

# FORMAT SCHEDA PROGETTO

## Operazioni a titolarità

### 1. TITOLO DEL PROGETTO

#### 1.A4) *Il Pescato della Dieta Mediterranea*

### 2. MISURA FEAMP DI RIFERIMENTO

art. 63 del Reg. (UE) n. 508/2014 – Attuazione di strategie di sviluppo locale di tipo partecipativo;  
art. 68 del Reg. (UE) n. 508/2014 – Misure a favore della commercializzazione

### 3. FINALITA' E OBIETTIVI

#### Inquadramento generale:

L'intervento ha ad oggetto azioni di promozione, comunicazione e marketing per rafforzare l'immagine del settore della pesca e promuovere le produzioni ittiche.

A tal fine, si intende cogliere l'occasione delle celebrazioni del **IX Anniversario del riconoscimento della Dieta Mediterranea come Patrimonio UNESCO**, che si terranno nel Comune di Pollica il 15 e 16 novembre 2019 e richiameranno un grande numero di visitatori ed appassionati, per diffondere le conoscenze delle specie ittiche che sono parte integrante delle Dieta stessa.

**Il progetto è esecutivo e cantierabile in quanto non si rinviene alcuna necessità di acquisire eventuali autorizzazioni o nulla osta di carattere sanitario, amministrativo o di pubblica sicurezza.**

Nel dettaglio il progetto:

- è immateriale e in quanto tale non prevede la realizzazione di manufatti o strutture fisse ancorate al terreno che necessitano di permessi e autorizzazioni anche in silenzio/assenso;
- non necessita, proprio in quanto non si prevede l'utilizzo di beni e manufatti in forma stabile, di alcun parere dell'Ente Parco o della Soprintendenza competente per territorio o di altri Enti sovraordinati;
- per esigenze di pubblica sicurezza sarà sufficiente la sola comunicazione agli Enti interessati del programma delle manifestazioni previste che si svolgono all'aperto;
- le somministrazioni di alimenti e bevande avverranno utilizzando locali di ristoratori già autorizzati;
- è realizzato dal Comune di Pollica e quindi non si rinvengono necessità di autorizzazioni a terzi ai fini dell'occupazione di suolo pubblico.

#### Output dell'Azione:

L'intervento, grazie ad una complessa strategia di comunicazione fondata sull'utilizzo di un sapiente mix di strumenti on-line ed off-line, garantirà il sostegno delle produzioni ittiche, rafforzando sinergie ed effetti e consolidando gli obiettivi del **FLAG Cilento Mare Blu**, con particolare riferimento alla promozione delle specie ittiche definite "eccedentarie", volte ad aumentare la

conoscenza delle loro caratteristiche distintive, organolettiche, dei valori nutrizionali, della stagionalità, delle tecniche di pesca e delle ricette (con azioni di dimostrazioni culinarie) fatte con l'utilizzo di questi pesci, proponendo un menù facile da preparare ma garantendo gusto, qualità e benessere, in linea con gli standard della Dieta Mediterranea.

#### 4. AMBITO TERRITORIALE INTERESSATO E LOCALIZZAZIONE FISICA DELL'INTERVENTO

Territorio del FLAG Cilento Mare Blu, Comuni di Agropoli, Castellabate, Sana Mauro Cilento, Pollica, Montecorice, Casalvelino.

#### 5. DESCRIZIONE DELL'INTERVENTO

L'intervento si svolge nel Comune di Pollica, e precisamente nelle frazioni di Pioppi ed Acciaroli, entrambi borghi di pescatori.

Ha come oggetto la realizzazione di un evento di promozione, comunicazione e marketing a sostegno delle produzioni ittiche. Si sviluppa grazie ad una complessa strategia di comunicazione che prevede l'utilizzo di un sapiente mix di strumenti on-line ed off-line, ed è rivolta sia all'interno che all'esterno dell'area di interesse, oltre a riguardare tutti i soggetti pubblici e privati che, a vario titolo, sono interessati dal settore della pesca e delle produzioni ittiche (Enti Pubblici, Enti Privati, ristoratori, consumatori, pescatori, associazioni di categoria, etc.).

