

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

FESTA ARTUSIANA, LA GUAZZA DI SAN GIOVANNI, GIOVINBACCO

2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

IL LAVORO DEI CONTADINI

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) del contributo)

FESTA ARTUSIANA 22-30 GIUGNO, LUNARIO E SAPORI DELLE ROMAGNE, FORLIMPOPOLI

LA GUAZZA DI SAN GIOVANNI, VARIE LOCALITA' 23/24 GIUGNO,

GIOVINBACCO A RAVENNA DAL 8 ALL' 10 NOVEMBRE

4 OBIETTIVI DEL PROGETTO, esplicitando in particolare:

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

LA PRIMA INIZIATIVA PRESSO LA FESTA ARTUSIANA A FORLIMPOPOLI, DAL 22 AL 30 GIUGNO CON DUE EVENTI, "OMBRE Povere MA CON STILE" MOSTRA REALIZZATA CON LE OPERE DI EGIDIO MISEROCCHI SUL TEMA DEI PRODOTTI TIPICI E DELLE ELABORAZIONI CULINARIE DELLA ROMAGNA PRESSO LA CHIESA DEI SERVI

LA GUAZZA DI SAN GIOVANNI SI SVOLGE PRESSO DIVERSE IMPRESE AGRICOLE E AGRITURISMI DELLA PROVINCIA DI RAVENNA, ALLA VIGILIA DI SAN GIOVANNI, IL 23 GIUGNO;

L' ULTIMO EVENTO E' PARTECIPATO DA 15 IMPRESE AGRICOLE CHE ALLESTISCONO UN LORO SPAZIO PER LA PRESENTAZIONE E DEGUSTAZIONE DI PRODOTTI E TRASFORMATI DI ORIGINE TERRITORIALE, PARTECIPANO E ORGANIZZANO EVENTI, INCONTRI E ALTRE ATTIVITA' ALL' INTERNO DEL GIOVINBACCO A RAVENNA.

4.2 Prodotti e/o servizi che si intende realizzare

VALORIZZARE E PROMUOVERE IL TERRITORIO DELLA PROVINCIA DI RAVENNA E DEI SUOI PRODOTTI TIPICI LOCALI. INTENDE VALORIZZARE E PROMUOVERE LE ATTIVITA' AGROALIMENTARI, LA PRODUZIONE DELLE SPECIALITA' ENOGASTRONOMICHE LOCALI E DELLA TRADIZIONE, IN PRODOTTI TIPICI, L' ARTIGIANATO ARTISTICO LOCALE (STAMPE, CERAMICHE, LAVORI IN FERRO, ECC.), GLI ANTICI MESTIERI (FABBRO, TESSITURA, LAVORAZIONE VIMINI ECC) E PIU' IN GENERALE IL NS. TURISMO E AGRITURISMO, LE ATTRATTIVE STORICHE E CULTURALI DELLA TRADIZIONE RURALE, L' AMBIENTE E IL PAESAGGIO DELLA PROVINCIA, CREANDO OCCASIONI DI SCAMBIO E INCONTRO SIA CON I CITTADINI/CONSUMATORI CHE CON ALTRE REALTA' RURALI E ARTIGIANALI

ALLEGATO A/2013 RELAZIONE DESCRITTIVA

4.3 Enti e soggetti istituzionali ed economici sul territorio coinvolti come partner nel progetto/iniziativa IN PRIMIS LA CAMERA DI COMMERCIO E LA PROVINCIA DI RAVENNA, MA INIZIATIVA PER INIZIATIVA I COMUNI INTERESSATI ALL' EVENTO, COMUNQUE E SEMPRE TERRE DI FAENZA PER LA PROMOZIONE E IL SUPPORTO LOGISTICO E MEDIATICO, OLTRE A SLOWFOOD EMILIA ROMAGNA E CONDOTTA DI RAVENNA, MUSICA NELLE AIE E ALTRI PARTNER CHE CONDIVINDO GLI OBIETTIVI SARANNO COINVOLTI NELLE SINGOLE INIZIATIVE

