

SCHEDA B

Format per la presentazione della manifestazione di interesse per la realizzazione di interventi nel quadro dell'attività IV.I.2 Azioni di promozione integrata del patrimonio ambientale e culturale

(il format va compilato unicamente se si intendono presentare interventi di promozione integrata del patrimonio culturale, storico, artistico ed ambientale, correlati all'intervento di cui alla scheda A)

A. CARATTERISTICHE E DESCRIZIONE DELL'IDEA PROGETTO

<p>Amministrazione Provinciale di: RAVENNA</p> <p>Referente dell'Amministrazione Provinciale Nome: Alberto Rebucci Funzione: Dirigente Attività Produttive e Politiche Comunitarie Tel.: 0544 258150 E-mail: arebucci@mail.provincia.ra.it</p>
<p><i>Patrimonio culturale, storico, artistico, architettonico ed ambientale oggetto della promozione: (riportare quanto indicato nella scheda A)</i></p> <p>Proposta di co-marketing per la promozione delle città d'arte e cultura (Ravenna, Faenza e Lugo) della provincia di Ravenna nell'ambito di una più generale azione promozionale per la valorizzazione dei beni del patrimonio culturale delle Città d'arte e cultura della Regione Emilia-Romagna, connesso ai seguenti progetti (schede A):</p> <ul style="list-style-type: none">▪ "valorizzazione integrata del patrimonio culturale e architettonico della città di Ravenna e dell'area archeologica, per uno sviluppo sostenibile ed una maggiore attrattività durante tutto l'arco dell'anno dell'intero sistema turistico - costiero dell'Emilia-Romagna";▪ "restauro e recupero di importanti parti della Rocca Estense di Lugo finalizzata a realizzare una vasta area espositiva e a creare un percorso unitario tra la Piazza - mercato (Piazza Martiri) e la zona centrale delle Piazze Garibaldi e Baracca e del Pavaglione per rafforzare la crescita di Lugo quale meta del turismo culturale";▪ "Interventi per la valorizzazione, fruizione e qualificazione delle emergenze culturali del centro storico e dei Palazzi da dedicare alle attività espositive della città di Faenza quale luoghi per esposizioni culturali di qualità per l'incremento dell'attrattività turistica e commerciale dell'area";
<p>Soggetto Beneficiario dell'intervento: <i>(indicare l'ente locale o il consorzio/associazione di enti locali, che svolgerà le attività di promozione)</i></p> <p>PROVINCIA DI RAVENNA</p>

<p>Descrizione delle strategie ed azioni promozionali da attuare <i>(Descrizione degli interventi e delle spese necessarie per la realizzazione dell'intervento, indicazione del target di riferimento delle iniziative promozionali ed integrazione-coerenza con altri strumenti regionali di promozione)</i></p> <ul style="list-style-type: none">▪ <u>Strategie</u> <p>Il prodotto <i>città d'arte e cultura</i> si è rafforzato negli ultimi anni quale motivo di scelta e come luogo di vacanza per italiani e soprattutto per i turisti stranieri .</p> <p>Negli ultimi dieci anni la crescita del prodotto turistico legato alla città d' arte e cultura di Ravenna è cresciuta fortemente e si è caratterizzata come offerta destagionalizzata per l'intero arco dell' anno.</p> <p>Negli ultimi anni è cresciuto considerevolmente anche il trend turistico di Faenza, Lugo e Bagnacavallo posizionando il distretto turistico ravennate fra i distretti turistico-culturali emergenti</p> <p>Tali risultati sono il frutto non solo di un patrimonio storico di grande valore che è stato conservato e valorizzato ma anche di ingenti investimenti in campo culturale che ha consentito la messa in valore di nuove testimonianze del patrimonio culturale (es. Domus dei Tappeti di Pietra a Ravenna) e la</p>

realizzazione ogni anno di grandi eventi espositivi, musicali, fieristici in tutti i centri principali del territorio

Con la realizzazione e la piena funzionalità degli interventi previsti nelle tre schede A connesse al presente progetto di promozione si pongono le basi per un ulteriore salto di qualità del posizionamento della provincia di Ravenna nel segmento del turismo culturale.

