

Azione 2

Euro 80.000

Titolo dell'azione

Attività finalizzata alla valorizzazione del pescato locale attraverso: a) strumenti di identificazione del prodotto (marchi di qualità); b) la formazione di accordi di filiera (pescatori, pescherie, ristoratori, ecc...); c) azioni informative, dimostrative e promozionali.

Misura 4.1 – Competitività e valorizzazione

Misura 3.4 FEP – Sviluppo di nuovi mercati e campagne rivolte ai consumatori (art. 40 reg.to (CE) 1198/06

Finalità e obiettivi.

Sostenere la qualità del prodotto locale ricercando i modi efficaci di identificazione e di garanzia del prodotto; consolidare le reti commerciali che valorizzano la qualità; instaurare rapporti fiduciari con il consumatore finale.

L'azione 2 sottolinea i punti di forza relativi alla qualità e alla diversificazione del prodotto con l'obiettivo di invertire la tendenza a commercializzare un prodotto indifferenziato e senza qualifica territoriale. L'azione intercetta le opportunità collegate alla diversificazione del pescato e promuove l'integrazione tra turismo della costa e dell'entroterra. L'azione inoltre contrasta i punti di debolezza relativi alla carente diversificazione dei canali commerciali e intende sfruttare le opportunità di inserimento della pesca nei circuiti turistici.

Per il raggiungimento di tali fini il progetto si articola in quattro interventi, ognuno dei quali ha l'obiettivo di raggiungere specifici target di consumatori oltre a costituire, nell'insieme, un vero e proprio "magazzino" di informazioni e di contatti, con ciò attivando metodologie aggiornate di comunicazione e di vendita, al fine di perfezionare il sapere e la professionalità, anche commerciale, dei pescatori.

Le quattro attività progettuali sono le seguenti:

- 1) Studio di fattibilità;
- 2) Azioni informative, dimostrative e didattiche;
- 3) Realizzazione di manifestazioni pubbliche dedicate alle "giornate del pescato";
- 4) Campagna promozionale realizzata con strumenti informatici innovativi.

Tipologie di spesa.

1) Studio di fattibilità.

Lo studio di fattibilità è finalizzato alla individuazione degli strumenti e delle azioni applicabili per la qualificazione del pescato locale.

Su tale tema convergono gli interessi sia dei pescatori che degli altri operatori della filiera (pescherie, ristoranti, ecc...) oltre che dei consumatori.

La fattibilità dell'iniziativa esige un ampio lavoro di concertazione tra le diverse categorie di soggetti coinvolti, al fine di verificare la effettiva praticabilità di un marchio identificativo o di individuare, comunque, una strategia di marketing idonea alla valorizzazione del pescato locale.

A tale fine risulta opportuno operare su tre segmenti: a) mettere in chiaro per gli operatori gli aspetti giuridici e normativi attraverso un documento comprensibile e accessibile a tutti; b) verificare le eventuali realizzazioni analoghe in Italia e nei paesi UE, c) indagare gli aspetti quantitativi e qualitativi del pescato locale e

verificare la reale disponibilità dei diversi soggetti a intraprendere una qualificazione impegnativa.

A tale proposito si rimanda a quanto emerso in un meeting europeo in merito al "Marketing del pescato locale", nello specifico alla sezione "Local branding & labelling" (Stoccolma, 2-5 giugno 2013).

All'interno del GAC esistono specifiche competenze che possono fornire importanti contributi sulla materia, ma manca, al momento, una proposta chiara e un documento di partenza sulla base del quale intraprendere le consultazioni e verificare le intenzioni reali degli operatori. Lo studio di fattibilità ha la funzione di dare vita ad una "piattaforma" di discussione, fornendo dati certi ed esempi plausibili, al fine di produrre un documento/manuale di supporto a pescatori, ristoratori, operatori turistici, che volessero intraprendere una strada di valorizzazione del pescato, insieme o singolarmente.

Obiettivo generale è quello di individuare strumenti comuni per ottimizzare la valorizzazione delle attività che operano nel territorio.

Il documento/manuale prodotto ha dunque lo scopo di favorire l'utilizzo dei prodotti locali e lo sviluppo delle procedure qualità e ambientali, nonché la valorizzazione turistica delle risorse culturali e naturali del territorio coinvolgendo le strutture di ristorazione e d'accoglienza turistica.

