

Al fine di valutare l'ammissibilità e il merito dell'iniziativa è necessario sviluppare con soddisfacente ed adeguato svolgimento TUTTI i punti indicati di seguito

1 TITOLO DEL PROGETTO/INIZIATIVA

“Ferragosto 2013 – Cervia, la spiaggia ama il libro”

sotto forma di incontri con gli autori per la promozione culturale e turistica del territorio

2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

Cervia, la spiaggia ama il libro – Associazione Culturale

L'Associazione è apolitica e non ha finalità di lucro. Essa si propone di promuovere, divulgare e favorire la tradizione culturale cervese e della Provincia di Ravenna e le espressioni artistiche e letterarie più significative a livello locale e nazionale.

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)

Estate 2013, nel periodo compreso fra il 15 luglio e il 15 agosto, nei seguenti luoghi:

Milano Marittima, Viale Ravenna

Cervia, Piazzale dei Salinari

Pinarella, Piazza Unità

Stabilimenti balneari di Pinarella, Cervia e Milano Marittima

Spiaggia antistante il Grand Hotel di Cervia

4 OBIETTIVI DEL PROGETTO, esplicitando in particolare:

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

In quanto luogo di svolgimento, l'impatto del progetto ha dimensioni provinciali (territorio della Provincia di Ravenna, in particolare la costa); in quanto tipologia di pubblico coinvolto, l'impatto del progetto ha dimensioni nazionali poiché vi prendono parte turisti provenienti da numerose regioni italiane, principalmente del centro nord.

4.2 Prodotti e/o servizi che si intende realizzare

La 21° edizione della manifestazione Ferragosto 2013 – Cervia, la spiaggia ama il libro” si svolgerà a Cervia, Milano Marittima e Pinarella dal 15 luglio al 15 agosto 2013 e prevede l'organizzazione di circa 25 incontri i con gli autori in diversi luoghi della città.

PROGRAMMA

La manifestazione 2013 sarà così articolata:

a) Incontri con gli autori: presentazione di libri dal 15 luglio al 14 agosto da parte degli autori o in V.le Ravenna a Milano Marittima, o in P.le dei Salinari a Cervia o in P.zza Unità a Pinarella di Cervia o presso stabilimenti balneari di Pinarella, Cervia e Milano Marittima.

Complessivamente si svolgeranno circa n. 25 incontri con gli autori, ad ogni incontro hanno parteciperanno circa 250 persone, prevalentemente turisti della località cervese.

B) Distribuzione di 13.000 libri tramite i 320 albergatori che il giorno di ferragosto regaleranno un libro agli ospiti in ogni stanza.

ALLEGATO A/2013 RELAZIONE DESCRITTIVA

Il giorno di Ferragosto gli albergatori distribuiranno ogni anno gratuitamente un libro in ciascuna delle loro tredicimila camere d'albergo, come augurio speciale ai turisti nel segno della cultura. Il libro che sarà regalato il 15 agosto 2013 verrà scelto nei prossimi mesi.

d) Organizzazione di **"Ferragosto con gli autori"**, il 15 agosto sulla spiaggia di fronte il Grand Hotel di Cervia con l'arrivo degli autori dal mare trasportati da imbarcazioni d'epoca, la presentazione sulla battigia nei pressi della biblioteca dei loro ultimi successi editoriali con la partecipazione attiva del pubblico pronto ad ascoltare, domandare e sapere.

Gli autori che il 15 agosto 2013 saranno accolti da un vero e proprio bagno di folla, si conosceranno nei prossimi mesi.

La manifestazione sarà promossa sugli organi di informazione prima e durante il suo svolgimento. **Il logo della Camera di Commercio di Ravenna sarà pubblicizzato in tutto il materiale grafico realizzato (pieghevoli, locandine e cartelloni) nei comunicati stampa e nel sito internet della manifestazione www.cerviamailibro.it.**

Si correda la presente di alcuni dati per far comprendere cosa ha significato l'ultima edizione 2012 di **"Ferragosto: Cervia, la spiaggia ama il libro"**.

Articoli apparsi sulla stampa nazionale e locale: 245

Televisioni nazionali e private che hanno realizzato n. 32 servizi.

Radio che hanno effettuato n. 28 collegamenti in diretta o in differita.

Incontri con gli autori realizzati presso gli stabilimenti balneari, in luoghi diversi della città e negli stabilimenti balneari: n. 25

Partecipazione del pubblico ad ogni incontro: circa 250 persone.