In particolare l'inaugurazione del Museo Archeologico di Classe quale uno dei più importanti musei italiani per i reperti archeologici e di epoca romana e bizantina porrà le basi per un forte rilancio dell'immagine di Ravenna e dell' Emilia-Romagna a livello internazionale e per un allungamento della permanenza turistica in città nel corso dell'intero anno. Tali novità rafforzeranno anche la candidatura di Ravenna quale capitale della Cultura per il 2019.

Ma anche i consistenti interventi previsti a Faenza e Lugo inseriranno stabilmente anche tali città nel circuito delle città medie di arte e cultura con un effetto positivo su tutto il bacino dalla Romagna a Bologna

L'obiettivo primario dell'azione di co-marketing qui proposta, per i centri storici della provincia di Ravenna (Ravenna, Faenza, Lugo) sarà quello di valorizzare e promuovere da un lato le loro emergenze culturali, spesso eccellenze uniche al mondo e di marcare l' attenzione sulle novità introdotte con gli interventi previsti nelle schede A; dall'altro i loro centri commerciali naturali e di primaria importanza con significativi effetti sulla qualità sociale della vita, sulla attività economica e sullo sviluppo turistico dell'intera provincia.

Perché queste risorse possano diventare anche attrattive turistiche, e svolgere la funzione di elementi capaci di attivare flussi di turisti richiesti dalle attese di sviluppo socio-economico locale e del territorio, i beni artistici e/o paesaggistici devono essere promossi al fine di rispondere a requisiti di valorizzazione orientata al mercato, identificabili nelle caratteristiche di: - riconoscibilità (=visibilità); - accessibilità (=fruibilità) e integrati con i servizi e l' attività di promo-commercializzazione degli stessi operatori privati.

▪ **Azioni di promozione**

Promozione del nuovo Museo Archeologico di Classe a partire dalla sua inaugurazione che deve divenire un evento di rilievo nazionale e internazionale, dei principali percorsi, attività espositive, conferenze e giornate di studio negli spazi oggetto di recupero valorizzandoli al punto da essere riconosciuti fra i più importanti a livello provinciale (come previsto dalle schede A la sala Ex Pescherie, salone estense e sale della torre sud-est a Lugo, la Cattedrale, la Torre Civica e il Palazzo Comunale a Faenza)

Valorizzazione, a seguito degli interventi di riqualificazione delle Piazze – Mercato e dei centri storici, di attività legate al rilancio delle attività commerciali, promuovendo nell'intero arco dell'anno eventi e appuntamenti serali con negozi aperti (a Lugo il Mercoledì Sotto le Stelle – Festa d'Estate – Natalissimo – San Silvestro in Piazza); di eventi, mercati ed esposizioni di grande richiamo a Faenza valorizzando la sua antica vocazione fieristica); di attività conviviali e rassegne enogastronomiche dedicate alle tipicità del territorio (Lugolosa a Lugo).

Promozione e valorizzazione dei tre centri storici sostenendo percorsi nuovi o esistenti di riqualificazione commerciale e turistica e proposte di animazione realizzate in collaborazione coi commercianti (Notte d'Oro – Mare d'inverno – Natale a Ravenna) ; riqualificazione di tutto il sistema di arredi e percorsi turistico-culturali, implementando in generale tutto il sistema di segnaletica turistica e in particolare per la città di Ravenna riproporre in forme aggiornate, il segno del mosaico come elemento caratterizzante, unificante ed identitario di questa città capitale riconosciuta del mosaico nel mondo; a Faenza valorizzare l'artigianato artistico promuovendo manifestazioni internazionali della ceramica presso il MIC

Valorizzazione dell'area del Parco Archeologico e del Museo Archeologico di Classe, una volta ristrutturato e inaugurato, utilizzando e valorizzando il percorso pedonale-ciclabile recentemente realizzato dalla Provincia di Ravenna.

Promozione di un grande evento di rilievo nazionale per tutto il sistema culturale e turistico regionale, in occasione dell'inaugurazione del Museo Archeologico e dell'area espositiva prevista nel 2011.