Gli obiettivi del progetto sono di migliorare la qualità, attraverso l'utilizzo del pescato locale, dei bar – ristoranti, delle attività commerciali multi servizio e delle strutture di alloggio turistiche stimolando le sinergie con la messa in rete delle imprese aiutandole nella promozione dei prodotti ittici locali, tramite ideazioni di strategie commerciali, formule promozionali e reti organiche di comunicazione.

Le azioni progettuali verranno sintetizzate in un compendio destinato a pescatori, ristoratori, pescherie, strutture ricettive e strutture di promozione turistica, con l'obiettivo della valorizzazione delle attività presenti nel territorio.

1.1

Indagine conoscitiva in merito alla applicabilità dei marchi volontari di qualità, origine, ecc... in base alla normativa comunitaria. L'indagine ha il compito di analizzare e schematizzare le normative della materia oltre che le loro principali applicazioni nei paesi europei dediti alla pesca, in modo da offrire ai pescatori e alle loro rappresentanze di categoria uno strumento accessibile di informazione al fine di intraprendere successive valutazioni e decisioni.

L'indagine si svolge sia su base documentale che su informazioni e chiarimenti presso gli uffici nazionali e regionali preposti.

Giornate di lavoro ricognitivo: 12 x 250€ = 3.000 € (collaboratore tecnico)

Giornate di lavoro per sintesi e redazione documento informativo: 5 x 300€ = 1.500€ (coordinatore).

Il prodotto dell'iniziativa, che risulterà dall'indagine, sarà un documento informativo sulle normative riguardanti i sistemi qualità e le certificazioni nell'ambito della pesca.

Totale attività 1.1:4.500€

1-2

Analisi di fattibilità in merito alla possibile adozione di un marchio commerciale e verifica della sussistenza di una filiera in grado di supportarlo, mantenerlo e promuoverlo.

L'indagine evidenzierà le ragioni fondative di un marchio, tali da legittimarlo e renderlo efficace, in particolare: la tracciabilità, la stagionalità, la riduzione dell'impatto ambientale tramite metodi di pesca compatibili.

Le categorie di soggetti che verranno interpellate sono i pescatori, le pescherie e i ristoratori.

In particolare sarà analizzato il comparto della ristorazione al fine della valorizzazione della "cucina del mare", la quale rappresenta, per naturale tradizione, una specifica attrattiva per i turisti che provengono, generalmente, da aree continentali. Tale cucina, tuttavia, non raggiunge sempre, indipendentemente dagli effettivi valori gastronomici, una immagine di esclusività ed unicità. La presente fase di indagine si prefigge di individuare presso i ristoratori modalità, oltre che intenzioni e volontà, per incrementare la cultura e la promozione della "cucina del mare".

Nell'ambito delle risorse disponibili si tratterà di un campione molto ristretto, rappresentato da 10 pescatori, 5 pescherie e 15 ristoratori, per un totale di 30 unità. L'indagine sarà di tipo motivazionale e sarà svolta attraverso interviste della durata netta di circa 30 minuti. Le interviste saranno registrate, trascritte, tabulate secondo l'indice delle tematiche dominanti emerse dai colloqui. I dati grezzi saranno analizzati e valutati e costituiranno una delle basi per la produzione del documento/manuale di supporto a pescatori, ristoratori, operatori turistici, che volessero intraprendere una strada di valorizzazione del pescato.

Giornate di lavoro per la realizzazione delle interviste (individuazione del campione di 30 unità, contatti, realizzazione interviste, trascrizioni e tabulazioni analitiche compreso ogni onere di trasferta): giorni 9 x 250€ = **2.250€** (collaboratore tecnico).

Giornate di lavoro per l'analisi e la valutazione dei dati, stesura del report, presentazione ai soggetti implicati nelle decisioni (pescatori, pescherie, ristoratori, rappresentanti regionali, ecc...):giorni 15 x 350 € = **5.250 €** (tutor)

La scelta del campione avviene nell'ambito della provincia di Imperia utilizzando dati statistici oggettivi e soggettivi (dimensioni delle imprese, esperienza, età degli operatori, ecc...)