Partecipazione del pubblico alla giornata finale del 15 agosto: circa 5.000 persone.

Libri dati in omaggio ai turisti tramite gli albergatori il giorno di ferragosto: 13 mila.

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

I partner istituzionali coinvolti sono, oltre la Camera di Commercio di Ravenna, il Comune di Cervia e la Provincia di Ravenna.

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

Le strutture ricettive cervesi che condividono e sostengono gli obiettivi del progetto (n. 320 strutture ricettive presso le quali vengono consegnati i libri di ferragosto da omaggiare ai turisti presenti negli hotel), i 100 stabilimenti balneari che espongono la locandina promozionali con gli incontri per promuoverli presso i loro clienti, le imprese di servizio che a vario titolo sono coinvolte nella fase di preparatoria (forniture di attrezzature e servizi tecnici, giornalisti, autori, animazioni musicali, servizio trasporto, uffici turismo per la promozione degli incontri).

L'iniziativa, promossa da **"Cervia, la spiaggia ama il libro"** Associazione culturale coinvolge diversi soggetti in qualità di collaboratori, come la libreria Librincontro di Milano Marittima, la libreria Mondadori di Cervia, l'Hotel Gambrinus, il Grand Hotel di Cervia, l'Hotel K2 Cervia, l'Hotel Saraceno, il ristorante Kalumet, il ristorante la Locanda del Mare, il ristorante La Pescheria, Just Ristorantino, Bagno Casta Beach n. 250, Bagno Imperiale n. 212, Bagno Vittorio n. 124.

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

Gli elementi di incidenza diretta e duratura del progetto sull'economia provinciale sono ravvisabili in primo luogo, nel contributo che esso fornisce allo sviluppo del settore commercio /turismo, che rappresenta per tali settori una straordinaria opportunità di promozione al di fuori dei confini del territorio provinciale.

Gli incontri con gli autori sono inseriti in un contesto di valorizzazione della cultura ai fini turistici ((incremento del turismo culturale in direzione di nuovi target normalmente esclusi dai circuiti culturali tradizionali) e, manifestano grande efficacia come elementi di richiamo e di fidelizzazione all'evento e dunque alla location in cui esso viene realizzato.

ALLEGATO A/2013 RELAZIONE DESCRITTIVA

Ecco perché il progetto “Cervia, la spiaggia ama il libro” è strettamente collegato con le strategie e i programmi di sviluppo e integrazione turistica portati avanti dall’amministrazione pubblica e dalle principali associazioni di categoria. E’ significativo che nel corso degli anni, come documentano gli operatori turistici coinvolti, siano progressivamente aumentati i turisti che nel prenotare la vacanza fanno esplicito riferimento alla presenza degli incontri con gli autori come fattore concorrente alla scelta della località e del periodo di soggiorno.

E’ questa la direzione in cui si muove la manifestazione “Cervia, la spiaggia ama il libro”, programmata per raggiungere un’incidenza duratura, come documenta anche la continuità del progetto stesso dal 1993 ad oggi.

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

Le ricadute previste sull’economia provinciale, coerentemente con quanto affermato nel precedente punto 5, sono di tipo turistico, ovvero di incidenza sul numero di presenze nei periodi di svolgimento dell’evento e di ampliamento del target turistico tradizionale in direzione dello sviluppo del turismo culturale. Sono, poi, relative all’immagine del territorio che si rende riconoscibile per un nuovo tipo di progettualità attenta alla cultura e all’ambiente in coerenza con un territorio vocato ad un turismo della responsabilità e della sostenibilità.

5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

5.1 Progettazione e analisi del contesto

La fase di progettazione comporta l’individuazione degli autori da proporre nell’anno di riferimento (2013), ovvero la scelta degli autori più opportuni in base all’interesse riscontrato nelle edizioni precedenti, in base alla loro vicinanza con Cervia, la Provincia di Ravenna, la Romagna (Giovannino Guareschi, Grazia Deledda, Giovanni Pascoli, Max David, Federico Fellini) e in base alla valutazione delle circostanze concrete determinate da anniversari e ricorrenze.

Particolare attenzione è rivolta a temi legati alla Romagna e ai temi di attualità, molti autori che hanno partecipato alla manifestazione rappresentano le migliori firme del giornalismo italiano.

“Ferragosto – Cervia la spiaggia ama il libro” è partita nel lontano 1993 eppure essa mantiene intatto il proprio appeal che la mantiene giovane e la rende inimitabile. Il segreto è semplice, non ha nulla di artificioso e non è riservata agli addetti ai lavori; al contrario, è aperta a bambini, giovani e adulti e a tutti si rivolge raggiungendoli con il messaggio della parola scritta nei luoghi della vita quotidiana, che al mare sono la spiaggia, gli stabilimenti balneari e la passeggiata serale in centro.