Stimolare un nuovo tipo di turismo tematico di qualità, in un territorio capace di offrire la cultura della "meccanica d'eccellenza" promuovendo e rafforzando le azioni già in atto, legate al progetto regionale "Terra di Motori" e "Motor Valley la passione si fa storia" di cui le città di Ravenna, Faenza e Lugo sono partner; valorizzare e promuovere le strutture già esistenti: Museo Baracca di Lugo e il suo Cavallino

Rampante simbolo della Ferrari nel mondo; Museo Collezione Vespa Mauro Pascoli a Ravenna considerata una delle 12 collezioni eccellenze del territorio regionale; Minardi Team di Faenza, promuovendo eventi che creino un vero e proprio network tematico, partendo anche dalla installazione di segnaletica turistica finalizzata al miglioramento della loro visibilità.

- **Azioni di promozione attraverso la stampa, i media e il web**

Le novità previste con gli interventi delle Schede A imporranno la revisione di tutti i materiali promozionale dedicato ai percorsi storico-artistici delle tre città d' arte direttamente interessate agli interventi stessi come opuscoli informativi tradotti nelle principali lingue, locandine, e materiale didattico

Analogamente andranno reimpostati tutti i siti web istituzionali della provincia, dei Comuni e delle stesse Unioni di Prodotto e della Regione Emilia-Romagna per tener conto delle importanti novità introdotte con i nuovi investimenti in campo culturale anche ricorrendo a tecnologie innovative che facilitino la fruizione del patrimonio culturale (es. Visite virtuali, ricostruzioni in 3 D dei principali monumenti UNESCO ecc.)

Azioni di Web Advertising che favoriscano l'interattività e lo scambio di informazioni e conoscenza e la promo-commercializzazione di pacchetti turistici integrati, con il forte raccordo con la parte privata, per la valorizzazione del patrimonio storico e artistico e di un turismo legato all'offerta ludica (esempio Mirabilandia)

Azioni mirate di Advertising su giornali e riviste specializzate nel turismo delle città d'arte specie in concomitanza di eventi di particolare rilievo (es. inaugurazione del Parco archeologico di Classe)

Produzione di materiale informatico e multimediale e supporto logistico e organizzativo alle emittenti televisive per la realizzazione di trasmissioni promozionali delle città; trasmissione di immagini fotografiche su supporti magnetici per la realizzazione di pubblicazioni o inserti

Realizzazione di una Card turistica della provincia di Ravenna che faciliti la fruizione dell'intero patrimonio culturale e turistico della provincia di Ravenna

- **Target di riferimento**

Operatori dell'intermediazione(Tour Operator, Agenzie di viaggio, Club, Cral) e Associazioni culturali ; stampa ed editoria specializzata;; turista individuale e pubblico mirato; imprese che svolgono o intendono svolgere iniziative in campo turistico; famiglie; visitatori abituali di musei e città d'arte; studenti delle scuole di ogni ordine e grado; turismo organizzato; turismo straniero tradizionale ed emergente; Terza età. Una particolare attenzione andrà rivolta al turista dell' area costiera per favorire il ritorno in altri periodi dell' anno e per suggerire una più forte integrazione del turismo balneare con quello culturale e naturalistico al fine di un arricchimento delle motivazioni della vacanza e di una progressiva stagionalizzazione.

- **Integrazione - coerenza con altri strumenti regionali di promozione**

Le scelte alla base del progetto di promozione trovano:

- **coerenza** con il PTPL Piano Turistico di Promozione Locale della Provincia di Ravenna che prevede in particolare la "valorizzazione e qualificazione dei percorsi turistico - commerciali e dei mercati di Ravenna, Faenza e Lugo"; il rafforzamento e l'integrazione delle città d'arte in collegamento con il circuito nazionale ed europeo; l'investimento in cultura (Parco Archeologico, Musei d'arte, Centro di Documentazione del mosaico e della ceramica, rete dei musei, mostre e manifestazioni musicali e culturali) ed in strutture per le fiere e la convegnistica; l'accessibilità a monumenti e musei attraverso un più stretto coordinamento delle attività di biglietteria, degli orari di apertura,(fino alla sperimentazione, dopo un attento studio di fattibilità di una CARD che faciliti la fruizione dell'intero patrimonio culturale e turistico della provincia di Ravenna); qualificazione della ricettività; affrontare con strutture adeguate i segmenti del turismo organizzato, del turismo scolastico e giovanile; valorizzare i percorsi commerciali nei centri storici e l'artigianato artistico ed

i prodotti tipici; la partecipazione a progetti comunitari che possano assicurare la valorizzazione dell'offerta culturale integrata dei Paesi europei attorno al mare Adriatico. (ad esempio si sta lavorando per la presentazione di un nuovo progetto per la valorizzazione dei Siti Unesco dell'Adriatico).