L'indagine di mercato consentirà di allestire una piattaforma di dati, idee ed esempi in merito all'adozione di un marchio di qualità locale, all'adesione a sistemi di certificazione già esistenti, o altre forme di valorizzazione del pescato qualora si valutasse l'inutilità di un tali percorsi.

I risultati dello studio costituiscono, oltre che un patrimonio di conoscenze disponibile per tutti gli attori della filiera, il punto di partenza per realizzare le singole iniziative in un'ottica di "qualità locale" oltre che avere funzione di "promemoria" per dare unitarietà di intenti ai diversi percorsi progettuali (pescaturismo, ittiturismo, integrazione con il turismo dell'entroterra, valorizzazione dei villaggi dei pescatori, valorizzazione delle risorse paesistiche della costa, ecc...)

Totale attività 1.2: 7.500€

Totale complessivo dello studio di fattibilità: $(4.500+7.500)= 12.000€$

2) Azioni informative, dimostrative e didattiche.

Le azioni hanno l'obiettivo di divulgare la conoscenza del pesce (tipologie, stagionalità, tipicità, utilizzi gastronomici, valori commerciali, ecc...).

In tale senso l'attività 2 costituisce una ulteriore verifica di quanto ipotizzato nello studio di fattibilità: gradimento del concetto di pescato locale presso i consumatori, divulgazione del mestiere del pescatore, valorizzazione della stagionalità, conoscenza del mare e dei suoi prodotti.

Le giornate informative si svolgeranno presso l'Infopoint del porto peschereccio di Oneglia, attiguo all'attracco delle barche da pesca e all'area di commercializzazione.

Le giornate sono destinate principalmente ai consumatori, sia attivi che potenziali, per esempio ai bambini o ai ragazzi delle scuole e ai loro insegnanti.

I pescatori medesimi saranno coinvolti in quanto parte competente, ma anche in quanto parte destinataria di sollecitazioni, aspettative e richieste.

Le giornate previste sono quattro e saranno costituite dalle seguenti principali attività:

attività didattica che illustra il pesce in arrivo dai pescherecci, attività dimostrative in merito all'uso in cucina con l'offerta di piccoli assaggi, dialogo con i pescatori e illustrazione di tematiche professionali, economiche e ambientali.

I costi sono valutati in modo standard per ognuna delle giornate:

- costo del personale didattico: $300€ \times 2 \text{ unità} = 600€$ (**tutor**)
- costo del personale di cucina per le dimostrazioni gastronomiche e personale di servizio (preparazione, somministrazione, pulizie, ecc...): $150€ \times 2 \text{ unità} = 300€$ (**operatore tecnico**)
- costo dei materiali di consumo (pesce, ingredienti, ecc...): **600€**

Totale costi per una giornata : 1.500€

Costo totale: $1.500 \times 4 \text{ giornate} = 6.000€$

3) Realizzazione di manifestazioni pubbliche dedicate alle "giornate del pescato".

Le "giornate del pescato" sono finalizzate al coinvolgimento del pubblico e degli attori della filiera (pescatori, ristoratori, ecc...) con l'obiettivo di promuovere la pesca e la "cucina di mare" come valore identitario del Ponente ligure, con ciò contribuendo al rilancio complessivo del settore per tutti i porti pescherecci della Regione.

L'iniziativa prevede n.3 manifestazioni annue per 2 anni (2013-2014).

Per l'anno 2013 sono state identificate le seguenti manifestazioni, le quali hanno caratteristiche di grande impatto sul pubblico, notorietà consolidata e un eccellente apparato promozionale:

Slow fish (9-12 maggio) al Porto Antico di Genova;

Sapori da sfogliare (21-23 giugno) al polo fieristico di Genova,

Olioiva (14-17 novembre) al porto peschereccio di Oneglia.

La prima "giornata" in programma (Slowfish) costituirà il format ripetibile per tutte le altre manifestazioni, tenuto conto delle possibili variabili logistiche e degli eventuali aggiustamenti nella distribuzione temporale delle iniziative nel corso della giornata.