L'azione sarà coordinata, rafforzandone sinergie ed effetti e consolidandone gli obiettivi, con la strategia del FLAG '**Cilento Mare Blu**', e sarà volta a:

1. Migliorare e rafforzare l'immagine del settore ittico;
2. Migliorare e rafforzare l'immagine dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura rafforzando le attività d'informazione e sensibilizzazione rivolte ai consumatori di tutte le età;
3. Promuovere il consumo dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura sui mercati regionali, nazionali e transnazionali;
4. Consolidare la lotta contro le forme illegali di pesca.

Ciò avverrà sviluppando azioni di promozione aventi ad oggetto le specie ittiche, con particolare riferimento a quelle definite "eccedentarie" di cui i mari italiani sono ricchi perché purtroppo si tratta di specie poco conosciute, difficili da trovare in commercio anche se molto economici. "**Pesce povero**", "**di scarto**" o "**dimenticato**", queste specie rientrano nella categoria del "pesce azzurro", per la colorazione dorsale blu scuro, che per le sue qualità organolettiche è insostituibile in una sana e corretta alimentazione. Facile da conservare, sia con tecniche tradizionali che con l'aiuto delle tecnologie più innovative, queste specie sono disponibili anche nei mercati lontani dal mare.

Con il progetto si cercherà di aumentare la conoscenza delle loro caratteristiche distintive, organolettiche, dei valori nutrizionali, della stagionalità e delle tecniche di pesca. Un'attenzione speciale sarà riservata alle ricette (ed alle dimostrazioni culinarie) fatte con l'utilizzo di questi pesci, proponendo un menù facile da preparare ma garantendo gusto, qualità e benessere a tavola.

Grazie anche al richiamo della "**Dieta Mediterranea**", che si celebra a Pollica proprio durante le due giornate, si punterà in definitiva ad ampliare gli sbocchi di mercato delle produzioni ittiche citate e diffondere la conoscenza delle stesse presso i consumatori, anche sfruttando la rete territoriale di attori, istituzionali e non, che ruotano intorno al Patrimonio della Dieta Mediterranea così da moltiplicare il valore aggiunto percepibile delle produzioni stesse.

## 6. ARTICOLAZIONE

L'iniziativa si articola in 4 azioni (qui brevemente presentate e successivamente dettagliate):

### **Azione 1 (trasversale): Campagna di promozione con canali on ed off line**

Si svolge per tutta la durata dell'intervento e prevede una campagna informativa, a livello regionale, dall'inizio del mese di novembre sino alla conclusione delle attività con diffusione di un report dei risultati ottenuti

### **Azione 2: Scambio delle conoscenze sulle specie ittiche eccedentarie**

La giornata del 15/11 a Pioppi, dalle ore 18.00, prevede un intenso programma di approfondimenti con mercatini a tema sui prodotti ittici, un angolo dedicato ai bambini con giochi creativi, laboratori del mare, in tre sessioni, a cura dei pescatori locali ed uno spettacolo finale.

### **Azione 3: Eventi di promozione**

La giornata del 16/11 ad Acciaroli, a partire dalle ore 17.00, prevede attività di animazione nelle piazze, nei vicoli e nei piccoli ristoranti del borgo marinaro. Nel dettaglio, si prevedono un Teatro del Gusto (coking show) con il coinvolgimento di pubblico stimato in 250 persone (la partecipazione del pubblico è assolutamente gratuita e non si prevedono ticket di alcun genere), un Laboratorio del mare, in due sessioni, con bambini direttamente impegnati nella preparazione di frittelle di pesce con il coinvolgimento di pubblico stimato in 100 persone per evento ed infine uno spettacolo musicale.

### **Azione 4 (trasversale): Segreteria organizzativa, logistica e produzione**

Si svolge per tutta la durata dell'intervento e prevede il coordinamento ed il monitoraggio delle attività ed una valutazione dei costi e dei risultati ottenuti.

