

Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013

Regolamento (CE) 1698/2005

Asse IV – Misura 421



GRUPPO DI AZIONE LOCALE

"Alto Salento" scarl

Progetto di cooperazione transnazionale

"LEADERMED "



Progetto esecutivo

Legale Rappresentante
GAL "Alto Salento" Scarl
Codice progetto
T-L-IT010-001-001
Data di ricezione

Tanzarella Domenico

PROGETTO DI COOPERAZIONE TRANSNAZIONALE

I Sezione PROGETTO COMPLESSIVO

1. TITOLO DEL PROGETTO DI COOPERAZIONE

LEADERMED

Tutela e valorizzazione delle culture locali sulla Dieta mediterranea

2. DENOMINAZIONE ABBREVIATA

LEADERMED

3. IL GAL CAPOFILA

Denominazione completa GAL Capofila

indirizzo

telefono/fax

posta elettronica

GAL "ALTO SALENTO" SCARL

Via Cattedrale,11- 72017 Ostuni (BR) -
ITALIA

+39 0831.093207/0831.093208

info@galaltosalento.it;

altosalento@libero.it

Coordinatore del progetto di cooperazione

nome, cognome, e-mail, numero di telefono

Direttore Carmelo Greco –

carmelogreco1@libero.it;

cooperazione.galaltosalento@gmail.com;

+39 333 7448527

Autorità di Gestione Regione Puglia

Soggetto referente della cooperazione (nome
e cognome)

indirizzo

telefono/fax

posta elettronica

Papa Pagliardini Gabriele, Area Sviluppo
rurale Regione Puglia

Dott. Cosimo Sallustio,

Resp. Asse IV , PSR 2007/2013

Lungomare Nazzario Sauro 45, 70121 Bari

080.5405196

c.sallustio@regione.puglia.it

Soggetto referente della cooperazione
(nome e cognome)

indirizzo

telefono/fax

posta elettronica

Dott. Granatiero Giovanni

Resp. Misura 421 , PSR 2007/2013

Lungomare Nazzario Sauro 45, 70121 Bari

0881.706526

giovanni154@tiscali.it

4. I PARTNER GAL E NON

EFFETTIVI

1 GAL "SUD EST BARESE"

GAL ☒ non GAL ☐
beneficiario Asse IV ☒ non beneficiario Asse IV ☐
partner effettivo ☒ partner associato ☐
indirizzo via Nino Rota 22/A Mola di Bari (BA)
telefono 080/4737490 fax 080/4731219
posta elettronica info@galseb.it

Soggetto referente della cooperazione

FRANCESCA SBIROLI

posta elettronica: f.sbirol@galseb.it
telefono 080.47473090 cell.+39 333 8041939

2 GAL "TERRA D'OTRANTO"

GAL ☒ non GAL ☐
beneficiario Asse IV ☒ non beneficiario Asse IV ☐
partner effettivo ☒ partner associato ☐
indirizzo VIA PISANELLI, 2 - 73020 SAN CASSIANO (LE)
telefono/fax TEL 0836 992972 – FAX 0836 1950316
posta elettronica info@galterradotranto.it

Soggetto referente della cooperazione

nome Francesco, **cognome** Ferraro (DIRETTORE GAL)

nome Giuseppe, **cognome** Scordella,
posta elettronica: info@galterradotranto.it,
numero di telefono 0836 992972 cell 3207673766

3 GAL "TERRA D'ARNEO" srl

GAL ☒ non GAL ☐
beneficiario Asse IV ☒ non beneficiario Asse IV ☐
partner effettivo ☒ partner associato ☐
indirizzo: Via Roma, 27 - 73010 Veglie (LE)
telefono/fax: 0832 970574
posta elettronica: gal@terrardarneo.it

Soggetto referente della cooperazione

GIOSUÈ OLLA ATZENI

posta elettronica: giosueolla@gmail.com
numero di telefono: 328.7597013

4 GAL SERRE SALENTINE S.R.L.

GAL ☒ non GAL ☐
beneficiario Asse IV ☒ non beneficiario Asse IV ☐
partner effettivo ☒ partner associato ☐
indirizzo Via Zara N. 1 – 73055 Racale (LE)
telefono/fax 0833-558786
posta elettronica info@galserresalentine.it

Soggetto referente della cooperazione

Il Direttore del GAL pro – tempore fino a nomina del referente della cooperazione

ALESSIA FERRERI

posta elettronica: direzione@galserresalentine.it
telefono 0833-558786

5 GAL "TERRA DEI MESSAPI" SRL

GAL ☒ non GAL ☐
beneficiario Asse IV ☒ non beneficiario Asse IV ☐
partner effettivo ☒ partner associato ☐
indirizzo Via Albricci, 3, 72023 Mesagne (BR)

telefono/fax 0831-734929/735323
posta elettronica pubblicherelazioni@terradeimessapi.it
Soggetto referente della cooperazione
CRISTIANO LEGITTIMO
e-mail: responsabileanimazione@terradeimessapi.it,
numero di telefono: 320.6331097

6 GAL " VALLE DELLA CUPA NORD SALENTO" SRL

GAL ☒ non GAL ☐
beneficiario Asse IV ☒ non beneficiario Asse IV ☐
partner effettivo ☒ partner associato ☐
indirizzo: Via Surbo, 34 – Zona Industriale 73019 Trepuzzi (LE)
telefono/fax : 0832 753083
posta elettronica: info@valledellacupa.it

Soggetto referente della cooperazione

ANTONIO PERRONE

posta elettronica: antonioperrone@pffsistemi.it

MARIA RAGIONE

posta elettronica: segreteria@valledellacupa.it

numero di telefono: 340.3936891

7 GAL "TERRE DEL PRIMITIVO"

GAL ☒ non GAL ☐
beneficiario Asse IV ☒ non beneficiario Asse IV ☐
partner effettivo ☒ partner associato ☐
indirizzo Via Corte Schiavoni, 16, 74024, Manduria (TA)
telefono/fax Tel: 099 9737871, Fax: 0999734181
posta elettronica info@galterredelprimitivo.it

Soggetto referente della cooperazione

RITA MAZZOLANI

posta elettronica: ritamazzolani@galterredelprimitivo.it

numero di telefono: 335.6876156

8 GAL "CAPO S. MARIA DI LEUCA"

GAL ☒ non GAL ☐
beneficiario Asse IV ☒ non beneficiario Asse IV ☐
partner effettivo ☒ partner associato ☐
indirizzo: Piazza Pisanelli (Palazzo Gallone) 73039 Tricase (Le)
telefono/fax Tel. 0833545312 – Fax 0833545313
posta elettronica gal@galcapodileuca.it – galcapodileuca@legalmail.it

Soggetto referente della cooperazione

GIOSUE OLLA

posta elettronica: giosueolla@gmail.com

numero di telefono: 328.7597013

9 GAL "MERIDAUNIA"

GAL ☒ non GAL ☐
beneficiario Asse IV ☒ non beneficiario Asse IV ☐
partner effettivo ☒ partner associato ☐
Indirizzo Località Tito a Segno snc – 71023 Bovino (FG)
Tel. 0881 912007/966557 – Fax 0881 912921

posta elettronica: info@meridaunia.it

sito web: www.meridaunia.it

Soggetto referente della cooperazione

DANIELE BORRELLI

posta elettronica: direzione@meridaunia.it

Tel. 0881 912007/966557

LAURA MARIANO – cell. 3395918812

posta elettronica: segreteria@meridaunia.it

Tel. 0881 912007/966557

10 GAL "DAUNOFANTINO"GAL ☒ non GAL ☐beneficiario Asse IV ☒ non beneficiario Asse IV ☐partner effettivo ☒ partner associato ☐

Indirizzo P.zza del Popolo n. 8 – 71043 Manfredonia FG

Sede operativa via delle cisterne n 54 71043 Manfredonia FG

Tel./Fax 0884.514736

e-mail: info@galdaunofantino.itsito internet: www.galdaunofantino.it**Soggetto referente della cooperazione****PAOLO VALENTE**e-mail: info@galdaunofantino.it

Cell. 339. 3382729

11 GAL "VALLE D'ITRIA"GAL ☒ non GAL ☐beneficiario Asse IV ☒ non beneficiario Asse IV ☐partner effettivo ☒ partner associato ☐

codice fiscale 06977030722, partita IVA 06977030722

indirizzo sede legale ed operativa: Via Cisternino 281, Locorotondo (BA).

