



WORKSHOP: LA STRADA DEI VINI E DEI SAPORI DELLA PIANURA RAVENNATE

**Giovedì 11 novembre 2010
Centro Culturale Casa Conti Guidi,
Bagnacavallo**

PRESENTAZIONE DEL PERCORSO DI COSTITUZIONE DELL'ITINERARIO E DEL QUADRO STRATEGICO DI RIFERIMENTO

Principi ispiratori della legge 23/2000:

Interprofessionalità
Visibilità delle **Aziende**
Promozione del **Territorio**
Qualità

Gli itinerari enogastronomici istituiti dalla LR 23/2000 sono orientati alla promozione del territorio e del turismo legato al vino e ai prodotti dell'agricoltura

Secondo una definizione derivante dal settore turistico le Strade sono a tutti gli effetti riconosciute come “Club di Prodotto” dovendo documentare tra l’altro di disporre di un numero minimo di posti letto.

Un disciplinare di qualità fissa i requisiti minimi dell'offerta di prodotti o servizi da parte degli associati.

Tali requisiti sono declinati per le varie possibili tipologie di associati:

- Aziende vitivinicole
- Aziende agrituristiche
- Aziende agricole con produzioni tipiche
- Enotecche
- Ristoranti
- Strutture alberghiere ed extra alberghiere
- Aziende artigiane
- Associazioni di categoria, Istituti scolastici, Associazioni culturali, Consorzi di tutela
- Agenzie turistiche
- Enti locali e Aziende speciali

Che cosa fanno le Strade dei Vini e dei Sapori

- Promozione del territorio e dei suoi prodotti
- Animazione del territorio assieme agli imprenditori e agli Enti locali
- Presidio e stimolo del miglioramento qualitativo
- Interazione con il settore turistico per la strutturazione e la vendita dei servizi.

Che cosa possono aspettarsi le imprese associate

- Sistema di segnaletica stradale - anche aziendale - installato e mantenuto efficiente
- Presenza nei canali della promozione turistica e territoriale della propria struttura e dei propri prodotti.
- Opportunità e canali commerciali
- Coinvolgimento nello sviluppo delle politiche di marchio del territorio
- Sviluppo di un linguaggio coordinato per la valorizzazione del territorio
- Formazione e accesso a percorsi di sviluppo e miglioramento

Tipologia sostituita D (privata)



Tipologia B1 (doppia soluzione)



A che cosa sono tenute le imprese associate

- Rispetto del disciplinare con i requisiti minimi
- Iniziativa nella promozione del territorio
- Disponibilità e capacità di informazione all'ospite
- Contribuzione alle attività attraverso la quota associativa annua
- Disponibilità e motivazioni verso percorsi di integrazione, sviluppo, miglioramento

Strada del Sangiovese

Strada dei Vini e dei Sapori delle colline di Faenza

Strada del Sangiovese

Strada dei Vini e dei Sapori delle colline di Faenza



La proposta di allargamento alla Pianura

Obiettivi:

- Consolidare e rilanciare l'esperienza a vantaggio di tutto il territorio provinciale
- Recuperare il ricco patrimonio di tradizioni, prodotti, accoglienza e suggestioni presente nell'area di pianura
- Integrare tutto il territorio provinciale in vista di un progetto di promozione comune dell'entroterra romagnolo

Il percorso stradale individuato

[Percorso pianura Strada dei Vini
Provincia di Ravenna.pdf](#)

- Verrà creata primariamente una rete di centri visita tematizzati sulla Strada dei Vini e dei Sapori e utilizzabili permanentemente per iniziative di promozione e lancio prodotti e servizi

Si costituirà una nuova *Assemblea dei Soci*
in cui scegliere una nuova denominazione
da proporre alla Regione e una nuova
rappresentatività nel Consiglio direttivo

Verranno istituite tre sottozone tematiche

- La Strada del Sangiovese
 - La Via delle Pievi
 - La Via del Sale

- Verrà sviluppata un'importante piattaforma promozionale interattiva di taglio promozionale e commerciale in sostituzione del portale statico attuale www.stradadelsangiovese.it
- Siti collaterali sono molto utili per il reindirizzamento dei visitatori: esempio ricerca su google.it

- Tutto questo attraverso la combinazione tra vari progetti:
- Mis.413 del PSR - GAL L'Altra Romagna
- Legge 23/2000 Regione Emilia Romagna
- Mis 413 del PSR - GAL Delta 2000

Il progetto che prende avvio in data odierna costituisce uno studio preliminare per avviare nel migliore dei modi la partecipazione dell'area Leader della pianura ravennate al sistema complessivo della Strada dei Vini e dei Sapori

Azioni previste in questa fase

- Individuazione e descrizione del paniere dei prodotti tipici dell'area
- Serie di incontri sul territorio
- Individuazione dei punti di accoglienza
- Selezione delle proposte grafiche di immagine coordinata per le sottozone
- Piano operativo per un approfondito studio di marketing territoriale