## 7. RISULTATI ATTESI

La realizzazione dell'evento produrrà i seguenti impatti economici:

- sensibilizzazione dei consumatori sulle eccellenze ittiche,
- miglioramento delle prospettive occupazionali del settore ittico,
- miglioramento delle condizioni di vita dei pescatori cilentani,
- incremento reddituale delle attività economiche correlate all'evento,
- incremento reddituale dei residenti,
- maggiore richiamo di investimenti pubblici e privati nei luoghi di realizzazione dell'evento;
- aumento e sviluppo delle imprese turistiche.

## 8. LIVELLO DI PROGETTAZIONE DELL'OPERAZIONE<sup>1</sup>

Indicare se trattasi di:

- Idea progetto
- Studio di fattibilità
- Progetto preliminare
- Progetto definitivo
- Progetto esecutivo

## 9. CRONOPROGRAMMA DELLE ATTIVITA'

Data di inizio progetto	<b>4 novembre 2019 ( con avvio azioni di comunicazione)</b>
Data di fine progetto	<b>4 dicembre 2019 (inclusa rendicontazione)</b>
Durata del Progetto (mesi)	<b>1</b>

Attività	Tempi di realizzazione Lavori <sup>2</sup>					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Approvazione del progetto di fattibilità tecnica economica						
Approvazione del progetto definitivo						
Approvazione del progetto esecutivo						
Procedure di gara per l'affidamento di lavori						
Aggiudicazione definitiva dei lavori						
Stipula del contratto						
Esecuzione del contratto						
Regolare esecuzione/Collaudo opere						
Funzionalità / fruibilità dell'opera						

<sup>1</sup>

Nel caso di Operazioni realizzate da Amministrazioni Pubbliche presenti nella compagine partenariale, dovrà essere fornita evidenza che le stesse siano presenti nel relativo **Programma triennale dei lavori pubblici** (per **investimenti materiali/lavori**), o nel **Programma biennale per l'acquisizione di forniture e servizi** (per **investimenti immateriali/beni e servizi**), ai sensi dell'art. 21, comma 8, del D.lgs. 50/2016

<sup>2</sup>

La progettazione in materia di lavori pubblici si articola secondo tre livelli di successivi approfondimenti tecnici, conformemente a quanto previsto all'art. 23 del D.lgs. 50/2016 e ss.mm.ii. Per le operazioni che prevedono **investimenti materiali/lavori** va allegata una relazione tecnica, firmata da un tecnico/progettista abilitato e dal Legale Rappresentante del FLAG, con il computo metrico-estimativo dei costi previsti descritti nel dettaglio calcolati sulla base degli importi previsti dal Prezzario Regionale delle Opere Pubbliche della Regione Campania vigente al momento della presentazione. Per le categorie di lavori non riportate nel Prezzario Regionale sono ammissibili i c.d. "Nuovi Prezzi", che andranno indicati nel computo metrico con tale dicitura (in sigla "NP"). Ogni "Nuovo Prezzo" dovrà essere supportato da apposita perizia asseverata da un tecnico/progettista abilitato, controfirmata dal Legale Rappresentante del FLAG, attestante motivi e modalità della scelta nonché la congruità del nuovo prezzo determinato.

## 10. DESCRIZIONE DELLE PROCEDURE AMMINISTRATIVE PER L'AFFIDAMENTO E L'ESECUZIONE DI APPALTI DI OPERE E LAVORI<sup>3</sup>

L'intervento non prevede appalti di opere e lavori.

Attività	Tempi di realizzazione per acquisizione Beni e servizi <sup>4</sup>					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Approvazione del progetto di fattibilità tecnica economica			X			
Procedure di affidamento			X			
Aggiudicazione fornitura/prestazione						
Stipula del contratto			X			
Esecuzione fornitura/prestazione			X			
Collaudo e Certificato di regolare fornitura/prestazione		X				

## 11. DESCRIZIONE DELLE PROCEDURE AMMINISTRATIVE PER L'ACQUISIZIONE DI BENI E SERVIZI

Azione a titolarità del FLAG Cilento Mare Blu.