telefono 080 2376648, fax. 080 2378304

posta elettronica info@galvalleditria.it;sito internet: www.galvalleditria.it

Rappresentante legale: qualifica e nome Presidente Convertini Mario Luigi

Soggetto referente della cooperazione**GALASSO ORNELLA**

telefono 080 4313071; cell. 328.7691115

posta elettronica cooperazione@galvalleditria.it**12 GAL "COLLINE JONICHE" SCARL**GAL ☒ non GAL ☐beneficiario Asse IV ☒ non beneficiario Asse IV ☐partner effettivo ☒ partner associato ☐

indirizzo via Martiri d'Ungheria, 2 - 74023 Grottaglie

telefono +39.099 5620226 - Fax: +39.099 5620215/287

e-mail: gal_colline_ioniche@pec.itsito web: www.galcollinejoniche.it**Soggetto referente della cooperazione****INGRID FIEDLER**e-mail: ingrid@pilano.it

Cell. 347.5605001

13 GAL "LUOGHI DEL MITO"GAL ☒ non GAL ☐beneficiario Asse IV ☒ non beneficiario Asse IV ☐partner effettivo ☒ partner associato ☐

indirizzo sede operativa: Viale Turi snc – 74017 Mottola Ta

indirizzo sede legale: Piazza XX Settembre c/o Palazzo Municipale 74017 Mottola (TA)

telefono 099.8866021 fax 099.8865296

posta elettronica info@luoghidelmto.it**Soggetto referente della cooperazione****DANIEL DAL CORSO**posta elettronica danieldalcorso@hotmail.com

cell. +39 349 8354972

14 GAL "LE CITTÀ DI CASTEL DEL MONTE"GAL ☒ non GAL ☐beneficiario Asse IV ☒ non beneficiario Asse IV ☐partner effettivo ☒ partner associato ☐

indirizzo Via Bovio, 74- Andria (Bt)

Tel 0883 596320

posta elettronica info@galcdm.it

Soggetto referente della cooperazione

PAOLO DE LEONARDIS

posta elettronica paolodeleonardis@libero.it

cell. +39 329 6195145

15 GAL "CONCA BARESE"

GAL ☒ non GAL ☐

beneficiario Asse IV ☒ non beneficiario Asse IV ☐

partner effettivo ☒ partner associato ☐

indirizzo Piazza Aldo Moro ,15 -70020 Bitetto (Ba)

telefono 080/9934362 Fax 080/9934362

posta elettronica galconcabarese@pec.it

Soggetto referente della cooperazione

MONICA NIGRO

posta elettronica dir.galconcabarese@libero.it

telefono 329.4381049

ASSOCIATI

16 L.A.G VIA APPIA BYBLOS

GAL ☐ non GAL ☒

beneficiario Asse IV ☐ non beneficiario Asse IV ☒

partner effettivo ☐ partner associato ☒

indirizzo UNESCO SQUARE – BYBLOS OLD SOUK, JBEIL-BYBLOS LEBANOS

telefono (+961-9) 543100/101 Fax (+961-9) 543102

Soggetto referente della cooperazione:

RAPHAEL SFEIR

posta elettronica rafsfeir@dm.net.lb

17 CAIRO UNIVERSITY – FACULTY OF AGRICULTURE CENTER FOR RURAL DEVELOPMENT RESEARCHES AND STUDIES

GAL ☐ non GAL ☒

beneficiario Asse IV ☐ non beneficiario Asse IV ☒

partner effettivo ☐ partner associato ☒

indirizzo CAIRO UNIVERSITY, GAMMA TREET, 12613 GIRA

telefono 002(02)3 5681610 Fax 002(02)3 5717355

posta elettronica CRDRS4@YAHOO.COM

Soggetto referente della cooperazione:

PROF. MOHAMED H.A. NAWAR

18 TEULEDA LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT AGENCY- SHKODER

GAL ☐ non GAL ☒

beneficiario Asse IV ☐ non beneficiario Asse IV ☒

partner effettivo ☐ partner associato ☒

indirizzo Rruga Ndoc Coba 66 - 4001 Shkoder (AL)

Tel.: +355 22 248702 Fax: +355 22 241521 Mob.: +355 69 2088676

posta elettronica kladia.darragjati@teuleda.org.al

Soggetto referente della cooperazione

KLAUDIA DARRAGJATI

19 KARABURUN YARIMADASI YEREL GUNDEM 21 - Penisola di Karaburun Agenda 21 locale

GAL ☐ non GAL ☒

beneficiario Asse IV ☐ non beneficiario Asse IV ☒

partner effettivo ☐ partner associato ☒

indirizzo IZMI CAD. No: 2

telefono 02327312919 Fax 02327312919

posta elettronica KARABURUNCI@YAHOO.COM

Soggetto referente della cooperazione –

PROF. DR. FUSUN BAYKAL

20 THE HERAKLION DEVELOPMENT AGENCY DDR OTAGAL ☒ non GAL ☐beneficiario Asse IV ☐ non beneficiario Asse IV ☒partner effettivo ☐ partner associato ☒

Address: Archanes, 70100 Heraklion, Crete

Tel: +30 2810753324 fax: : +30 2810753310

posta elettronica: info@anher.gr

Web-site: www.anher.gr

Soggetto referente della cooperazione –**ROUSSOUS KYPRIOTAKIS**

posta elettronica: cooperazione:europa@anher.gr

skype: katsarakieva@yahoo.gr; katsarakieva@yahoo.gr/evakatsaraki

21 LOYALTY TO LAND ASSOCIATION - belonging the Jordan Co-operative corp-No.R.2871\2009GAL ☐ non GAL ☒beneficiario Asse IV ☐ non beneficiario Asse IV ☒partner effettivo ☐ partner associato ☒

indirizzo Halawa, Ajloun region (Jordan)

telefono +39 333 9200975

posta elettronica loyaltytoland@yahoo.it

Soggetto referente della cooperazione –**ARCH. DERAR MUHSEN**

mobile: +962 772188524

email : loyaltytoland@yahoo.it

skype: derar.muhsen

5. DESCRIZIONE DEL PROGETTO DI COOPERAZIONE – PROGETTO ESECUTIVO

Motivazioni

LEADERMED – Tutela e valorizzazione delle culture locali sulla Dieta mediterranea

La Dieta Mediterranea è stata riconosciuta come Patrimonio culturale Immateriale¹ dell'Umanità dall'UNESCO nel 2010² come modello di sviluppo basato sui valori di questo tipo di alimentazione e stile di vita dal punto di vista culturale, sociale, storico, gastronomico, alimentare, ambientale, paesaggistico e dei costumi.

Motivazione del riconoscimento è stata la presa d'atto che la DM era un patrimonio a rischio di erosione e, in quanto tale, oggetto di azioni di tutela e salvaguardia. Già nel 2005 anche l'UNEP³ nel "Rapporto sulla strategia mediterranea sullo sviluppo sostenibile" aveva già focalizzato la sua attenzione su tale considerazione. Ciò è evidente a livello locale, dove il cambiamento di stile di vita e alimentazione è fortemente in crisi a causa dell'impatto di nuovi modelli culturali ed alimentari. Situazione che determina la necessità di salvaguardare e valorizzare tale patrimonio attraverso delle azioni concrete a livello locale grazie ad un approccio di cooperazione internazionale.

In particolare l'intervento proposto intende identificare e valorizzare il prezioso patrimonio di risorse (agricole e agro-alimentari, culturali, turistiche, naturalistiche, paesaggistiche, etc.) delle culture locali delle aree rurali connesse alla Dieta mediterranea al fine di poter sviluppare la loro conoscenza presso le comunità locali coinvolte ed i loro turisti/visitatori.

La Dieta Mediterranea va, pertanto, considerata un motore per cambiare, in un'ottica di sostenibilità, le traiettorie dello sviluppo umano ed economico nei paesi dell'Area. Per l'UNESCO il termine "Dieta" si riferisce all'etimo greco "stile di vita", cioè all'insieme delle pratiche, delle rappresentazioni, delle espressioni, delle conoscenze, delle abilità, dei saperi e degli spazi culturali con i quali le popolazioni del Mediterraneo hanno creato e ricreato nel corso dei secoli.