4.4 Numero di imprese che si intende coinvolgere direttamente e indirettamente nel progetto/iniziativa PER LA FESTA ARTUSIANA SONO COINVOLTI PRODUTTORI AGRICOLI E ARTISTI ED ARTIGIANI DELLA PROVINCIA DI RAVENNA

PER L' EVENTO DI SAN GIOVANNI SONO COINVOLTE 4-5 AZIENDE AGRICOLE CHE A LORO VOLTA OSPITANO ALTRE 4/5 AZIENDE DURANTE L' EVENTO; A GIOVINBACCO LE PRESENZE DELLE IMPRESE AGRICOLE SARANNO 15. ALLE AZIENDE AGRICOLE PARTECIPANTI SI ASSOCIERANNO ARTIGIANI, ESPERTI, SCRITTORI E GIORNALISTI ESPERI DELLE TRADIZIONI E DEI PRODOTTI TIPICI LOCALI

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

L' OBIETTIVO PRIMO E' QUELLO DELLA PROMOZIONE DEL TERRITORIO E DEI SUOI PRODOTTI CHE SI DECLINA NELLE VARIE INIZIATIVE IN MODI DIVERSI.

CON LA PARTECIPAZIONE ATTIVA ALLE FESTE ARTUSIANE CON LE AZIENDE SOCIE DE IL LAVORO DEI CONTADINI E CON DIVERSI ARTIGIANI E ARTISTI, NONCHE' CON L' ALLESTIMENTO DELLA MOSTRA ALLA CHIESA DI SERVI DI FORLIMPOPOLI, L' OBIETTIVO è QUELLO DI FORNIRE UNA OPPORTUNITA' DI SVILUPPARE IN UN CONTESTO DI EVENTI ORMAI STORICO E PARTECIPATO DA VISITATORI PROVENIENTI DA TUTTE LE PARTI DI ITALIA LA CULTURA DEL PRODOTTO TIPICO, DELL' ARTIGIANATO LOCALE E DELL' ARTE IN ROMAGNA.

PER L' INIZIATIVA DI SAN GIOVANNI L' OBIETTIVO E' QUELLO DI COINVOLGERE I CLIENTI/CONSUMATORI, PORTANDOLI NELLE AZIENDE AGRICOLE E AGRITURISTICHE CHE PRODUCONO E VENDONO DIRETTAMENTE PRODOTTI FRESCHI E TRASFORMATI, COME SERVIZI. CIO' NELL' OTTICA DI PROMUOVERE E POTENZIARE IL SISTEMA DI VENDITA DIRETTA, ACCORCIANDO LE FILIERE, EVITANDONE LE STORTURE TIPICHE, ATTRAVERSO LA CONOSCENZA DEL PRODOTTO E DEI SUOI SISTEMI E TECNICHE DI PRODUZIONE E TRASFORMAZIONE. GIOVINBACCO RAPPRESENTA PER L' ASSOCIAZIONE UN' IMPORTANTE VETRINA CHE CON GLI OLTRE 7-8.000 VISITATORI, CARATTERIZZATI DA UN ETA' MEDIA MOLTO BASSA, UN MOMENTO IMPORTANTE DI VISIBILITA' PER LE PROPRIE AZIENDE ASSOCIATE E PER I LORO PRODOTTI DEL TERRITORIO, MA ANCHE UNO SCAMBIO E UN INFORMAZIONE DI CULTURA E TRADIZIONI RURALI CON POTENZIALI NUOVI CLIENTI, CHE DIVERSAMENTE NON SI AVREBBE L' OPPORTUNITA' DI INCROCIARE, COSI' NUMEROSI E SOPRATUTTO CURIOSI E PREPARATI, IN ALTRE OCCASIONI.