Attraverso una convenzione specifica redatta in ottemperanza alle norme vigenti, l'esecuzione sarà affidata al Comune di Pollica.

### Parte a cura del FLAG

## 12. QUADRO FINANZIARIO COMPLESSIVO<sup>5</sup>

Spesa ammessa totale da Decreto di Concessione come indicato nella SSL approvata	di cui Contributo pubblico	di cui Finanziamenti privati
€ 100.000,00	€ 100.000,00	---

3

Per la realizzazione delle operazioni a titolarità che prevedono l'esecuzione di opere e lavori, i FLAG devono garantire il rispetto delle procedure di evidenza pubblica, conformemente alle disposizioni comunitarie e nazionali vigenti e, in particolare, a quanto previsto all'art. 30 del D.lgs. 50/2016 e ss.mm.ii.

4

La progettazione di servizi e forniture è articolata, di regola, in un unico livello, conformemente a quanto previsto all'art. 23 – Par. 14 e 15 del D.lgs. 50/2016 e ss.mm.ii. Per le operazioni che prevedono investimenti immateriali o attività che comportano acquisizione di beni e servizi dovrà essere allegato il piano di attività ed un'analisi dei costi (consulenze, attrezzature, materiale informativo, convegni, eventi, etc.) firmata da un tecnico/progettista abilitato e dal Legale Rappresentante del FLAG

5

Determinazione della quota a carico del contributo pubblico: la spesa totale ammissibile viene ripartita tra quota a carico del contributo pubblico e cofinanziamento privato, qualora il progetto inserito nella SSL approvata preveda tale ripartizione.

### Previsione di spesa

Data di inizio progetto	<b>4 novembre 2019 ( con avvio azioni di comunicazione)</b>
Data di fine progetto	<b>4 dicembre 2019 (inclusa rendicontazione)</b>
Durata del Progetto (mesi)	<b>1</b>

Attività	Costi per anno					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Azione 1 – Piano di comunicazione		<b>€ 15.000,00</b>				
Azione 2 - Scambio delle conoscenze sulle specie ittiche eccedentarie		<b>€ 5.000,00</b>				
Azione 3 - Eventi di promozione		<b>€ 70.000,00</b>				
Azione 4 - Segreteria organizzativa, logistica e produzione evento		<b>€ 10.000,00</b>				

### 13. EVENTUALE COFINANZIAMENTO PRIVATO<sup>6</sup>

L'intervento non prevede alcun cofinanziamento privato.

### 14. PROCEDURE DI MONITORAGGIO E CONTROLLO

In una prospettiva di governance dell'intero processo, il monitoraggio e la valutazione saranno finalizzati a:

- controllare il raggiungimento degli obiettivi previsti;
- valutare l'opportunità di eventuali azioni correttive;
- valutare il livello di efficienza ed efficacia delle prestazioni erogate attraverso l'analisi post-hoc degli obiettivi concreti raggiunti e del livello di 'customer satisfaction' rilevata durante l'erogazione dei servizi.

La valutazione ed il monitoraggio del progetto saranno affidati al **Responsabile Unico del Procedimento (R.U.P.)** che utilizzerà gli strumenti necessari per:

- la raccolta di informazioni sull'avvio, l'avanzamento e la conclusione dell'intervento;
- la produzione di rapporti di dettaglio;
- la elaborazione di informazioni, necessarie per lo svolgimento delle azioni di valutazione, monitoraggio, controllo e rendicontazione dell'intervento;
- l'archiviazione e la gestione della documentazione di riferimento e di supporto all'intervento;
- la pubblicazione di informazioni di interesse pubblico.