L'intervento proposto vuole, in tale ottica, rafforzare il processo di identità della popolazione locale con il territorio di appartenenza - anche contribuendo a contrastare il fenomeno di spopolamento delle aree rurali - e, quindi, concorrere a migliorare le condizioni di vita delle comunità rurali.

Grazie al contributo di tutto il partenariato, l'intervento identificato e proposto non vuole rivisitare le dinamiche agricole, alimentari e rurali, quanto invece suggerire nuovi percorsi da seguire per ricollegare il paesaggio alla tavola. Percorsi che non sono fatti solo di sistemi di raccolta, distribuzione, promozione e consumo, ma comprendono dinamiche complesse che hanno a che fare con la sostenibilità delle risorse, la responsabilità sociale e ambientale, la biodiversità e i cambiamenti della società. La dieta mediterranea, insomma, diviene il punto di partenza e l'elemento unificante per costruire sistemi di green economy, garantendo lo sviluppo sostenibile dei sistemi socio-economici locali coinvolti dal progetto di cooperazione internazionale grazie alla salvaguardia e alla valorizzazione di tale patrimonio con azioni integrate tra loro. Ciascuna area Leader coinvolta nel progetto, come pure le Aree dei paesi del Mediterraneo (Giordania, Albania, Turchia, Libano, etc.), si caratterizzano per una propria specificità: olio, frutta, ortaggi, vino ecc. Si evidenzia, a tal

¹Per l'UNESCO il "Patrimonio culturale immateriale" è costituito da aspetti intangibili di una cultura particolare, spesso gestiti da costumi sociali nel corso di un determinato periodo nella storia.

² UNESCO - Decision 5.COM 6.41 - Fifth Session of the Intergovernmental Committee – Nairobi, Kenya, 15--19 November 2010

³ United Nations Environment Programme (Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente).

proposito, che le eccellenze della Regione Puglia in campo agroalimentare sono riconducibili a ben 11 DOP, 5 IGP insieme a 30 DOC, 4 DOCG e 6 IGT nel comparto vini. Accanto a queste eccellenze alimentari dei territori GAL si affiancano altre risorse - non solo agroalimentari - artigianali e bellezze storico-paesaggistiche non sempre conosciute anche dalle popolazioni locali.

Tutti i territori coinvolti intendono, inoltre, sviluppare nuovi metodi di lavoro quali il trasferimento del metodo Leader all'attuazione del progetto di cooperazione e all'organizzazione del partenariato.

Continuità, complementarità e/o integrazione del progetto con altri progetti terminati o in essere di cooperazione e non

Il progetto intende proseguire, in complementarità ed integrazione, l'intervento già realizzato nell'ambito del Programma LEADER+ 2000-2006 "LEADERMED" - uno dei pochi esempi europei di progetti di cooperazione transnazionale attuati con Paesi Terzi del Mediterraneo (PTM)⁴ - che ha visto la partecipazione di 9 GAL pugliesi con i seguenti paesi del mediterraneo: Libano, Siria, Turchia e Malta.

LEADERMED è stato teso - mediante lo scambio di *know-how* e di *best practice* tra i paesi UE e i PTM - alla valorizzazione delle aree rurali del Mediterraneo coinvolte attraverso la condivisione di un comune testo normativo relativo alla salvaguardia ambientale, la sicurezza alimentare e lo sviluppo della complementarità commerciale dei prodotti. Il progetto ha inteso, in particolare: armonizzare le norme di qualità e sicurezza alimentare; creare un marchio di qualità dei prodotti mediterranei tipici garantiti, sviluppare l'area comune mediterranea e la realizzazione di progetti pilota dedicati. In questo contesto - e con l'obiettivo di far emergere le sinergie tra UE e PTM, i tratti di complementarità, i vantaggi reciproci, la tipicità dei prodotti mediterranei attraverso momenti comuni di valorizzazione nei mercati globali - si è sviluppato il progetto LEADERMED che ha permesso di gettare le basi per costruire altre iniziative come quella qui proposta.

Il progetto s'integra, inoltre, con le strategie dei PSL dei territori GAL coinvolti, nonché del PSR PUGLIA 2007-2013 presentando una forte componente di integrazione che i GAL andranno a svolgere nell'ambito delle misure dell'asse III (in particolare 311, 313, 321).

Obiettivo generale

Il progetto sposa come obiettivo generale **"il miglioramento della qualità della vita nelle zone rurali"** con azioni volte sia a rafforzare il senso di appartenenza territoriale delle comunità locali coinvolte che alla diffusione/promozione/salvaguardia di risorse delle culture locali nell'area del Mediterraneo.

LEADERMED vuole **promuovere e valorizzare la dieta mediterranea** come stile di alimentazione sano e come **fattore identitario e culturale delle popolazioni** coinvolte. Accrescere la consapevolezza e l'attenzione verso la dieta mediterranea consentirà di incrementare la domanda di prodotti tipici reperibili presso i produttori locali in primis da parte della stessa popolazione e, trasferito al comparto turistico, questo obiettivo contribuirà ad avvicinare gli operatori del comparto ristorativo e ricettivo/alberghiero ai produttori locali del comparto agroalimentare.

⁴ Si veda "La Cooperazione e la politica di sviluppo rurale 2007-2013 a confronto - Rapporto" Rete Nazionale per lo sviluppo rurale, Rapporto, 2009

La dieta mediterranea è sostenibile perché utilizza risorse alternative, sfruttando gli ecosistemi alimentari e le biodiversità locali, incentiva il consumo di prodotti del territorio che richiedono tecniche produttive, specialmente agricole, poco industrializzate e favorisce il principio della "filiera corta", a vantaggio di una più elevata qualità e salubrità del cibo. Il progetto intende, pertanto, **diffondere un modo più "sostenibile" di vivere i territori**, dove i turisti/visitatori possono vedere ed assaggiare i prodotti tipici/tradizionali della dieta mediterranea, dando anche la possibilità di aumentarne l'attenzione e la conoscenza di processi tradizionali di produzione. Inoltre vi è un altro obiettivo generale che sottende l'intero progetto che è l'**innovazione** intesa come sinonimo di evoluzione in senso positivo, di evoluzione nel segno della qualità. Un obiettivo meno identificabile degli altri ma altrettanto importante in quanto l'attivazione di scambi/integrazione con i territori dell'area mediterranea, tesa allo sviluppo di una metodologia condivisa per l'identificazione di quegli elementi territoriali (ambientali, culturali e risorse eno-gastronomiche), porterà alla definizione di una serie di parametri e regole, ispirati al concetto di qualità, da rispettare affinché una risorsa della cultura locale possa entrare a far parte dell'Osservatorio rurale della dieta mediterranea. Un ultimo obiettivo, infine, è **rappresentare un'esperienza pilota**, una sorta di laboratorio LEADER, capace di generare nuove progettualità e in grado di diventare un buon esempio da estendere ad altre aree in cui può rappresentare fattore di sviluppo.

Obiettivi operativi

Obiettivo operativo del progetto è lo **studio e sviluppo di una metodologia comune innovativa per la valorizzazione delle risorse locali** – intese nel senso più ampio - **legate alla DM**, ovvero l'attuazione di una serie di interventi di informazione e comunicazione per diffondere conoscenza, emozioni, sapori, profumi, immagini al fine di proteggere e valorizzare le culture locali promuovendo la DM come elemento di caratterizzazione identitaria.

La proposta strategica mira ad identificare e proporre alcuni obiettivi ed azioni comuni al fine di creare e promuovere le competenze, le risorse e il modello organizzativo sperimentale necessari allo sviluppo di attività comuni al fine di ridurre la rapida crescente erosione dello stile di vita alimentare Mediterraneo, aumentando congiuntamente la consapevolezza e la comprensione delle comunità locali e del pubblico, ovvero dei turisti/visitatori, in merito ai benefici salutistici, sociali e culturali della dieta Mediterranea.

In estrema sintesi gli obiettivi del progetto che si vuole realizzare sono:

- ☐ Sviluppo di una metodologia comune innovativa per il monitoraggio e schedatura recependo i modelli proposti dall'UNESCO e dal *World Cultural Heritage Committee*;
- ☐ Rafforzare l'identità rurale mediterranea attraverso la valorizzazione e promozione delle diete Mediterranee
- ☐ Diffondere e valorizzare la percezione della dieta mediterranea come dieta sana e salutare attraverso servizi di carattere didattico, culturale e ricreativo diretti alle comunità locali/turisti.
- ☐ Favorire la commercializzazione degli alimenti tradizionali legati alla Dieta Mediterranea attraverso uno stretto legame con il settore turistico nei territori dei GAL coinvolti
- ☐ Approfondire il legame tra prodotti e produzioni tradizionali e la società.
- ☐ Valorizzare i processi produttivi ed i luoghi di produzione/utilizzo degli alimenti.