I costi sono articolati come segue:

a) Costi di personale:

- personale didattico (conferenze a tema, conduzione degli incontri con i pescatori, ecc...) $12h \times 70\text{€} / h = 840\text{€}$ (altri docenti)
- personale addetto agli allestimenti dello stand $30h \times 50\text{€} / h = 1.500\text{€}$ (coordinatore)
- personale addetto alla gestione dello stand $20h \times 30\text{€} / h = 600\text{€}$ (operatore tecnico)
- personale addetto alla cucina e alla somministrazione assaggi $16h \times 50\text{€} = 800\text{€}$ (collaboratore tecnico)

Costi del personale: 3.740

b) Costi delle attrezzature per attività promozionali e didattiche (affitto proiettore, schermo, ecc...)

a corpo: **300€;**

c) Costi dei materiali di consumo per la preparazione degli assaggi:

1 etto di pesce x persona (x320 persone) = $32\text{kg} \times 22\text{€} = 704\text{€}$

- d) Costi dei materiali di consumo per la preparazione e somministrazione degli assaggi (condimenti, piatti, bicchieri, tovaglioli, contenitori per cibo di strada, ecc...) a corpo: **256€**

Costo complessivo della "giornata del pescato" $(3.740+300+704+256)=5.000€$

Per l'anno 2013 le altre due manifestazioni "Sapori da Sfogliare" alla Fiera di Genova e "Olioliva" a Imperia/Oneglia sono previste con lo stesso format della giornata Slowfish, per cui i costi per la prima annualità ammonta a 5.000×3 manifestazioni=**15.000€**

Per l'anno 2014 si prevede la partecipazione certa a Olioliva mentre per gli altri due eventi verranno valutate sedi idonee presso altre manifestazioni, fermo restando il budget di 5.000€ a "giornata"

Costo complessivo delle 6 "giornate del pescato" per gli anni 2013, 2014:
 $5.000€ \times 6 = 30.000€$

4) Campagna promozionale realizzata con strumenti informatici innovativi.

L'iniziativa intende fornire al settore della pesca uno strumento permanente di promozione.

Le attività di promozione terranno conto dei risultati conseguiti attraverso lo studio di fattibilità oltre che attraverso le "prove di comunicazione" realizzate nelle giornate informative e nelle giornate del pescato.

Si intende per strumento permanente un "media" di informazione che risponde alle caratteristiche di un sito implementato da applicazioni per telefonini della tipologia smartphone.

Tale scelta è stata determinata da alcune riflessioni coerenti con tutto il progetto GAC "Il Mare delle Alpi", il quale intende promuovere il pescato verso nuove tipologie di consumatori (scuole, strutture per anziani, ma anche l'alta ristorazione e il pubblico informato, tra cui il pubblico turistico), oltre che qualificare il prodotto attraverso le garanzie di freschezza, la valorizzazione della stagionalità e il rispetto dell'ambiente marino.

A tali scopi si ritiene di fornire un servizio utile attraverso la costruzione di un sito che porterà a conoscenza del pubblico i veri protagonisti del settore, i quali sono senza dubbio i pescatori. Il sito, pertanto, oltre che fornire le informazioni e le suggestioni sul mare e la riviera del ponente, intende presentare i pescatori, le loro

barche, i risultati della pesca e, soprattutto, una cronaca aggiornata sullo stato di salute del mare e della fauna ittica, con ciò rendendo un servizio che può presentare aspetti affascinanti per il grande pubblico e aspetti di utile monitoraggio per gli enti preposti alla tutela del mare e del settore pesca.

Le "APP", diventate oggi di uso quasi comune, trovano un impiego di grande interesse per le informazioni in tempo reale, o comunque con aggiornamenti a frequenza quotidiana.

Il format del sito e delle APP offrirà spazi utili per la promozione delle attività innovative ed emergenti quali il pescaturismo e l'ittiturismo attraverso un'informazione aggiornate delle offerte, menù, ecc...

Con tali applicazioni si intende inoltre fornire agli utenti le informazioni relative al pescato del giorno, all'arrivo delle barche, alla tendenza dei prezzi, alle previsioni per i giorni successivi, ivi incluse le variabili meteorologiche. Per i dettagli si ritiene opportuno un confronto sia con i tecnici che verranno individuati nella fase propriamente realizzativa, sia con i pescatori e le rappresentanze di categoria.