Schematicamente, il R.U.P. curerà le seguenti fasi di lavoro:

6

Indicare le azioni e le modalità operative previste per favorire la mobilitazione di risorse private, indicando il soggetto/i soggetti che copriranno la quota di cofinanziamento privato finalizzata alla realizzazione del progetto, nonché la specifica documentazione che attesti la capacità economica del/dei soggetto/i rispetto agli oneri finanziari cui è/sono obbligati ai fini dell'attuazione del progetto. Si specifica che, comunque, tutti i costi coperti da cofinanziamento privato andranno regolarmente rendicontati al termine delle attività, supportati dai necessari documenti giustificativi delle spese sostenute, come indentificati dalle disposizioni vigenti in materia

- **Analisi dei rischi e riprogettazione dell'intervento** / Rischi endogeni o dovuti a fattori esterni
- **Raccolta e flussi di dati** / Dati di monitoraggio finanziario, fisico e procedurale
- **Monitoraggio fisico** / A livello di azione e aggregati per indicatori
- **Monitoraggio finanziario** / Andamento spese previste
- **Periodicità, diffusione dati** / Base mensile e diffusi su supporto informatico con relazioni di accompagnamento
- **Valutazione dell'efficienza e dell'efficacia** / Rilevazione sistematica risultati e effetti

Alla conclusione del servizio, sarà predisposta una Relazione che conterrà:

- evidenza dei dati di **Monitoraggio finale**
- evidenza dei dati **Valutazione finale**

Al fine di rendere possibile il trasferimento e la divulgazione dei risultati ottenuti durante l'attività saranno pubblicati e distribuiti dei pieghevoli attraverso canali off line.

### **Congruità dei costi**

La congruità dei costi sarà garantita con un'analisi dei prezzi svolta a mezzo indagine di mercato con Avviso affisso all'Albo Pretorio volto a selezionare gli operatori economici interessati all'attuazione delle azioni previste dall'intervento. Uno o più candidati, possibilmente almeno tre per ogni azione, saranno invitati a produrre un preventivo/offerta a mezzo PEC.

Il raffronto tra i preventivi così acquisiti avverrà con una relazione analitica a firma del RUP contenente l'indicazione del fornitore che avrà offerto il prezzo migliore.

### **Ammissibilità delle spese**

Per l'ammissibilità delle spese si farà riferimento alle principali categorie di spese ammissibili della Misura 5.68 del FEAMP.

Segue una lista indicativa delle spese ammissibili scelte tra quelle elencate nel DM n. 23460 del 18 novembre 2015 del MiPAAF (lett. b. e c):

- I. Riunioni, convegni, seminari, conferenze, workshop
- II. Showcooking e degustazione prodotti ittici;
- III. Percorsi di gusto (Standard promozionali del prodotto ittico)
- V. Attività ludico-didattiche creative

### VIII. Fiere e manifestazioni – Partecipazione o organizzazione

- Spese generali (costi generali e costi amministrativi): spese collegate all'operazione finanziata e necessarie per la sua preparazione o esecuzione, disciplinate nel documento "Linee Guida per l'ammissibilità delle spese del Programma Operativo FEAMP 2014/2020" (Spese Generali, par. 7.1.1.13).

Le spese generali saranno calcolate in base alla tipologia di spesa nel limite del 4% dell'importo totale delle spese riferite alle forniture e servizi.

## 15. INDICATORI DELL'OPERAZIONE A LIVELLO LOCALE<sup>7</sup>

Indicatori	Unità di misura	Quantificazione dell'obiettivo nella SSL approvata	Eventuale scostamento rispetto a quanto previsto
<b>Indicatori di risultato</b>			
<b>N. Campagne informative sulle specie ittiche</b>	1	0	----
<b>N. Eventi realizzati</b>	1	0	----
<b>Indicatori di realizzazione</b>			
<b>N. di Convegni organizzati</b>	1	0	----
<b>N. di Spettacoli musicali e di intrattenimento</b>	2	0	----
<b>N. laboratori tematici rivolti a minori anni 13</b>	2	0	
<b>N. stand gastronomici</b>	15	0	
<b>Indicatori di impatto</b>			
<b>Diffusione delle informazioni sulle specie ittiche, specie 'eccedentarie'</b>	1	0	----

### 1.A4) Il Pescato della Dieta Mediterranea

#### Piano delle Attività

La Misura si svolgerà essenzialmente attraverso lo svolgimento delle seguenti fasi/azioni:

##### Azione 1 (trasversale): Campagna di promozione con canali on ed off line

Il progetto di comunicazione prevede una soluzione integrata composta e articolata che parte dalla selezione degli elementi di maggiore rilievo delle specie eccedentarie e ne trae i principali elementi di comunicazione, con un focus sugli antichi mestieri e le tecniche di pesca dei prodotti del mare.

