



## SCHEMA TECNICA SINTETICA DELLA ATTIVITA' INERENTI AL PROGETTO "RE.FOOD"

### Obiettivi Tematici

Promuovere l'assioma "Prodotto/Territorio" attraverso la valorizzazione dei sistemi alimentari tipici delle aree rurali, da intendersi come modelli virtuosi e stili di vita generati da tradizione e processi di resilienza in grado di proporsi come leva di sviluppo sostenibile e nodo cruciale delle filiere eno-agroalimentare e turistica presenti nel territorio del taburno e del fortore.

### Obiettivi Principali

- Sviluppare sistemi innovativi per l'incrocio tra le filiere tipiche e quella turistica;
- Codificare i valori dei sistemi alimentari tipici e le strette connessioni tra queste e la orografia, la cultura e gli stili di vita dei luoghi di produzione presenti nel Taburno, Colline beneventane e nel Fortore.
- Generare reti territoriali e interterritoriali per accompagnare processi di ricomposizione in filiera dei modelli alimentari tipici per proporli come leva di sviluppo per i settori turistico, artigianale ed enoagroalimentare;
- Innescare e incentivare modelli di reti e strumenti intelligenti e innovativi capaci di sostenere il consolidamento della filiera corta e l'accesso a filiere allungate secondo l'approccio "g-local".

Il progetto si svilupperà nella realizzazione di *Azioni Comuni* e *Azioni Locali*.

Nello specifico le *Azioni Comuni* saranno realizzate in sinergia con tutti i Gal partners e sotto il coordinamento del capofila, il Gal Cilento Regeneratio, mentre le cosiddette *Azioni Locali* saranno attuate e realizzate direttamente dal Gal Taburno Consorzio in base a quanto di seguito descritto.

### *Azioni comuni*

1) Creazione di un Brand univoco e di una rete transnazionale. "Si tratta di racchiudere i brand locali in un brand univoco che ne moltiplica la portata in termini di comunicazione e di creare un fitto sistema relazionale tra i partner in grado di accompagnare il progetto, monitorandone l'efficacia step by step ed eventualmente reindirizzandone l'esecuzione per centrare i goals proposti"

#### Azioni:

- Creazione di un gruppo di lavoro tra i partner;
- Almeno 6 incontri di orientamento e monitoraggio di cui almeno 3 da realizzarsi fisicamente;
- Creazione di una rete o GEIE tra i partner, operatori economici e professionisti dei territori.

2) Creazione di una piattaforma unitaria. Si elaborerà una piattaforma intermediale con forti rilievi social che raccolga i contributi dei partner, incentivi lo scambio delle buone pratiche, che faccia da portale alle piattaforme locali e che serva da vetrina attiva della Rural Food Revolution. La piattaforma fa da supporto e si integra con piattaforme logistiche che prevedono la vera e propria movimentazione delle merci.

#### Azioni:

- Realizzazione di una brand identity comune;
- Realizzazione di un Web-Site con tecnologia 2.0;
- Attivazione di un canale Web TV;
- Realizzazione di un'APP per Smartphone;
- Realizzazione di un QR-Code univoco di progetto.

3) Attivazione di un HUB “Rural Food Revolution 360”. Si tratta di una struttura innovativa che funga da piattaforma “emozionale” nella quale i fruitori potranno approcciare in maniera attiva, a 360° per 360 giorni, al paradigma “prodotto/territorio”. L’HUB disporrà di uno Spazio emozionale nel quale, anche grazie all’utilizzo di adeguate tecnologie si accederà, attraverso elementi intermediali, ad una rappresentazione dei territori, delle produzioni, dei significati della “Rural Food Revolution” e dei sistemi alimentari tipici delle aree rurali. Si potrà anche accedere alle offerte turistiche censite e sistemate in pacchetti speciali, oltre quanto proposto sulla piattaforma intermediale comune. L’HUB sarà attivato e gestito per 360 giorni, in chiave sperimentale, dal nucleo operativo di progetto sotto il diretto controllo dei cooperandi. L’HUB si integra in maniera sinergica con iniziative dove è possibile completare l’esperienza emozionale offerta dai prodotti e dai territori, fino ad arrivare all’acquisto degli stessi.