- **coerenza** con l'indirizzo consolidato della politica turistica regionale e gli indirizzi strategici relativi alla promozione e commercializzazione turistica che confermano e raffmano la costruzione un sistema di interrelazione e coordinamento tra prodotti e territori all'avanguardia in Italia in cui il ruolo degli enti pubblici dovrà concretizzarsi in una partnership con il territorio, superando il mero approccio normativo, e dovrà essere di supporto alla rete promo-commerciale, ben oltre la mera promozione istituzionale;
- **integrazione** con il compito delle Unioni di prodotto che costituiscono, la cerniera operativa tra il ruolo pubblico e le esigenze degli operatori privati confermando la necessità di rafforzare le sinergie con gli enti locali, migliorando la capacità di ascolto e di proposta delle Unioni nell'assecondare le iniziative dei soci pubblici, legandole alle azioni dei soci privati. **In particolare**, come previsto dal Piano degli obiettivi dell'Unione di Prodotto Città d'Arte valorizzare le eccellenze di ciascuna città, attraverso eventi di richiamo con azioni principalmente rivolte a presentare un circuito di città fruibili sul territorio regionale in un'ottica di sistema, promuovendo le offerte permanenti e quelle realizzate in corrispondenza di eventi di richiamo; ideare nuovi prodotti con caratteristiche di peculiarità, innovazione in direzione di una maggiore integrazione territoriale

Innovatività negli strumenti da utilizzare per la promozione anche in termini di utilizzo di nuove tecnologie

Nell'ambito della valorizzazione e promozione dei percorsi culturali si utilizzeranno tecnologie innovative (informatiche, multimediali e interattive) allo scopo di fornire immediatamente ai turisti e cittadini fruitori del servizio informazioni utili circa i percorsi, itinerari, emergenze storiche e culturali da visitare e ottimizzare il rapporto costo/beneficio degli interventi di promozione

Tempi stimati di avvio, realizzazione e conclusione dell'intervento

La progettazione esecutiva degli interventi promozionali sarà messa a punto, d'intesa con la Regione Emilia-Romagna, l'APT e l'Unione di prodotto Città d'arte entro il 31/12/2008, l'attività di promozione interesserà gli anni 2009, 2010 e 2011 e si svilupperà in concomitanza con la realizzazione, l'inaugurazione e la piena operatività degli interventi previsti nelle schede A collegate al progetto promozionale.

Risultati attesi dall'intervento (cfr indicatori pertinenti dell'asse IV.I.I del POR)

Dal complesso ed articolato ma coerente insieme di interventi proposti ci si attende

- a) il rafforzamento del turismo culturale, rilanciando e completando l'idea dello specifico e unico patrimonio culturale e storico ravennate, creando le condizioni per ottenere il prolungamento delle permanenze turistiche durante l'intero arco dell'anno nella zona;
- b) la forte integrazione tra i beni culturali e ambientali ed il vicino contiguo sistema costiero e dell'intera costa emiliano-romagnola al fine di rafforzarne nella sua globalità l'immagine, di prolungarne la fruibilità durante l'anno, di differenziare le opportunità per il turista (mare, arte, cultura, enogastronomia, natura);
- c) l'implementazione di un sistema integrato legato ad una offerta turistica stagionalizzata a forte richiamo anche internazionale
- d) ricercare un sistema di comunicazione tra il turismo culturale, storico e artistico e quello legato agli elementi naturali e al paesaggio, in un contesto fortemente connesso e condizionato dal turismo costiero;
- e) qualificare la fruizione verso modelli fondati sulla conoscenza scientifico-naturalistica e storico-culturale dei luoghi, sull'educazione ambientale, sulla didattica ecologica, e sul corretto rapporto uomo-ambiente;
- f) diversificare l'offerta turistica e le attività economiche indotte;
- g) dare risposta alle aspettative di chi intende frequentare questi luoghi fornendo possibilità svariate di accesso e percorrenza e nel contempo opportunità di conoscenza e informazione sugli aspetti naturalistici e storici, architettonici e culturali.