In tale ottica i GAL Pugliesi intendono porre una nuova attenzione verso l'approccio LEADER capace di proiettare il progetto all'interno del dibattito europeo sui nuovi modelli di sviluppo rurale. Le realtà impegnate in strategie di sviluppo rurale operano per

valorizzare le potenzialità e far fronte ai problemi delle aree svantaggiate, cercando quelle leve che consentano di innescare meccanismi virtuosi di miglioramento delle condizioni economiche di vita delle comunità locali.

Gli obiettivi operativi del progetto sono i seguenti:

FASE DI PRESVILUPPO

PREFATTIBILITA' - attività di ricerca partner, progettazione, per la definizione del partenariato e lo sviluppo del progetto

FASE SVILUPPO

OS 0 MANAGEMENT

OS 1 SVILUPPO DI UNA METODOLOGIA INNOVATIVA PER LA VALORIZZAZIONE DELLA CARATTERIZZAZIONE DELLA DM

OS 2 AZIONI DI RETE PER TUTELA E SALVAGUARDIA DELLA DIETA MEDITERRANEA

OS 3 SCAMBIO DI INFORMAZIONI E BEST PRACTICES A LIVELLO INTERNAZIONALE NEI PAESI MEDITERRANEI

OS4 STRUMENTI E AZIONI DI SENSIBILIZZAZIONE E PROMOZIONE DELLA DM

OS 5 AZIONI DI OUTGOING E INCOMING DA REALIZZARE SU PAESI TARGET NORD EUROPEI IN COLLABORAZIONE CON ISTITUZIONI ITALIANE ALL'ESTERO

Tema cardine del progetto

Il tema cardine su cui si poggia il progetto è quello della

✓ **valorizzazione dei prodotti locali**

a cui viene collegato un secondo tema

✓ **strategie territoriali e governance**

il tutto al fine di tutelare e valorizzare le culture locali sulla Dieta mediterranea

Attività di pre-sviluppo

PREFATTIBILITA' - Attività di ricerca partner, progettazione, per la definizione del partenariato e lo sviluppo del progetto

Soggetto attuatore: GAL ALTO SALENTO

Destinatari: altri GAL, partner, comunità locali

1 Costituzione del Partenariato e Ricerca Partner

Si è costituito il partenariato pugliese formato da 18 GAL⁵ e si è realizzata la ricerca di partner della riva sud del Bacino del Mediterraneo che svolgono attività tese a promuovere e valorizzare il proprio territorio e che tale progetto avrebbe ancor più avuto modo di amplificare. In tale contesto si è avvalsi del supporto dell'Istituto Agronomico Mediterraneo⁶ di Bari, come previsto dal PSL, che grazie alla sua presenza ed expertise nei

⁵ Nei primi mesi del 2013 sono usciti dal partenariato i due GAL pugliesi Ponte Lama e Gargano, mentre sono entrati due nuovi partner esteri (The Heraklion Development Agency DDR OTA – Grecia- e Loyalty To Land Association – Giordania- ed usciti altri due esteri.

⁶ **IAMB - Istituto Agronomico Mediterraneo di Bari** - E' un centro di formazione postuniversitaria, ricerca scientifica applicata e progettazione di interventi in partenariato sul territorio nell'ambito dei

Paesi della Riva sud del Mediterraneo ha individuato i partner più ricettivi e pronti a condividere tale idea progettuale.

2 Definizione dell'idea progettuale e dell'accordo (Comunicazione, informazione e organizzazione di riunioni) sono stati realizzati numerosi incontri con il GAL partner ed altri soggetti coinvolti, nonché costanti contatti telefonici e via e-mail, finalizzati alla redazione del progetto definitivo e per la definizione del fascicolo progettuale e dell'accordo di cooperazione.

In particolare si sono tenuti i seguenti incontri: Regione Puglia – Assessorato Agricoltura e risorse agroambientali (3 incontri), IAMB (2 incontri), GAL ALTO SALENTO - Ostuni (2 incontri), GAL Terra dei Messapi - Mesagne (2 incontri), GAL Luoghi del Mito - Manduria (1 incontro).

Per quanto riguarda i partner esteri il network dello IAMB ha supportato le attività con i partner dei paesi terzi e vi è stato un ampio scambio di mail e contatti telefonici per la condivisione dell'idea progettuale confluita poi in lettere di adesione al progetto.

Descrizione delle attività previste

Il progetto si sviluppa su attività preliminari e preparatorie svolte dalla maggior parte dei partner coinvolti. Si prevedono il coordinamento da parte del capofila e le attività di gestione dei progetti a valenza locale da parte dei GAL partner.

Il coordinamento amministrativo sarà svolto dalla Cabina di regia – coordinata dal GAL Capofila - formata da tutti i GAL partner.

Il progetto è, inoltre, basato sulla condivisione/integrazione e, pertanto, è fortemente incentrato sulla costruzione di azioni comuni.

Si riporta a seguire uno schema sintetico sul quale si andranno a sviluppare le diverse attività.

OS 0 MANAGEMENT

AZIONE LOCALE

0.1. Steering committee (Rete rurale pugliese della dieta mediterranea)

Attraverso l'istituzione dello **Steering Committee** sarà creata una rete rurale delle culture locali sulla dieta mediterranea che fungerà da cabina di regia che - come previsto dall'accordo di cooperazione - è un organo tecnico con funzione di coordinamento, gestione e monitoraggio del progetto. Essa esprimerà la creazione, secondo il metodo Leader, della capacità di regia e progettuale dei territori sui temi progettuali. E' composto da almeno un rappresentante per ogni partner del progetto ed è diretto dal rappresentante del GAL capofila. L'attività riferita alla cabina di regia si concretizza con incontri tra partner di progetto in funzione dell'attuazione del presente progetto e di tutti i possibili spazi di cooperazione sul tema. L'Organo sarà supportato dalla segreteria tecnica-organizzativa, espressione del Capofila. Il funzionamento e la modalità di accesso di nuovi soggetti alla cabina di regia è disciplinata nello specifico accordo.

SOGGETTO ATTUATORE: ciascun GAL del partenariato/partner

DESTINATARI: tutti i Partner

AZIONE LOCALE

0.2 Management del progetto

Organo tecnico individuato per ogni singolo GAL per garantire la correttezza e il buon funzionamento delle attività pianificate nell'ambito progettuale. In particolare il GAL Capofila individuerà una segreteria tecnica a supporto dello SC con i seguenti compiti::

- facilitazione delle comunicazioni tra partner, assessorati della Regione Puglia ed altri enti per consentire un efficace ed efficiente organizzazione delle attività comuni;
- raccolta dati per il monitoraggio fisico e finanziario delle attività e per la valutazione dell'intervento con gli indicatori;
- gestione, conoscenza mediante archiviazione di informazione e documentazione tra partner;
- logistica (organizzazione dei viaggi, delle riunioni, ufficio acquisti, ecc).

I costi di viaggi e trasferte ed eventuali compensi, ove ammissibili, sono a carico di ciascun partner nel proprio budget locale.

SOGGETTO ATTUATORE: *ciascun GAL del partenariato/partner*

DESTINATARI: *i Partner*

AZIONE COMUNE

0.3 Coordinamento, animazione e monitoraggio del progetto

Project management individuato dal Gal capofila con funzione di:

- coordinamento delle attività inerenti al progetto;
- animazione del progetto di cooperazione;
- monitoraggio dei risultati con cadenza trimestrale ed un report di valutazione a chiusura progetto;
- verifica dei costi e gestione degli aspetti amministrativi.