Dopo tutte le attività di analisi e studio sarà definita la campagna di comunicazione.

La campagna di comunicazione dell'evento si svolge per tutta la durata dell'intervento (dal 4 novembre al 4 dicembre), a livello regionale; sarà efficace ed incisiva e prevedrà un'immagine moderna ed innovativa con una strategia particolarmente orientata ad internet e ai new media, senza però tralasciare strumenti di promozione tradizionali ed istituzionali.

L'obiettivo è quello di assicurare un'ampia visibilità al progetto, veicolando in maniera corretta lo sviluppo dell'intero programma con i suoi temi e le sue attività; inoltre tale approccio è finalizzato a garantire un ritorno di immagine positivo per tutti i protagonisti coinvolti (organizzazione, istituzioni, artisti, etc.).

7

Per ogni operazione a titolarità vanno riportate le descrizioni, le unità di misura e i risultati attesi come esplicitati nella SSL approvata (cfr. Par. 8 – Descrizione degli indicatori di risultato, di realizzazione, di impatto). In caso di scostamenti e/o variazioni/integrazioni vanno esplicitati i motivi e quantificati i nuovi valori

Il messaggio visivo dell'evento sarà contraddistinto da una visual che metterà a fuoco il rapporto tra la pesca, le qualità dei prodotti ed i consumi.

I destinatari della comunicazione dell'evento saranno le famiglie appartenenti all'area regionale ed extra-regionale.

In sintesi quindi, il target ed il mercato di riferimento sono i seguenti:

- Famiglie amanti della musica e della natura, utilizzano molto internet per informarsi, si muovono in compagnia e apprezzano cibo sano ed uno stile di vita salubre.
- Mercato di riferimento: L'evento, così come concepito, si rivolge prevalentemente ad un mercato regionale ed extraregionale per cui il mercato di riferimento è sicuramente l'Italia, in particolare la Campania e le regioni maggiormente vicine come Basilicata e Lazio, ma potenziali utenti possono essere intercettati anche sul mercato estero, in particolare per i turisti che sostano nel Cilento sino alle fine del mese di novembre (Germania, Francia e Regno Unito).

## FASI

La prima fase promozionale prevede un avvio preliminare della comunicazione particolarmente forte ed impattante, che dovrà suscitare nel pubblico curiosità ed interesse. Successivamente saranno attivate le altre fasi della comunicazione che, in funzione della strategia e della pianificazione media, porranno l'accento su uno o più aspetti e dettagli del evento: natura dell'evento, date, luoghi, temi, programmi, etc.

Ai sensi dei Regolamenti comunitari sugli obblighi di informazione e pubblicità, su tutti i materiali e gli strumenti della comunicazione saranno riportati almeno i seguenti loghi:

- Flag Cilento Mare Blu,
- FEAMP Campania 2014-2020,
- Unione Europea,
- Mipaaf,
- Regione Campania – Assessorato all'Agricoltura,
- Comune di Pollica.

In dettaglio, in merito alle attività di comunicazione si prevede il seguente Piano:

### Disegno Grafico e sviluppo prodotti

Disegno grafico dei materiali della campagna informativa

Sviluppo della Corporate Identity. Immagine Coordinata

### Studio della campagna Pubblicitaria

Definizione dei Target, Segmentazione: Provenienza / Età / Reddito / stato civile / classe sociale / Profilo psicologico / Individuazione di motivazioni e necessità.