ALLEGATO A/2013 RELAZIONE DESCRITTIVA

SI RITIENE CHE LE INIZIATIVE PRESENTATE RIVESTANO IL CARATTERE DI POTER GARANTIRE, SEPPURE IN MODI E FORME DIVERSE, MA COMPLEMENTARI FRA LORO, DELLE RICADUTE POSITIVE E DURATURE SUL SISTEMA ECONOMICO PROVINCIALE.

4.6 Ricadute previste sull'economia ravennate e sulla promozione del territorio
COME GIA' SCRITTO, SI RITIENE CHE LE INIZIATIVE, COSI' COME PROPOSTE, POSSANO AVERE RICADUTE POSITIVE SULL' ECONOMIA RAVENNATE, CON LA PROMOZIONE DI AZIENDE AGRICOLE, AGRITURISTICHE, DEI LORO PRODOTTI TIPICI LOCALI, DELLA CULTURA DEL TERRITORIO, CONTRIBUENDO FATTIVAMENTE ALLA PROMOZIONE DELLO STESSO TERRITORIO ANCHE AL DI FUORI DEI CONFINI PROVINCIALI

5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

5.1 Progettazione e analisi del contesto

IL PROGETTO VEDE COINVOLTE IN PRIMA ISTANZA LE 20 AZIENDE SOCIE DE IL LAVORO DEI CONTADINI, AZIENDE CHE HANNO COME OBIETTIVO LA VENDITA DIRETTA E ALLA VALORIZZAZIONE DEI LORO PRODOTTI TIPICI ED ENOGASTRONOMICI. IN PARTICOLARE IL PROGETTO DEGLI AGRITURISMI E' QUELLO DI PROPORRE RICETTE DELLA TRADIZIONE. I VISITATORI SONO COINVOLTI IN VARI MODI E CON IL CONTATTO CON LE AZIENDE POSSONO COGLIERE L' OCCASIONE DI ASSAGGIARE E APPREZARE IL PRODOTTO TIPICO LORO OFFERTO, ASSIEME ALLE TECNICHE DELLA SUA PRODUZIONE, ALLA CULTURA E ALLA TRADIZIONE CHE ANCORA OGGI CONTRASSEGNA LA CAMPAGNA E CHE SE NON CORRETTAMENTE SUPPORTATE RISCHIANO DI PERDERSI. SONO MOMENTI PER CONOSCERE LE RICETTE DELLA TRADIZIONE DELLE CAMPAGNE, LA MUSICA E I BALLI NELLE AIE, GLI ANTICHI MESTIERI PER UNA MASSIMA VISIBILITA' DELL' INTERO TERRITORIO.

5.2 Fasi della realizzazione del progetto

DURANTE SAN GIOVANNI ALCUNE DEI SOCI APRIRANNO LA LORO AZIENDA METTENDO A DISPOSIZIONE DEI LORO OSPITI PRODOTTO TIPICI, VINI LOCALI DI PRODUZIONE PROPRIA, PERNOTTO E RISTORAZIONE IN DIVERSI AGRITURISMI. NEGLI ALTRI DUE APPUNTAMENTI DI PENNABILLI E RAVENNA, LE AZIENDE ALLESTISCONO UN PROPRIO STAND E PROPRI PUNTI DI VENDITA E DI DEGUSTAZIONE GUIDATA DEI PROPRI PRODOTTI E VINI, VALORIZZANDO E PROMUOVENDO IL TERRITORIO DELLA PROVINCIA DI RAVENNA.

GLI STAND SONO REALIZZATI IN COLLABORAZIONE CON GLI ARTISTI CHE COLLABORANO CON L' ASSOCIAZIONE (CERAMISTI, FABBRI, STAMPATORI DI TELE, ECC.)