Soggetto attuttore: **GAL CAPOFILA**

Destinatari: *i partner*

AZIONE COMUNE

OS 1 SVILUPPO DI UNA METODOLOGIA INNOVATIVA PER LA VALORIZZAZIONE DELLA CARATTERIZZAZIONE DELLA DM

1.1 Studio e sviluppo per la definizione di una metodologia comune

Quest'attività è la base da cui parte l'intero progetto in quanto identifica gli elementi delle culture locali su cui fa leva la Dieta Mediterranea tramite l'identificazione di realtà e connessioni sui temi della dieta mediterranea (prodotti tipici di qualità, processi produttivi commercializzazione, consumi, convivialità, rituali religiosi e simbolismi alimentari, produttori agricoli e agroalimentari, strutture turistico-ricettive che utilizzano tali prodotti, percorsi agro-paesaggistici, risorse culturali-turistiche-naturalistiche, consuetudini e usanze, ricette e tradizioni locali, etc.). Lo studio che verrà realizzato costituirà il punto di partenza per i successivi step ed è di orientamento per le attività di progetto. La finalità sarà quella di impostare lo studio a livello locale, ovvero cosa ricercare a livello territoriale per valutare l'attuale declinazione e sostenibilità della DM, programmarne le attività e riportare le conclusioni dello studio in modo tale da individuare le azioni di salvaguardia/monitoraggio/valorizzazione da attuare a livello locale successivamente. L'azione comporta la realizzazione di un documento guida contenente: linee guida per la definizione di tali elementi comuni nelle culture locali mediterranee, i dati e le informazioni necessarie per l'organizzazione dell'offerta omogenea dei territori secondo le tematiche sopra citate; le proposte operative per l'implementazione dell'offerta comune e il programma di attività per ciascun partner. Le linee guida suindicate saranno oggetto di continui confronti tra i partner che permetteranno, anche sulla base di documenti/strumenti *UNESCO - World Heritage Centre*, la creazione di una nuova metodologia da applicare nella fase successiva locale di mappatura delle risorse delle

culture legate alla dieta mediterranea. Parteciperanno allo sviluppo anche i referenti delle rete partenariale transnazionale dell'area mediterranea per lo sviluppo condiviso del metodo.

Tale attività potrà giocare un ruolo molto importante nello sviluppo di un'innovazione metodologica da applicare ai sistemi rurali dell'area mediterranea riorganizzandone i processi di selezione/mappatura delle informazioni necessarie per l'implementazione successiva della Banca Dati on line. Quest'attività prevede, pertanto, l'attivazione di una precisa strategia di valorizzazione delle risorse delle culture locali della DM attraverso la realizzazione di un modello innovativo di messa a sistema – integrandolo di tutte le sue componenti - del patrimonio mediterraneo collegato all'alimentazione, tanto negli aspetti legati al recupero di prodotti locali dell'agricoltura, quanto negli aspetti materiali/immateriali turistico-culturali legati al processo di innovazione culturale collegabili a tali risorse. Si ambisce, inoltre, per l'ampiezza del metodo e delle sue caratteristiche dimensionali e funzionali, a rafforzare la conoscenza da parte delle comunità locali e del settore agricolo-turistico-ricettivo e a conquistare l'attenzione di un pubblico transnazionale che può essere attratto dal significativo patrimonio di eccellenze culturali, naturalistiche e ambientali diffuse su gran parte dei territori interessati.

Date queste premesse, la creazione di un nuovo modello di ricerca sul territorio va inteso come un approccio innovativo per lo sviluppo socio-economico dei territori rurali che combini in modo unico – ma condiviso - i diversi fattori di competitività presenti nei sistemi rurali attraverso la DM.

L'output di questa azione sarà uno studio contenente quanto segue:

- a) linee guida per la definizione degli elementi comuni nelle culture locali mediterranee;
- b) una serie di schede (1 per ciascuna tipologia di prodotto/risorsa della cultura locale collegabile alla DM individuata) per la rilevazione successiva omogenea da elaborare da parte dei partner;
- c) ciascun prodotto agricolo/agroalimentare individuato sarà oggetto di indicazioni delle azioni di tutela da adottare a livello locale dei territori partner.

SOGGETTO ATTUATORE: GAL MERIDAUNIA

DESTINATARI: *i Partner, le comunità locali interessate, il sistema agricolo-turistico-ricettivo*

AZIONE COMUNE

1.2 Presentazione del progetto e diffusione dello studio e della metodologia

Sarà organizzata una giornata informativa in cui saranno presentati: presso le comunità locali/partner, nella sessione mattutina, il progetto mentre, nel pomeriggio, i documenti elaborati al punto precedente al fine di condividerne i contenuti ed informare i territori delle attività in corso.

L'incontro potrà avere anche rilevanza transnazionale e saranno invitate a partecipare, oltre ai diversi partner, le imprese agricole, le strutture del sistema turistico, le scuole nonché le autorità istituzionali.

Questo sarà un momento fondamentale per coinvolgere le popolazioni locali diffondendo i contenuti delle analisi eseguite e per presentare ai partner l'approccio da condurre al fine di far conoscere le modalità attuative del progetto e il programma da seguire.

L'output di questa azione è la realizzazione di una giornata informativa dedicata.

SOGGETTO ATTUATORE: GAL CAPOFILA

DESTINATARI: *i Partner, comunità locali interessate, imprese agricole e loro Associazioni di categoria, le strutture del sistema turistico, le scuole nonché le autorità istituzionali.*

OS 2 AZIONI DI RETE PER TUTELA E SALVAGUARDIA DELLA DIETA

MEDITERRANEA

AZIONE LOCALE

2.1 Censimento e studio dei prodotti e delle culture della Dieta Mediterranea da parte di ogni GAL e dei paesi del Mediterraneo

Tutti i soggetti del partenariato procederanno alla realizzazione della mappatura/monitoraggio informativo attraverso la nuova metodologia sviluppata, raccogliendo per ciascun prodotto/risorsa della cultura locale individuata le informazioni utili alla sua valorizzazione quali:

1. **PRODOTTI:** caratteristiche e peculiarità, produttori, somministratori del comparto turistico-ricettivo, etc.;

2. **RISORSA DELLA CULTURA LOCALE COLLEGABILE AL PRODOTTO:** tutti gli elementi/risorse materiali/immateriali del territorio quali strade di valorizzazione e promozione (es. dell'olio, dei vini), beni paesaggistici ed ambientali, risorse culturali, percorsi rurali naturalistici e turistico-culturali, ricette, usanze della tradizione, etc.

L'output dell'azione sarà un **monitoraggio informativo** sui prodotti/risorse della dieta mediterranea in connessione con produttori agricoli e agroalimentari/strutture ricettive/percorsi rurali turistici, risorse culturali e paesaggistiche etc. in stretta connessione con gli attori locali.

SOGGETTO ATTUATORE: *i GAL interessati*

DESTINATARI: *i Partner, le comunità locali interessate, il sistema agricolo-turistico-ricettivo*

AZIONE COMUNE

2.2 Sistematizzazione dei dati e sviluppo della banca dati on line

Tale attività è in stretta connessione con l'azione 2.1 e 2.3 in quanto svilupperà lo strumento per l'inserimento delle schede precedentemente rilevate (2.1), oltre che un lavoro di ricerca di storie e di antiche consuetudini (2.3), da tradurre in una "banca dati" virtuale adatta anche ad usi didattici e di educazione alimentare con filmati e testimonianze. La custodia avverrà attraverso la realizzazione di una "banca" virtuale che raccoglierà i contenuti delle schede e le testimonianze mediante l'inserimento di documenti, registrazioni audio e video di testimoni, catalogazione delle informazioni.

La banca virtuale della DM avrà anche la funzione di favorire la comunicazione e lo scambio di conoscenze a livello locale ed internazionale. La piattaforma avrà una sessione di e-collaboration finalizzata a raccogliere contributi e condividere iniziative. Tale Inventario virtuale – BANCA DATI - dedicato alla "Dieta Mediterranea", raggrupperà e farà riferimento all'insieme delle pratiche, delle rappresentazioni, delle espressioni, delle conoscenze, delle abilità, dei saperi e degli spazi culturali/ambientali con i quali le popolazioni del Mediterraneo hanno creato e ricreato nel corso dei secoli una continua interazione tra l'ambiente culturale, l'organizzazione sociale, l'universo mitico e religioso intorno al mangiare al lo scopo di documentare e catalogare il bene. Su questa base sarà realizzata la banca dati, che affiancherà ed integrerà altre banche dati al fine di conoscere, valorizzare, comunicare e salvaguardare l'elemento, considerato patrimonio immateriale di interesse delle singole comunità locali. Questo risultato costituirà un'azione concreta per permettere di salvaguardare e valorizzare in maniera forte gli elementi che contraddistinguono la Dieta Mediterranea. Tale strumento costituirà anche dopo il progetto il collante per azioni future ed dibattere tematiche coerenti con lo sviluppo rurale in maniera da poter contribuire a dar corpo all'identità delle comunità all'interno dei territori. La piattaforma web sarà annessa al sito web di ogni GAL del partenariato e visualizzata in modo standardizzato su tutti i siti.