Si stima che l'apertura dei nuovi spazi e percorsi nella città di Lugo possa generare un flusso aggiuntivo di visite legate agli eventi culturali nell'ordine di almeno 100.000 all'anno con riflessi positivi sugli arrivi e le

presenze turistiche che si stima di almeno il 25% ripartito in modo equilibrato nell'intero arco dell' anno, sull' attività del mercato in sede pubblica di Lugo, sull'occupazione qualificata specie di giovani e donne;
 Per la città di Faenza un aumento del 25% dell'attrattività del Centro storico; aumento di almeno il 5% delle presenze turistiche in città distribuita in modo omogeneo sull'intero arco dell' anno a rafforzamento di un processo già in atto di destagionalizzazione del turismo legato alla città d' arte e cultura; aumento dell'attrattività commerciale del Centro storico della Città e migliore accessibilità a vantaggio delle persone diversamente abili (indicatore: metri lineari di barriere architettoniche eliminate);
 Si prevede che al Museo Archeologico di Classe si recheranno ca. 250mila visitatori/anno. Il Museo stesso impiegherà circa 50 dipendenti oltre ai 20 già presenti presso la struttura gestita dalla Fondazione Ravennantica. La creazione di un sistema museale forte all'interno del Parco Archeologico di Classe, comporterà lo sviluppo e/o l'implementazione di un sistema indotto di servizi ad esso connessi (ricettività, ristorazione, punti vendita prodotti locali, ecc.) con un connesso incremento anche del numero di addetti.
 Tali interventi si stima che possano produrre una crescita di arrivi e presenze legate alle città d' arte e cultura del territorio compresa tra il 5 e il 10% entro il 2013.

Coerenza dell'intervento da realizzare con la strategia del POR e con l'obiettivo specifico dell'Asse IV:

Il progetto di co-marketing proposto è coerente con la strategia del POR – FESR Regione Emilia Romagna e, in particolare con gli obiettivi specifici dell'Asse IV, in quanto si propone il miglioramento della sostenibilità della fruizione attraverso diverse azioni:

1. rafforzare e migliorare la fruibilità dei principali beni storici e culturali di una zona;
2. favorire la destagionalizzazione attraverso l'integrazione tra più segmenti di turismo, quello della costa, quello ambientale, quello culturale e delle città d'arte
3. individuazione e strutturazione di un sistema di itinerari di accesso e/o percorrenza dei siti fondato su una distribuzione del carico equilibrata e orientata alla dissuasione dalle zone maggiormente sensibili al disturbo su habitat e specie;
4. valorizzare il patrimonio culturale e dei percorsi turistico commerciali;
5. sviluppare la competitività del sistema turistico delle imprese, del territorio e dei prodotti tipici;
6. sviluppare un turismo sostenibile, promuovendo una migliore accessibilità all'area, la nascita di nuovi servizi, collegamenti ai centri storici e area ambientale circostante, in genere creando un ambiente accattivante e "leggibile" da più segmenti di turisti che porti ad un riqualificazione economica del territorio;

Le azioni di promozione sono volte inoltre a consentire di trarre vantaggio dalle risorse culturali e storiche, artistiche ed architettoniche la cui fruibilità è certamente migliorabile attraverso interventi sinergici e interrelati con obiettivi di sviluppo degli operatori economici privati e pongono le basi per progetti di promozione turistica ed eco turistica che possono fare perno sulla valorizzazione dei centri storici quale vetrina del territorio e dei suoi prodotti di eccellenza, proponendo pacchetti ed itinerari di scoperta e di fruizione.

2. B. QUADRO FINANZIARIO DELL'INTERVENTO*

Fonte	Importi (in Euro)	% sul totale
Risorse POR	80.000,00	80%
Risorse a carico del soggetto beneficiario	20.000,00	20%
TOTALE	100.000	100%

Non sono previsti valori minimi.

E' , previsto un co-finanziamento minimo a carico del beneficiario pari al 20% del valore complessivo dell'intervento finanziato