L'iniziativa prevede la realizzazione di tre distinte tipologie di prodotti informativi:

- a) la formazione dei contenuti stabili del sito (l'architettura);
- b) la applicazione delle tecnologie per l'aggancio ai telefonini;
- c) la metodologia e l'organizzazione per gli aggiornamenti costanti.

- a) Architettura del sito, allestimento dei contenuti ivi comprese le immagini, impostazione grafica e movimentazione (flash, link, ecc...).

Tale attività prevede sia una competenza specialistica del mare e della fauna ittica, sia una competenza specialistica nella comunicazione e una competenza nel settore informatico.

Si prevede l'utilizzo di tre figure (o gruppi di lavoro) essenziali: tecnici del mare e della pesca (tra i quali è compresa la figura dei pescatori), esperti grafici, esperti della comunicazione e della tecnologia informatica.

La costruzione del sito, che così pur sommariamente descritta risponde a una costruzione "dal vivo", richiede pertanto l'acquisizione di dati di prima mano, aggiornati e narrati per un pubblico amatoriale.

Le voci di spesa si presentano come segue:

- a1) La raccolta dati e la loro organizzazione narrativa, tenendo conto delle modalità "veloci" che esige il mezzo informatico, richiede il seguente impiego di personale qualificato:

giorni lavorativi $30 \times 350€ = 10.500€$ (**tutor**)

- a2) La realizzazione dell'apparato fotografico, sia realizzato ex novo, sia con l'acquisizione dei diritti di foto o filmati esistenti, richiede il seguente impiego di personale:

giorni lavorativi $6 \times 350€ = 2.100€$. (**collaboratore tecnico**)

La eventuale acquisizione di foto o filmati e il pagamento dei relativi diritti vengono valutati in **500€**, da rubricare sotto la voce "varie ed eventuali". Il budget complessivo della attività a2) risulta pertanto pari a **2.600€**.

a3) L'ideazione grafica, l'impaginazione e ogni altro intervento idoneo a strutturare visivamente il sito richiede il seguente impiego di personale:
giorni lavorativi $7 \times 350 \text{€} = 2.450 \text{€}$. (collaboratore tecnico)

a4) Realizzazione informatica del sito:
giorni lavorativi $15 \times 350 = 5.250 \text{€}$ (collaboratore tecnico)

Totale attività a): $(10.500 + 2.600 + 2.450 + 5.250) = 20.800 \text{€}$

b) Realizzazione "app" per telefonini, sulla base dei dati già riversati nel sito, mediante una tecnologia che consenta l'aggiornamento costante. La figura tecnica individuata dovrà garantire l'aggiornamento dei dati per almeno 30 giorni e fornire ai soggetti responsabili, individuati dal GAC, le nozioni per il proseguimento dell'attività.

Il budget dedicato è di **11.200€**.

c) Aggiornamento dati. Tale attività non rientra nelle voci di spesa dell'iniziativa. Sarà cura del GAC trovare le soluzioni organizzative e le figure responsabili che adempiranno a tali compiti, nell'interesse di tutto il settore.

Promimperla, capofila del GAC, potrebbe essere il soggetto idoneo a mantenere l'aggiornamento delle APP e del sito.

Costo complessivo della campagna promozionale realizzata con mezzi informatici innovativi: **32.000€**

5) Spese generali.

Le spese generali, nel limite del 5%, sono comprese all'interno della dotazione finanziaria prevista per la presente azione.

Cronoprogramma delle attività.

Azioni	Anno 2013				Anno 2014			
	I trim	II	III	IV	I trim	II	III	IV
Programmazione								
Studio di fattibilità								
Azioni informative, dimostrative e didattiche								
Realizzazione manifestazioni pubbliche								
Campagna promozionale realizzata con strumenti informatici innovativi								
Attività di animazione								

Quadro finanziario

Spesa prevista	Euro
1) Studio di fattibilità	12.000,00
2) Azioni informative, dimostrative e didattiche	6.000,00
3) Realizzazione di manifestazioni pubbliche dedicate alle "giornate del pescato"	30.000,00
4) Campagna promozionale realizzata con strumenti informatici innovativi	32.000,00
Totale spesa prevista	80.000,00
Intensità dell'aiuto pubblico a valere sul FEP (%)	100%
Intensità del contributo pubblico proveniente da altre fonti di finanziamento (%)	-
Intensità del contributo privato (%)	-

Risultati attesi

I risultati attesi sono: valorizzazione del prodotto, formazione di nuovi pacchetti turistici, fidelizzazione della clientela.