SOGGETTO ATTUATORE: *GAL SUD EST BARESE*

DESTINATARI: *i Partner, le popolazione delle aree rurali, turisti, world wide web*

AZIONE LOCALE

2.3 Azione a livello locale di indagine e raccolta delle testimonianze-documenti, inserimento su Banca dati

L'attività comporterà una serie di indagini nell'ambito delle attività locali coinvolte al fine di avere testimonianze, pratiche, stili di vita, la riscoperta dei lavori del mondo agricolo, la memoria di antichi mestieri e di pratiche tese a preservare l'identità rurale che l'architettura rurale. e altri elementi che si possano identificare con i principi della Dieta Mediterranea. In tale ottica potranno anche essere coinvolte le popolazioni locali interessate, il sistema scolastico ed i ristoratori per la produzione di fotografie, video, ricette locali e quant'altro utile alla rappresentazione della cultura locale legata alla DM attraverso la promozione di **un concorso locale**.

Si proseguirà, così, con l'inserimento di quanto realizzato nella banca dati di cui al punto 2.2.

Output: n. 11 indagini realizzate e loro inserimento in banca dati, n.1 concorso realizzato

SOGGETTO ATTUATORE: *tutti i GAL interessati*

DESTINATARI: *i Partner, comunità locali interessate, imprese agricole e loro Associazioni di categoria, le strutture del sistema turistico, le scuole nonché le autorità istituzionali.*

AZIONE COMUNE

2.4 Creazione Osservatorio Rurale della Dieta Mediterranea

Si realizzerà l'Osservatorio rurale della Dieta Mediterranea che avrà fra i suoi compiti quelli di valorizzare la dieta mediterranea, patrimonio culturale immateriale dell'UNESCO, negli aspetti sociali, economici, culturali. Esso fungerà da centro di raccolta e diffusione di informazioni/documentazione delle differenti culture locali sulla DM dei diversi territori dei GAL Pugliesi del partenariato; si realizzerà allestendo parte di una struttura resasi disponibile sul territorio del Capofila - già deputata a Scuola internazionale di Gastronomia Mediterranea - ubicata in un prestigioso bene culturale di Ceglie Messapica che rappresenta attualmente l'unico centro di Alta Cucina internazionale completamente dedicato alle tipicità del Mediterraneo "MED SCHOOL" a cui afferiscono cuochi da tutto il mondo che avranno modo - attraverso l'Osservatorio - di conoscere ed utilizzare i prodotti/ricette dei Gal Pugliesi aderenti al progetto. Esso potrà avere funzioni consultive, propositive e di monitoraggio sulle politiche in ambito rurale in materia di promozione e sostegno del modello di sviluppo rurale durevole, incentrato sulla dieta mediterranea, mediante la valorizzazione degli aspetti sociali, economici e storico-culturali e la loro trasmissione alle giovani generazioni. Inoltre esso opererà specializzandosi, principalmente, su di uno degli aspetti fondamentali della dieta mediterranea, ovvero la sostenibilità dello stile di vita alimentare finalizzato a promuovere uno sviluppo sostenibile dei territori rurali che passi attraverso la valorizzazione dei prodotti gastronomici tipici, la diffusione di un'agricoltura multifunzionale il sostegno ad un turismo alternativo, puntando sulla gastronomia del territorio quale risorsa culturale da utilizzare come vantaggio competitivo nel mercato globale. All'Osservatorio, oltre al partenariato di progetto, potranno aderire anche altre istituzioni impegnate nella valorizzazione/promozione della Dieta Mediterranea come, ad esempio, i Comuni rurali che intendono preservare le loro tradizioni in tema di dieta mediterranea e cultura locale ad essa collegabile.

Output: n. 1 Osservatorio rurale della DM realizzato.

SOGGETTO ATTUATORE: *GAL CAPOFILA*

DESTINATARI: *i Partner, produttori agricoli, agroalimentari, sistema turismo, comunità locali, altre istituzioni per la valorizzazione/promozione della Dieta Mediterranea e del territorio*

AZIONE COMUNE

2.5 Mostra virtuale itinerante della dieta mediterranea nelle culture locali

Attraverso la realizzazione di un software sarà possibile dotare ciascun GAL di una mostra virtuale itinerante che potrà essere sviluppata comunemente attraverso la costruzione di mostre, percorsi tematici e gallerie ragionate popolate da contenuti e risorse digitali afferenti alle diverse categorie di prodotti alimentari e non e, dunque, ai diversi specialismi dei beni sedimentati nel patrimonio culturale della dieta mediterranea.

Lo strumento è inteso per superare i limiti della frammentazione di tale patrimonio culturale e volto a riconsiderare procedure e metodi impiegati nella produzione intellettuale e nella comunicazione e diffusione delle conoscenze.

Ciascun GAL avrà così modo di ospitare in luoghi diversi (es. in occasione di eventi, partecipazione a fiere, ovvero permanente presso una struttura, etc.) una mostra itinerante dedicata alla dieta mediterranea e alle risorse ad essa collegabili il cui allestimento sarà a cura di ciascun GAL che contribuirà con la raccolta, la documentazione riguardante i prodotti/risorse/tradizioni legate alla Dm insieme ai produttori agricoli/servizi turistici di ciascuna area del partenariato.

Output: n.1 software realizzato.

SOGGETTO ATTUATORE: GAL LUOGHI DEL MITO

DESTINATARI: *i GAL Partner, le comunità locali interessate, il sistema agricolo-turistico-ricettivo, i turisti*

OS 3 SCAMBIO DI INFORMAZIONI E BEST PRACTICES A LIVELLO INTERNAZIONALE NEI PAESI MEDITERRANEI

Lo scopo di tale obiettivo strategico è promuovere nel Mediterraneo gli scambi e le produzioni tradizionali che garantiscono il mix di pietanze della dieta mediterranea ed un'offerta turistica più responsabile. Allo stesso modo la presenza a questi eventi di cuochi e chefs dei vari territori coinvolti garantirà lo scambio di metodi, ricette e interpretazione del gusto. Questi elementi dovranno costituire un importante veicolo per stabilire un contatto tra la qualità di agro-food del Mediterraneo e dell'artigianato alimentare ad un pubblico di utenti e turisti. L'evento che si realizzerà costituirà anche un mezzo per rilanciare le abilità di arte e produzione dei paesi dell'area del Mediterraneo, tramite la creazione di una vetrina privilegiata anche per le produzioni artigianali tipiche che ruotano attorno alla dieta Mediterranea e che con essa sono espressione di tutti gli aspetti e sfaccettature insite nell'identità rurale.

L'idea è progettare degli eventi che si differenzino in maniera marcata dalle tradizionali fiere agroalimentari. Alle classiche attività di degustazione di prodotti spesso caotiche e generaliste, si intende sostituire dei momenti di approfondimento in cui la dieta mediterranea diventa veicolo emozionale e percorso sensoriale. Il cibo e gli oggetti, la dieta, gli alimenti e le storie o leggende che ad essi si accompagnano devono necessariamente essere presentati quali parte di un insieme di elementi storici, culturali, che richiamino nell'immaginario di ciascuno ricordi o impressioni e suscitino sensazioni positive. Per tali motivi gli eventi potranno essere realizzati in concomitanza e di raccordo con altre manifestazioni a carattere nazionale o europeo di altra natura (festival culturali o simili) che ne consentano una maggiore espressione in termini di sistema dieta mediterranea. Per tale attività sarà fondamentale la partecipazione delle organizzazioni partner rappresentanti dei produttori ed operatori turistici di ogni territorio.

Il format degli eventi sarà realizzato attraverso delle giornate in cui saranno organizzati nella stessa missione estera sia seminari che attività di scambio di best practice.

In particolare sono 2 gli eventi da realizzare e per ogni azione paese è prevista sia l'azione di organizzazione dell'evento come azione comune e la partecipazione come azione locale oltre alla redazione e pubblicazione di un *leaflet* informativo in lingua locale.