COME METODO DI LAVORO IL CONSIGLIO PROPONE LE INIZIATIVE AI PROPRI ASSOCIATI; OGNI AZIENDA DELL' ASSOCIAZIONE PROPONE POI IN CONSIGLIO IL PROPRIO PROGRAMMA PER L' EVENTO. DALLA VALUTAZIONE DEL PROGRAMMA E DALLA DISTRIBUZIONE DEI COMPITI SPECIFICI, CHE SONO COORDINATI DAL

ALLEGATO A/2013 RELAZIONE DESCRITTIVA

PRESIDENTE E A SECONDA DELLE OCCASIONI DA DIVERSI SOCI. IL PRESIDENTE NORMALMENTE INTRATTIENE I RAPPORTI CON GLI ORGANIZZATORI, I PROMOTORI E I COLLABORATORI ESTERNI, NONCHE' CON GLI ARTISTI, SCRITTORI E GIORNALISTI CHE COLLABORANO ALLE SINGOLE INIZIATIVE. POI SI GIUNGE LA FASE DI PREDISPOSIZIONE REALIZZAZIONE DEL DEPLIANT E DEGLI ALTRI MATERIALI PROMOZIONALI , SI METTE IN MOTO LA MACCHINA COMPLESSA DELLA PROMOZIONE, ANCHE IN COLLABORAZIONE CON I PARTNERS, CHE VA DALLA DISTRIBUZIONE DEI MATERIALI, ALL' INVIO ANCHE TELEMATICO DELL' EVENTO, LA PREDISPOSIZIONE NEL SITO DELL' ASSOCIAZIONE DI PAGINE DEDICATE.

5.3 Promozione/comunicazione (descrivere anche le azioni di promozione del contributo camerale)
LA PROMOZIONE E' CURATA DIRETTAMENTE DALL' ASSOCIAZIONE CON LA PRODUZIONE DI 2.500 DEPLIANT PER SAN GIOVANNI, E ALTRI MATERIALI SPECIFICI PER GLI ALTRI EVENTI, SPESSO IN COLLABORAZIONE CON GLI STESSI GESTORI. I MATERIALI RIPORTANO L' INTERO PROGRAMMA. INOLTRE TERRE DI FAENZA, PARTNER DELL' EVENTO CURA ATTRAVERSO IL PROPRIO UFFICIO STAMPA L' EVENTO SIA SUI GIORNALI NAZIONALI CHE SU QUELLI DI INTERESSE LOCALE. L' ASSOCIAZIONE ATTRAVERSO LE SUE MAILING LIST RAGGIUNGE CIRCA 1.000 NOMINATIVI. ALTRO PARTNER CHE E' IMPEGNATO NELLA PROMOZIONE DELL' EVENTO E' MUSICA NELLE AIE CHE ATTRAVERSO LA SUA NEWS LETTER INFORMA I PROPRI SOCI E SIMPATIZZANTI IN TUTTA L' ITALIA. SLOW FOOD, CONDOTTA DI RAVENNA E' EGUALMENTE IMPEGNATO A COMUNICARE L' EVENTO NELL' AMBITO DEL PROPRIO CIRCUITO DI SOCI E AMICI. SUI DEPLIANT PRODOTTI DALL' ASSOCIAZIONE, SUL MATERIALE PROMOZIONALE E SUI COMUNICATI STAMPA, NONCHE' NELLE PAGINE DEDICATE NEL SITO DELL' ASSOCIAZIONE SARA' INSERITO IL LOGO CAMERALE E QUINDI DATO RISALTO AL CONTRIBUTO CAMERALE STESSO.

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

VALUTAZIONE QUALITATIVA: SARA' MONITORATO A CAMPIONE IL VALORE GRADIMENTO CON INTERVISTE A PARTECIPANTI DURANTE LE PRINCIPALI INIZIATIVE DEL EVENTO

6 ALLEGATI (documenti uniti in allegato alla relazione – facoltativi)
SCHEDE E CURRICULUM ASSOCIAZIONE

Faenza, 09 GIUGNO 2013

firma del legale rappresentante
(documento firmato digitalmente)
ITALO GRAZIANI