Definizione del Piano Media e scelta dei mezzi di comunicazione attraverso:

#### *Ideazione e creazione del messaggio*

*Individuazione e creazione delle azioni pubblicitarie.*

*Sviluppo degli Elementi creativi per la rete (banner)*

*Selezione media e mezzi*

### Ufficio Stampa

- creazione di un MediaKit con descrizione del programma delle attività dell'evento, del territorio, delle specie ittiche e un factsheet sui punti di forza dei comuni del FLAG;
- organizzazione di interviste con media specializzati e generalisti (giornali, radio, tv, siti web), aumentando la comunicazione all'approssimarsi dell'evento;

- focus sulla Dieta Mediterranea e le specie ittiche eccedentarie, da lanciare due giorni prima dell'evento;
- redazione di comunicati stampa e relazioni con giornalisti del settore gastronomico, turistico e generalistico;
- contatto con le principali trasmissioni televisive in onda che diano spazio ad eventi sul territorio;
- focus sulle testate locali (quotidiani e TV) per supportare la manifestazione e aumentare l'afflusso all'evento;
- recall telefonico dei giornalisti ad ogni lancio di comunicato stampa e follow up per uscita

### **Internet - Produzione on line**

Sviluppo di banner per portali, riviste online, blog, quotidiani

Sviluppo di una Campagna ADV (su canali social già esistenti Facebook o Instagram)

Promozione su Reti sociali esistenti Facebook o Instagram

### **Materiale di Stampa (Tipografia e Distribuzione)**

n. 250 Manifesti 70X100 cm

n. 500 Locandine

n. 10000 Flyer

### **Distribuzione**

I materiali di stampa sopraelencati saranno prodotti nelle quantità indicate e distribuiti secondo un Piano di distribuzione nel mese di novembre sul territorio dei Comuni del FLAG Cilento Mare Blu e del comprensorio provinciale (comuni limitrofi) nei punti di interesse pubblici (info-point esistenti, musei, comuni, etc.) e privati (operatori turistici locali).

### **Azione 2: Scambio delle conoscenze sulle specie ittiche eccedentarie**

La giornata del 15/11 a Pioppi, dalle ore 18.00, prevede un intenso programma di approfondimenti con mercatini a tema sui prodotti ittici, un angolo dedicato ai bambini con giochi creativi e laboratori del mare, in tre sessioni, a cura dei pescatori locali ed uno spettacolo finale.

Nel dettaglio, il programma della giornata è il seguente:

### **Museo Vivente della Dieta Mediterranea, Pioppi – Palazzo Vinciprova**

ore 18.00, Premiazione dei vincitori del concorso per le scuole “Disegna la Dieta Mediterranea” II edizione

ore 19.00, Giochi creativi e Laboratorio del Mare, a cura dei pescatori locali

ore 20.00, Aperitivo slow note presso gli stand gastronomici dedicati al pescato della dieta mediterranea

ore 20.30, Taglio della torta

Si prevede il coinvolgimento della Scuola Alberghiera ‘Ancel Keys’ e di Delia Notaro, governante del famoso studioso americano.

**Tutte le attività sono assolutamente gratuite e non si prevedono ticket di alcun genere.**

### **Azione 3: Eventi di promozione**

La giornata del 16/11 ad Acciaroli, a partire dalle ore 17.00, prevede attività di animazione nelle piazze, nei vicoli e nei piccoli ristoranti del borgo marinario, con un Teatro del Gusto organizzato dai pescatori locali impegnati nella preparazione di frittelle di pesce e con il coinvolgimento diretto del

pubblico, stimato in 200 persone; si prevedono, inoltre, stand gastronomici e uno spettacolo finale di grande impatto.

L'evento, infatti, si chiuderà con il saluto delle istituzioni presenti e con una tavola rotanda con la presenza di testimonial dal mondo dello spettacolo che dibatteranno sul tema raccontando la loro esperienza di approccio alla Dieta Mediterranea ed al pescato locale. Gli artisti testimonial concluderanno il loro intervento con una esibizione finalizzata a promuovere i valori dell'evento ed a lasciare una propria testimonianza utilizzabile per attività promozionale oltre l'evento.