Così, gli incontri sulla battigia con il sottofondo delle onde e gli autori accomunati ai vacanzieri dal medesimo costume balneare che libera il dialogo da ogni formalità, sono diventati il simbolo stesso della manifestazione, l’immagine scolpita nella mente dei tanti turisti che la frequentano.

Il programma della manifestazione è originale, non solo per lo scenario insolito, il mare e la spiaggia, ma anche per la varietà degli incontri che spaziano dalla rassegna dedicata ai bambini e alle famiglie, ai dibattiti a più voci con autori e giornalisti, alle presentazioni delle località e delle produzioni tipiche agricole e artigianali dell’entroterra romagnolo, per finire con lo **“sbarco di Ferragosto”, momento principe del programma, quando gli autori scendono a riva dalle antiche imbarcazioni cervesi da pesca e si intrattengono in festa con il popolo di turisti davanti al Grand Hotel di Cervia.**

5.2 Fasi della realizzazione del progetto

Dopo la fase di progettazione e analisi del contesto, seguono le fasi di ideazione e stesura del programma.

Il programma richiede il contatto con le Case Editrici, con gli autori che presentano il loro libro, con i giornalisti che introducono l’incontro e con la libreria incaricata per la vendita dei libri.

Successivamente, segue la fase di allestimento dei luoghi degli incontri con sopralluoghi e prove logistiche.

ALLEGATO A/2013 RELAZIONE DESCRITTIVA

In contemporanea, parte la fase di promozione e comunicazione sia presso le strutture ricettive e commerciali della costa, sia sui media locali e nazionali.

Infine, si passa alla fase di realizzazione vera e propria con l'organizzazione, da un lato, del trasporto e della sistemazione in hotel degli autori e dei giornalisti, dall'altro dell'organizzazione nelle location prescelte degli incontri con gli autori (introduzione dell'incontro, dibattito con il pubblico e vendita dei libri).

Ad evento realizzato, avviene la fase di valutazione complessiva, con attenta verifica del ritorno dell'iniziativa sotto ogni punto di vista, prelude alla rendicontazione finale che rende ragione all'ente camerale del contributo assegnato.

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

La promozione del progetto viene effettuata seguendo l'ottica della comunicazione integrata.

Vengono direttamente coinvolte le strutture ricettive cervesi che si fanno carico di proporre l'iniziativa ai propri clienti sia con l'offerta di pacchetti a tema prima del soggiorno, sia con la proposta diretta degli incontri con gli autori ai turisti già presenti in hotel.

Presso le strutture ricettive viene effettuata la distribuzione del materiale pubblicitario (volantini, depliant) insieme con mail periodiche che ricordano l'iniziativa e ne sottolineano gli aspetti peculiari.

Grande attenzione è riservata alla comunicazione sui media tradizionali (giornali e televisioni) e sul web tramite informazione dinamica e interattiva (siti istituzionali, blog...) riproposta con continuità. Infine, essendo l'iniziativa inserita nella stagione estiva, si fa ricorso ai mezzi tradizionali di pubblicità turistica balneare (es. fono spiaggia) che mantengono intatta la loro efficacia.

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

La valutazione dei risultati impegna il team di progetto a conclusione del progetto, i risultati vengono monitorati rigorosamente al fine di migliorare anno dopo anno l'iniziativa nei suoi aspetti principali.

Le metodologie utilizzate, sono innanzitutto le indagini presso gli operatori turistici del ricettivo per valutare il ritorno sia in termini di presenze aggiuntive (turisti giunti appositamente per gli incontri con gli autori) sia di fidelizzazione della clientela già consolidata. Le indagini vengono effettuate telefonicamente presso gli hotel da personale dedicato, la valutazione qualitativa viene effettuata presso gli stessi turisti che hanno partecipato agli incontri tramite somministrazione di un apposito questionario di verifica della soddisfazione, le cui risposte vengono poi elaborate statisticamente.

Infine il rilevamento dell'impatto promozionale e comunicativo dell'iniziativa tramite raccolta dei servizi prodotti sulla stampa, sulla televisione e sulla rete internet.

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

Cervia, 26 febbraio 2013

firma del legale rappresentante
(documento firmato digitalmente)

Nome e Cognome
Terenzio Medri