AZIONE COMUNE

3.1.1 Organizzazione n. 1 evento in Paese X di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)

Lo scopo di quest'azione è sviluppare la comprensione reciproca tra i diversi partner dell'Euromediterraneo in uno spirito di apertura e, allo stesso tempo, contribuire allo sviluppo condiviso della metodologia per lo svolgimento delle attività nei Paesi partner e la divulgazione della conoscenza della banca dati on line. Quest'azione sostiene le attività studiate per mettere in rete e sviluppare le competenze del partenariato sui temi della DM, riconoscendo il ruolo importante che essa può assumere nello sviluppo sostenibile dei territori nei paesi limitrofi.

L'azione è anche intesa come scambio di esperienze, competenze e buone pratiche sulla Dieta Mediterranea, sostenendo attività che conducano alla realizzazione di progetti e collaborazioni durevoli e di qualità. In tale ottica saranno organizzati seminari legati fortemente allo **scambio di informazioni e best practices** sulla Dieta Mediterranea. Tali eventi si svolgeranno nei territori dei partner terzi coinvolti nel progetto, secondo le tipologie organizzative e logistiche tipiche che caratterizzano i luoghi ospitanti. Allo stesso modo la presenza a questi eventi di cuochi e chefs dei vari territori coinvolti garantirà lo scambio di metodi, ricette e interpretazione del gusto. Questi elementi dovranno costituire un importante veicolo per stabilire un contatto tra la qualità di agro-food del Mediterraneo e dell'artigianato alimentare ad un pubblico di utenti e turisti. L'azione costituisce, pertanto, un mezzo per rilanciare le abilità di arte e produzione dei paesi dell'area del Mediterraneo, tramite la creazione di una vetrina privilegiata anche per le produzioni artigianali tipiche che ruotano attorno alla dieta Mediterranea e che con essa sono espressione di tutti gli aspetti e sfaccettature insite nell'identità rurale.

OUTPUT: N. 1 evento realizzato

SOGGETTO ATTUATORE: GAL DAUNOFANTINO

DESTINATARI: *tutti i Partner, le comunità locali interessate, il sistema agricolo-turistico-ricettivo, organizzazioni di categoria operanti nello sviluppo rurale*

AZIONE LOCALE

3.1.2 Partecipazione n. 1 evento in Paese X di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)

I GAL interessati parteciperanno all'evento di cui al punto precedente attraverso quest'azione locale contribuendo ciascuno alla buona riuscita dell'evento e allo scambio di esperienze attraverso le proprie testimonianze e la partecipazione di testimonial privilegiati presso i partner transnazionali.

OUTPUT: N. 10 partecipanti

SOGGETTO ATTUATORE: tutti i Gal interessati

DESTINATARI: *tutti i Partner, le comunità locali interessate, il sistema agricolo-turistico-ricettivo, attori locali*

AZIONE COMUNE

3.2.1 Organizzazione n. 1 evento in Paese Y di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)

Lo scopo di quest'azione è sviluppare la comprensione reciproca tra i diversi partner dell'Euromediterraneo in uno spirito di apertura e, allo stesso tempo, contribuire allo sviluppo condiviso della metodologia per lo svolgimento delle attività nei Paesi partner e la divulgazione della conoscenza della banca dati on line. Quest'azione sostiene le attività studiate per mettere in rete e sviluppare le competenze del partenariato sui temi della DM, riconoscendo il ruolo importante che essa può assumere nello sviluppo sostenibile dei territori nei paesi limitrofi.

L'azione è anche intesa come scambio di esperienze, competenze e buone pratiche sulla Dieta Mediterranea, sostenendo attività che conducano alla realizzazione di progetti e collaborazioni durevoli e di qualità. In tale ottica saranno organizzati seminari legati fortemente allo **scambio di informazioni e best practices** sulla Dieta Mediterranea. Tali eventi si svolgeranno nei territori dei partner terzi coinvolti nel progetto, secondo le tipologie organizzative e logistiche tipiche che caratterizzano i luoghi ospitanti. Allo stesso modo la presenza a questi eventi di cuochi e chefs dei vari territori coinvolti garantirà lo scambio di metodi, ricette e interpretazione del gusto. Questi elementi dovranno costituire un importante veicolo per stabilire un contatto tra la qualità di agro-food del Mediterraneo e dell'artigianato alimentare ad un pubblico di utenti e turisti. L'azione costituisce, pertanto, un mezzo per rilanciare le abilità di arte e produzione dei paesi dell'area del Mediterraneo, tramite la creazione di una vetrina privilegiata anche per le produzioni artigianali tipiche che ruotano attorno alla dieta Mediterranea e che con essa sono espressione di tutti gli aspetti e sfaccettature insite nell'identità rurale.

OUTPUT: N. 1 evento realizzato

SOGGETTO ATTUATORE: GAL CAPO S. MARIA DI LEUCA

DESTINATARI: *tutti i Partner, le comunità locali interessate, il sistema agricolo-turistico-ricettivo, organizzazioni di categoria operanti nello sviluppo rurale*

AZIONE LOCALE

3.2.2 Partecipazione n. 1 evento in Paese Y di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)

I GAL interessati parteciperanno all'evento di cui al punto precedente attraverso quest'azione locale contribuendo ciascuno alla buona riuscita dell'evento e allo scambio di esperienze attraverso le proprie testimonianze cui potranno prender parte anche partecipazione testimonial privilegiati (cuochi, ristoratori, agricoltori, etc.) del proprio territorio presso i partner transnazionali.

OUTPUT: N. 10 partecipanti

SOGGETTO ATTUATORE: tutti i Gal interessati

DESTINATARI: *tutti i Partner, le comunità locali interessate, il sistema agricolo-turistico-ricettivo, attori locali*

OS4 STRUMENTI E AZIONI DI SENSIBILIZZAZIONE E PROMOZIONE DELLA DM

AZIONE LOCALE

4.1 Laboratori di degustazione e presentazione dei prodotti/produttori/attori locali coinvolti della dieta mediterranea diretti alle comunità locali, turisti, etc.

In ogni territorio ciascun GAL organizzerà laboratori di degustazione di prodotti di altri GAL partner insieme ai produttori/attori locali per uno scambio proficuo di esperienze e conoscenze sul tema della Dieta mediterranea tra i diversi territori.

In particolare il format dei laboratori prevederà un disegno unico ed omogeneo con giornate dedicate sia alla presentazione che alla degustazione dei prodotti, oltre a seminari introduttivi sui vari aspetti della DM.

Essi saranno diversificati per tematiche e target e l'attività si rivolgerà alla popolazione locale, alle scuole, ai medici, ovvero anche ai turisti.

Oltre ai produttori agricoli/agroalimentari, sarà coinvolto nella realizzazione dei laboratori anche il settore ristorativo (agriturismi, ristoranti, trattorie tipiche, osterie, vinerie, enoteche, cantine, etc.) per mettere in risalto il ruolo della ristorazione locale attraverso la proposizione di menù corrispondenti ai principi della dieta mediterranea e impiegando, nella misura più larga possibile, le materie prime e gli ingredienti riconducibili a territori coinvolti. L'obiettivo è quello di valorizzare e unire gli operatori e garantire i consumatori sui prodotti locali legati alla DM. Il coinvolgimento di medici e di istituti scolastici assicurerà inoltre una diffusione capillare sul territorio.

OUTPUT: n. 16 laboratori

SOGGETTO ATTUATORE: i GAL interessati

DESTINATARI: *i Partner, le comunità locali interessate, il sistema agricolo-turistico-ricettivo, scuole, medici, altri attori locali*

AZIONE COMUNE

4.2 Organizzazione di 3 Festival della dieta mediterranea

Si realizzeranno 3 eventi denominati "Festival della Dieta Mediterranea nelle culture locali" legati alla valorizzazione del patrimonio immateriale/materiale afferente alla Dieta Mediterranea.