Tali risultati dipendono dalla organicità delle quattro azioni del progetto, le quali sviluppano, ognuna nello specifico campo, una "presenza" della pesca e dei suoi prodotti presso il pubblico dei consumatori, ivi incluso il pubblico turistico. Con ciò il progetto intende promuovere l'unitarietà di un territorio di "riviera", favorendo la conoscenza del mare come patrimonio naturalistico e risorsa alimentare di grande prestigio.

Indicatori di realizzazione	
1) Studio di fattibilità	N. studi
2) Azioni informative, dimostrative e didattiche	N. azioni
3) Realizzazione di manifestazioni pubbliche dedicate alle "giornate del pescato"	N. giornate
4) Campagna promozionale realizzata con strumenti informatici innovativi	N. APP N. siti

Indicatori di risultato	
1) Studio di fattibilità	Realizzazione documento/manuale di supporto a pescatori, ristoratori, operatori turistici, che volessero intraprendere una strada di valorizzazione del pescato N. aziende che intraprendono le azioni di valorizzazione individuate dallo studio
2) Azioni informative, dimostrative e didattiche	N. consumatori coinvolti
3) Realizzazione di manifestazioni pubbliche dedicate alle "giornate del pescato"	N. consumatori coinvolti
4) Campagna promozionale realizzata con strumenti informatici innovativi	N. app scaricate N. accessi al sito

Modalità di gestione.

La gestione delle quattro fasi del progetto è prevista tramite affidamento delle attività a ditte esterne selezionate attraverso l'invito alla presentazione di preventivi.

La struttura operativa del GAC e, nello specifico, il gruppo di lavoro responsabile del progetto, eserciterà le funzioni di coordinamento e monitoraggio.

Per quanto riguarda il sito web e le applicazioni per telefonini, la struttura GAC si impegna ad assicurare le forme di gestione, unitamente agli esperti che saranno contrattualmente vincolati, per il corretto funzionamento della tecnologia e per gli aggiornamenti previsti.

Monitoraggio e controllo.

La struttura operativa GAC avrà il compito di monitorare le diverse fasi delle realizzazioni a partire dagli affidamenti degli incarichi fino a rendicontazione finale.

Il gruppo di lavoro responsabile del progetto sarà attivato per il coordinamento e il monitoraggio costante delle realizzazioni.

In particolare il monitoraggio dei risultati relativi al primo anno di attivazione delle azioni informative e didattiche e delle "giornate del pescato" forniranno utili elementi di valutazione per la programmazione delle manifestazioni del secondo anno.

Componenti il gruppo di lavoro

Gruppo di lavoro azione 2	
Enrico Iupi – referente	CCIAA Imperia
Igor Varnero	Consorzio Turistico Riviera dei Fiori
Barbara Esposto	Legacoop – Legapesca
Augusto Comes	Federcoopescas – Confcooperative
Gianpaolo Buonfiglio	AGCI Agrital
Franco Ardissonne	GAL Riviera dei Fiori
Giovanni Benza	Consorzio Tesori della Riviera

Personale coinvolto

Nel calcolo del costo del personale, in analogia a quanto previsto dal PSR per le attività del GAL, si è tenuto conto dei parametri massimi previsti dalla circolare PG/2012/47843 del 29 marzo 2010 indicati di seguito:

Figure professionali coinvolte	Tariffa oraria massima (*)
- docenti universitari di ruolo, ricercatori, esperti e professionisti	Euro 80,00
- altri docenti	Euro 70,00
- coordinatore	Euro 70,00
- tutor	Euro 50,00
- collaboratore tecnico	Euro 50,00
- operatore tecnico	Euro 30,00
(*) tariffa massima al netto dell'IVA e al lordo di ritenuta d'acconto e ogni altro onere	