Prospettive del sistema romagnolo delle strade dei Vini e dei sapori



- Creazione di un marchio territoriale forte della Romagna dei vini, dei prodotti tipici e del turismo rurale
- Promozione della Romagna interna come destinazione turistica primaria
- Valorizzazione dell'identità e dell'autenticità dei territori
- Presidio e miglioramento della qualità

La “Grande Strada dei Vini e dei Sapori della Romagna”

2 fasce di qualità per il
miglioramento

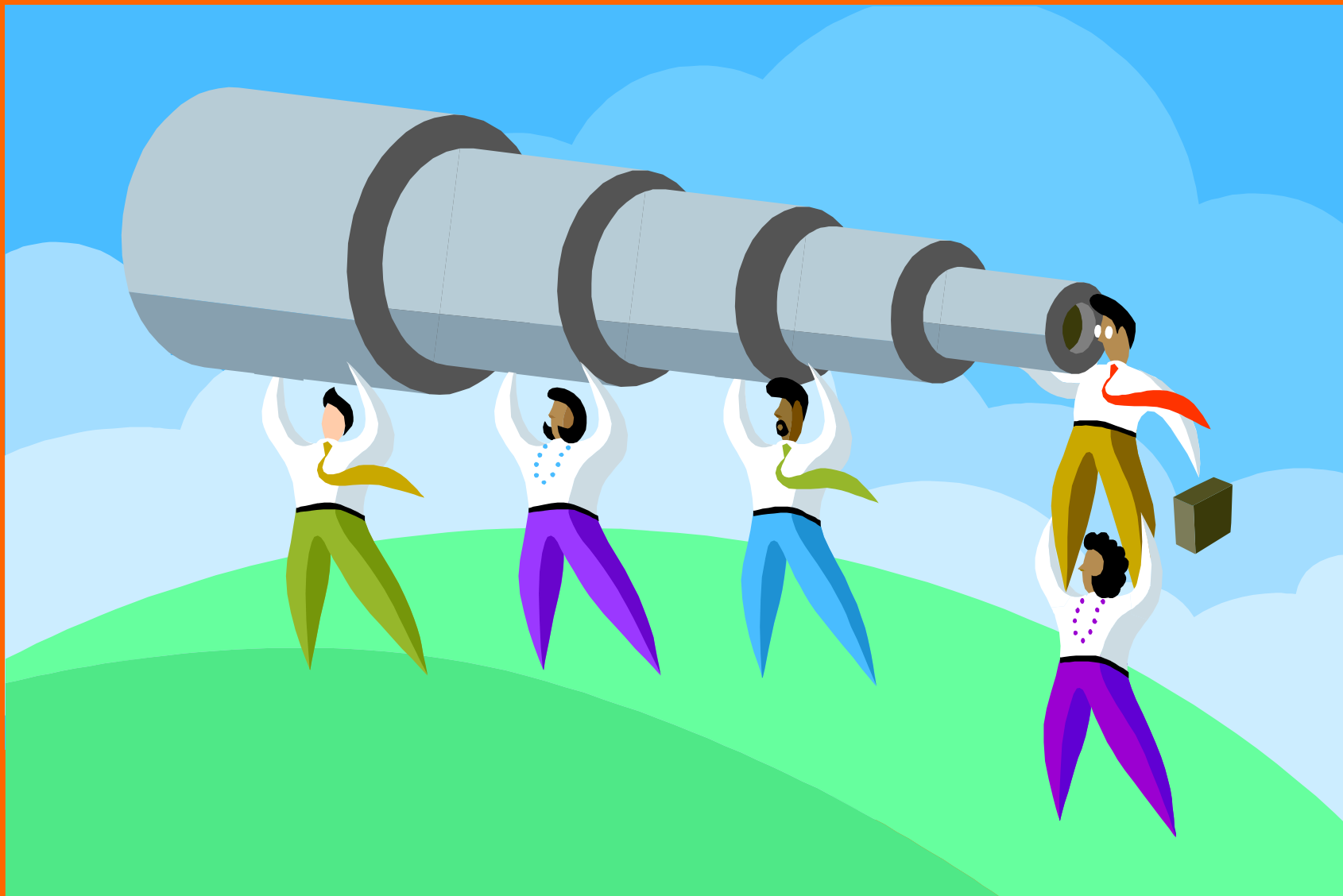
Il Marchio di qualità Romagna Terra del Sangiovese



Il nuovo concetto di Qualità di Romagna Terra del Sangiovese

Accoglienza: qualità, identità, innovatività

Un livello di eccellenza a disposizione di tutti
gli associati alle Strade dei Vini della
Romagna



Gualtiero Malpezzi
11 novembre 2010