#### Azioni:

- Sviluppo e gestione, per 360 giorni, di un HUB in cui garantire una fruizione emozionale dei prodotti e dei territori dei partner. Nell’HUB dovrà essere possibile seguire percorsi intermediali che raccontino e mostrino i paesaggi, i prodotti e le storie che li caratterizzano, utilizzando anche il patrimonio dei vettori già prodotti in passate programmazioni. L’HUB servirà anche da vetrina attiva e informazione, di un paniere di prodotti già tracciati secondo i parametri stabiliti dal presente progetto e fungere da terminale per la promozione e l’acquisto di pacchetti turistici speciali;
- Confezionamento di una buona pratica per la continuazione da parte di privati dell’esperienza dell’HUB della “Rural Food Revolution” in follow-up.

4) Road Show promozionale. “Attività concepita in tappe promozionali volte all’affermazione di un sistema di ricadute in termini di filiera allungata nei comparti turistico ed enoagroalimentare. Per essere efficace il Road Show dovrà toccare segmenti diversificati e, in particolare:

#### Azioni:

- Due Fiere del settore Eno-Agroalimentari, in particolar modo rivolte al settore Ho.Re.Ca;
- Due Fiere del settore turistico, in particolar modo rivolte al turismo rurale ed eno-agroalimentare;
- Sei eventi presso Terminali di filiera in particolar modo del settore Ho.Re.Ca (Alberghi, Ristoranti) con workshop tematici riservati alle trattative con operatori economici e show cooking curato da chef stellati in rappresentanza dei territori per degustazioni di gala rivolte alla stampa e agli operatori.

5) Campagna di comunicazione internazionale

Si tratta di scandire gli eventi comuni in programma, oltre che attraverso la piattaforma intermediale comune, con una valida presenza su opportuni media ricadenti nei Paesi in cui si svolgeranno le azioni. E’, altresì prevista la redazione di uno spot visual che potrà circolare sui canali TV e Web-TV

#### Attività:

- Almeno 10 inserti su stampa internazionale in accompagnamento agli eventi del Road Show;
- Realizzazione di uno spot video.

#### **Azioni Locali**

1) Il Gal Taburno Consorzio, nell’ambito del processo di coinvolgimento della comunità dell’area del Gal, intende definire ed attuare un’adeguata azione e attività di informazione e comunicazione delle attività inerenti al progetto. A tal fine è stata prevista una campagna di comunicazione del progetto di cooperazione RE.FOOD per garantire un flusso continuo di informazioni e stimoli verso la collettività attraverso l’ideazione e la produzione di materiali divulgativi e promozionali.

#### Azioni:

- predisposizione campagna di comunicazione;
- realizzazione di 3 video promozionali;
- gestione di un portale web dedicato;
- realizzazione di QR CODE per prodotti agroalimentari e per luoghi turistici;

- realizzazione di opuscolo / guida sui prodotti agroalimentari presenti sul territorio;
- elaborazione di un book fotografico area Taburno- Colline beneventane – Fortore.

2) Il Gal Taburno Consorzio intende contribuire in maniera fattiva al perseguimento degli obiettivi del progetto di cooperazione RE.FOOD che mira a promuovere l'assioma "Prodotto/Territorio" attraverso la valorizzazione dei sistemi alimentari tipici delle aree rurali. A tal fine il Gal Taburno promuoverà azioni di promozione del paniere dei prodotti d'eccellenza dell'area Taburno-Colline beneventane-Fortore con l'organizzazione di eventi ed iniziative.

Azioni:

- individuazione e costruzione di un paniere di prodotti di eccellenza dell'area GAL;
- organizzazione di n.4 road show;
- organizzazione di n. 2 show cooking.