi di divertimento, stabilimenti balneari, ..

Instaurare un dialogo, a medio-lungo termine, attraverso i social network per rafforzare l'identità del brand e targetizzare con molta precisione le proprie campagne, quindi differenziando l'offerta.

Rafforzare l'intreccio tra prodotti agricoli biologici di qualità, l'ambiente, l'arte, la cultura, le tradizioni e creare una comunicazione qualificata ed efficace.

Formare gruppi imprenditoriali che cooperino con l'ente pubblico per la creazione del "pacchetto territorio".

Aumentare il flusso di turisti e, al tempo stesso, consolidarlo attraverso la fidelizzazione; con la conseguenza di aumentare il beneficio dal punto di vista economico - monetario dell'intera provincia di Ravenna con tutte le sue attività economiche.

5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

5.1 Progettazione e analisi del contesto

Premessa all'ideazione dell'iniziativa è una storia che da Roma e da altre città porta a Ravenna, **sempre connessi** sulle tracce dell'antica "Strada Romipeta" (il tracciato della strada che oggi conosciamo come E45 e che collega, fin dall'antichità, Roma a Ravenna): partendo da Roma percorreva il territorio della valle del Tevere per arrivare in Romagna, collegava le regioni dell'Europa orientale a Roma e, passando da Ravenna, si addentrava poi nell'Appennino, permettendo ai pellegrini medievali ed ai devoti viaggiatori di proseguire verso la città di San Pietro e di raggiungere gli imbarchi per la Terra Santa.

I Romei provenivano da vari luoghi della cristianità medievale ed oggi è la superstrada E45 ad interpretare il cammino dei pellegrini in alcuni tratti, ha sostituito integralmente quello vecchio, mantenendo la stessa vecchia denominazione.

Attualmente, per i moderni pellegrini questa arteria è la superstrada più lunga d'Italia data che il suo tracciato si estende per più di 250km, attraversando il Lazio, l'Umbria, la Toscana per un breve tratto per arrivare in Romagna e a Ravenna.

Una delle ricchezze naturali del tracciato è certamente la sua posizione strategica, di collegamento fra due bacini di grandi patrimoni enogastronomici e d'arte, Roma "caput fidei" e Ravenna, l'antica capitale bizantina che fu fulcro di intense identità storiche ed artistiche, oggi generosa di mosaici e ceramiche, mare e parchi naturali, festival culturali e feste gastronomiche. Città i cui dorati morsi ridipingono l'ambiente e danno un profilo inconfondibile a questo territorio, configurandosi come zona costiera fortemente caratterizzata da centri urbani di grande rilievo storico e culturale. Una città che tuttavia non è rimasta immobile nella contemplazione del passato, ma che vive il presente con forte dinamismo e progetta il futuro accogliendo nuove ed ambiziose sfide, come quella per la candidatura per il 2019 a Capitale europea della Cultura, rivendicando in questo modo quella centralità culturale ed artistica che le è storicamente propria.

E' un dato statistico che il consumatore attuale è sempre meno portato ad accettare prodotti senza identità e la proposta di utilizzare un itinerario di antica memoria per raggiungere Ravenna è sicuramente una risposta nel segno della qualità, dell'innovazione e della sostenibilità, il tutto nel rispetto dei luoghi da cui si intende favorire il flusso turistico congiuntamente all'innalzamento qualitativo dell'offerta turistica nel suo complesso.

5.2 Fasi della realizzazione del progetto

Le azioni del progetto sono composte in specifico da:

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.

Modulo a) - tre giornate di incontri con imprenditori ed operatori del territorio ravennate per sensibilizzare le imprese e renderle partecipi alla proposta turistica "Sempre connessi con Ravenna"

Modulo b) - due conferenze stampa: una a Roma ed una a Ravenna coinvolgendo la stampa del settore turistico-sportivo-tempo libero-enogastronomico-culturale, etc e le televisioni sia nazionali che locali.

Modulo c) - due/tre giornate con un incontro seminariale al mattino e degustazione di prodotti tipici del territorio ed un momento di work-shop pomeridiano al fine di divulgare e sensibilizzare i territori delle Regioni che coinvolgeremo nel progetto. Al termine delle giornate si potranno far compilare dei questionari che andranno a creare un data-base di fidelizzazione.

Modulo d) - produzione di materiale divulgativo del progetto: depliant contenenti la mission del progetto, l'offerta del territorio e la proposta dell'iniziativa; banner con mission e proposta del progetto; bandiere con mission e proposta del progetto; poster, locandine, inviti, cartelline, moduli, rassegne stampa, budge, etc., materiale promozionale turistico di Provincia, COMUNE, Camera di Commercio di Ravenna.

Modulo e) - attività di organizzazione e gestione delle fasi dell'intero progetto

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

Gli obiettivi, i contenuti e le finalità del progetto saranno realizzati attraverso incontri, conferenze stampa, giornate seminariali e work-shop.

I target di riferimento del Progetto sono plurimi.

Un target largo, con particolare attenzione alle famiglie con bambini e ad un pubblico delle fasce d'età centrali. Un target che ama la buona cucina e la convivialità data dalle tipicità enogastronomiche del Territorio.

Un target giovane, proponendo offerte per gruppi e programmi specifici di più chiara impronta ricreativa.

Un target specificatamente scolastico, con programmi culturali e didattici in quanto il nostro Territorio abbraccia il mare, l'arte, la natura, i parchi divertimento.

Un target verde, rivolto ad un ospite che ha un buon potere d'acquisto, è attento ai particolari, tecnologicamente evoluto, con la passione per i sapori ed i ritmi slow. Un ospite desideroso di una vacanza su misura che privilegia l'aspetto ecologico ed il contatto con la natura ed opta per la cultura, lo sport o il relax e che a Ravenna troverà un'offerta "ad hoc" per appropriarsi della città organizzata con numerose piste ciclabili che, dal centro, consentono di raggiungere mete di grande interesse quali il parco Teodorico, il Planetario, il mare o la Basilica di Sant'Apollinare in Classe. Un turista che troverà nella pineta ravennate un'oasi di splendida bellezza naturalistica.

Un target culturale, che vuol vivere la città attraverso le sue magnificenze artistiche e che Ravenna, città che ispirò Dante, Boccaccio, Lord Byron e Klimt, potrà appieno soddisfare con i suoi Monumenti patrimonio dell'Umanità, le sue prestigiose iniziative e rassegne tra cui Ravenna Festival, Mosaico di Notte, Ravenna Bella di Sera, Il settembre Dantesco e Dante09, la Notte d'Oro, etc...

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

Gli obiettivi, i contenuti e le finalità del progetto saranno realizzati attraverso incontri, conferenze stampa, giornate seminariali e work-shop.

I target di riferimento del Progetto sono plurimi.

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

Non presenti.

Ravenna, 24/02/2015

firma del legale rappresentante
(documento firmato digitalmente)
Mauro Mambelli