Segue il programma della giornata:

#### **Borgo marinaro e banchina del porto, Acciaroli**

ore 19.00, Teatro del Gusto, a cura dei pescatori locali

ore 20.00, Aperitivo slow note presso gli stand gastronomici dedicati al pescato della dieta mediterranea

ore 21.30, Saluti istituzionali, incontro con i testimonial, spettacolo dei testimonial inerente alle tematiche dell'evento.

**Tutte le attività sono assolutamente gratuite e non si prevedono ticket di alcun genere.**

#### **Azione 4 (trasversale): Segreteria organizzativa, logistica e produzione**

Si svolge per tutta la durata dell'intervento e prevede il coordinamento ed il monitoraggio delle attività ed una valutazione dei costi e dei risultati ottenuti.

Nel dettaglio, la segreteria organizzativa curerà le seguenti attività:

- Organizzazione, coordinamento e gestione del partenariato con soggetti pubblici e privati (associazioni culturali e di promozione del territorio, organizzazioni di operatori turistici, etc.);
- Organizzazione, coordinamento e gestione del progetto, comprese le attività riferibili agli spettacoli previsti dalla manifestazione;
- Gestione logistica degli allestimenti e dei servizi;
- Coordinamento e supporto informativo alle attività di marketing e comunicazione previste dalla manifestazione;
- Gestione logistica delle attività degustative previste dalla manifestazione (posizionamento stand, supporto ai fornitori di materie prime ed alle attività di somministrazione di alimenti e bevande).

### Piano dei Costi

#### Azione 1 (trasversale): Campagna di promozione con canali on ed off line

**Operatore economico** esperto di marketing e comunicazione che procederà alla definizione della campagna informativa secondo le seguenti fasi operative:

**Disegno Grafico e sviluppo prodotti € 1.500,00**

**Studio della campagna Pubblicitaria € 2.500,00**

**Internet - Produzione on line € 3.500,00**

**Materiale di Stampa (Tipografia e Distribuzione) € 1.500,00**

**Distribuzione € 1.000,00**

Selezione di un **Addetto Stampa Senior**, con esperienza almeno quinquennale nel settore della comunicazione e divulgazione di progetti analoghi (Equivalente a un Docente di Fascia B del Manuale FSE Regione Campania 2014/2020) per un impegno stimato in **16 Giornate Uomo x € 300 a giornata = € 5.000,00**

**Tot. Azione € 15.000,00**

#### Azione 2: Scambio delle conoscenze sulle specie ittiche eccedentarie

**Operatore economico** esperto di organizzazione di eventi che curerà le seguenti attività:

- Premiazione dei vincitori del concorso per le scuole “Disegna la Dieta Mediterranea” II edizione
- Giochi creativi e Laboratorio del Mare, a cura dei pescatori locali
- Aperitivo slow note presso gli stand gastronomici dedicati al pescato della dieta mediterranea
- Taglio della torta

**Tot. Azione € 5.000,00**

#### Azione 3: Eventi di promozione

**Due operatori economici** esperti di organizzazione di eventi che cureranno le seguenti attività:

- Teatro del Gusto, a cura dei pescatori locali
- Aperitivo slow note presso gli stand gastronomici dedicati al pescato della dieta mediterranea
- Saluti istituzionali, incontro con i testimonial, esibizione tematica dei testimonial

**Tot. Azione € 70.000,00**

#### Azione 4 (trasversale): Segreteria organizzativa, logistica e produzione

**Operatore economico** esperto di organizzazione di eventi che curerà le seguenti attività:

- Definizione rete dei luoghi e dei soggetti che saranno coinvolti nella realizzazione delle attività € 1.500,00;
- Coinvolgimento componente istituzionale € 500,00;
- Allestimento locations area degustazioni / percorso degustativo € 4.000,00;
- Casting degli ospiti e selezione Agenzia di rappresentanza degli artisti / Spettacolo finale 3.500,00

**Tot. Azione € 10.000,00**

**Tot. Misura: € 100.000,00**

Il Tecnico Progettista  
Geom. Domenico Giannella

Il Legale Rappresentante del FLAG Cilento Mare Blu  
Ing. Mauro Inverso