Lo scopo principale del Festival della Dieta Mediterranea è promuovere nell'ambito dei territori coinvolti il valore aggiunto della Dieta Mediterranea e delle produzioni tradizionali che la compongono, dando una grande risonanza sull'opportunità di valorizzare questa eredità per mezzo del settore turistico. In quest'occasione sarà presentato e diffuso quanto realizzato nei diversi momenti di attuazione del progetto. Il Festival sarà aperto alla partecipazione dei produttori coinvolti e delle piccole e medie imprese del settore turistico. Ci si propone di raggiungere, in ogni GAL, la partecipazione di circa 20 tra produttori, artigiani e ristoratori/cuochi che saranno chiamati a dare una dimostrazione viva delle loro abilità, i visitatori verranno invitati per sperimentare con loro proprie mani le tecniche tradizionali che, complessivamente considerati danno origine allo stile alimentare mediterraneo.

Il Festival rappresenterà il sistema dieta Mediterranea quale insieme di elementi storici, culturali e sociali legati al cibo. Persone, oggetti, alimenti e tradizioni seppur provenienti da territori diversi saranno accomunati da quel filo conduttore che è lo stile di vita mediterraneo e l'approccio al cibo e alla quotidianità che esso rappresenta.

La Cabina di Regia del partenariato ha stabilito di realizzare i tre eventi in momenti e location diverse ma coordinati tra loro: 1) per le province Brindisi – Bari- Foggia che sarà realizzato dal GAL Valle d'Itria; 2) per la provincia di Taranto il cui soggetto attuatore è il GAL Terre del Primitivo; 3) per la provincia di Lecce che sarà attuato dal GAL Valle della Cupa. Il Format dovrà essere unico ed omogeneo veicolando il messaggio di dieta e stile di vita mediterraneo come simposio delle identità rurali per questo dovranno ospitare spazi e momenti diversi ma fortemente legati tra loro quali ad esempio: spazio per imprese dei territori, percorsi e laboratori didattici e sensoriali, orto didattico e laboratori destinati ai ragazzi, degustazioni guidate, proiezioni video-documentari dei territori, spettacoli (musica, balli, rappresentazioni teatrali), spazi dibattito (tramite convegni/seminari) etc.

Esso prevede momenti di approfondimento scientifico, con particolare riferimento agli aspetti salutari e nutrizionali. La dieta mediterranea rappresenta un esempio di alimentazione corretta ed equilibrata, capace di prevenire disfunzioni cardiovascolari, obesità o altre patologie tipiche di diete meno salutari. Tali circostanze devono necessariamente essere evidenziate e valorizzate anche attraverso l'apporto di autorevoli contributi scientifici che troveranno spazio all'interno dei Festival.

In occasione del Festival della Dieta Mediterranea sarà inoltre organizzato **un concorso di cucina** avente per tema la dieta mediterranea. **Chefs e cuochi** si confronteranno presentando piatti e ricette che più rispecchiano le identità e le specificità dei territori di provenienza.

Una giuria qualificata ne valuterà i risultati e, sulla base di diverse nomination (miglior piatto emozionale, migliore interpretazione delle realtà rurali, migliore rivisitazione di antiche ricette, etc.) conferirà i riconoscimenti.

I Festival saranno gli eventi più rappresentativi. In essi saranno presentati anche i risultati delle attività di cui ai punti precedenti anche ad opera di testimonial qualificati, nell'ambito della gastronomia e della ricerca storica e scientifica.

L'esperienza maturata nell'organizzazione e nella gestione dei Festival consentirà di porre le basi per farli diventare eventi ripetibili nel tempo e appuntamenti fissi, magari itineranti, anche ben oltre la conclusione del progetto di cooperazione per esempio programmando "la biennale della Dieta Mediterranea".

OUTPUT: n. 3 eventi realizzati; n. 1 concorso di cucina mediterranea

SOGGETTO ATTUATORE: i GAL interessati, in particolare:

4.2.1) per le province Brindisi – Bari- Foggia - **GAL VALLE D'ITRIA;**

4.2.2) per la provincia di Taranto - **GAL TERRE DEL PRIMITIVO;**

4.2.3) per la provincia di Lecce - **GAL VALLE DELLA CUPA.**

DESTINATARI: tutti i Partner, le comunità locali interessate, il sistema agricolo-turistico-ricettivo, il settore ristorativo rurale, etc.

AZIONE COMUNE

4.3 Realizzazione di un video prodotto per il marketing esperienziale della DM

Il settore turismo, con l'avvento del web e alla luce delle nuove esigenze dei turisti, ha subito numerosi cambiamenti. Il questo scenario diventa sempre più importante innovare l'offerta turistica in modo creativo e originale.

Il turismo esperienziale diventa quindi un'alternativa al turismo di massa (standardizzato e generalista), il cui elemento di competizione è il prezzo. Diventa un'opportunità per differenziare e rendere unica e memorabile la propria offerta, valorizzando allo stesso tempo anche i territori.

Con l'avvento di internet e l'aumento delle proposte turistiche presenti in rete, si è passati dalla focalizzazione sul prodotto alla focalizzazione sul viaggiatore, dall'economia dei prodotti a quella dell'esperienza.

E' in tale contesto che s'inserisce la realizzazione di un video-prodotto per il marketing esperienziale della Dieta Mediterranea con lo scopo di differenziare in maniera marcata l'identità delle culture locali legate alla DM, la relativa offerta turistica e la relazione comunicativa per i diversi segmenti di mercato.

Il video racconterà in un "unicum" prodotti, risorse culturali, territori ed esperienze possibili legati alla Dieta Mediterranea nelle diverse aree interessate.

OUTPUT: N. 1 video realizzato

SOGGETTO ATTUATORE: GAL TERRA DEI MESSAPI

DESTINATARI: i Partner, le comunità locali interessate, il sistema agricolo-turistico-ricettivo, altri attori locali

AZIONE COMUNE

4.4.1. Realizzazione materiali e strumenti di comunicazione (brochure, roll up, banner pop up, etc), immagine coordinata, progettazione grafica/stampa strumenti e manuale di comunicazione –

L'azione è volta a realizzare l'applicazione del Logo – già realizzato nel precedente Progetto LEADERMED (Programmazione 2000-2006) - sui nuovi materiali di comunicazione che si andranno a sviluppare con l'intervento attuale; in particolare da un lato saranno progettati graficamente e realizzate brochure, ovvero catalogo/schede prodotti e loro caratteristiche/produttori/attori coinvolti/luoghi d'interesse, roll up, banner pop up, leaflet informativi, etc. , mentre dall'altro si svilupperanno tutti gli strumenti necessari alla corretta applicazione dell'immagine coordinata. Inoltre si dovrà fornire un servizio continuo di aggiornamento dei materiali forniti in merito a piccole correzioni e variazioni per l'attuazione corretta degli interventi nei diversi territori.

OUTPUT: n. 1 sviluppo immagine coordinata su nuovi materiali; N. 20 progettazioni grafiche; n. 10 strumenti di comunicazione realizzati.

SOGGETTO ATTUATORE: GAL CONCA BARESE

DESTINATARI: *tutti i Partner, le comunità locali interessate, il sistema agricolo-turistico-ricettivo, altri attori locali*

AZIONE COMUNE

4.4.2. Piano marketing, web marketing e pubblicità

Quest'azione ha come finalità migliorare l'immagine della DM all'esterno attraverso la valorizzazione delle sue principali risorse sia attraverso canali tradizionali che web2. Il piano intende completare, integrare e creare valore aggiunto alle molteplici iniziative realizzate, avviate e programmate nei territori attraverso il progetto LEADERMED. L'intervento è finalizzato allo sviluppo dell'iniziativa attraverso attività essenziali, complementari ed integrative, volte a garantire la promozione del progetto LEADERMED quale espressione/slogan che sintetizza le linee guida di un'attività di comunicazione istituzionale rivolta ai principali soggetti che con il progetto LEADERMED hanno una precisa relazione – es. GAL, attori istituzionali –ma soprattutto un'attività comunicativa a tutto campo che, integrando la prima in una prospettiva più ampia, si rivolge al territorio e ai cittadini, comunità locali, sistema turistico, etc.

Nello specifico, si compone di tre attività:

a) Piano di Marketing: ha come obiettivo quello di promuovere all'esterno un'immagine adeguata del Progetto LEADERMED per informare e mettere in risalto la DM, la sua storia, l'immenso patrimonio culturale, le iniziative strategiche realizzate, in corso di realizzazione e programmate;

b) Web marketing: comprende tutte le attività tese alla realizzazione della promozione del Progetto sul web quali l'implementazione del portale web; S.E.O - ottimizzazione (keywords, description, ecc) del sito web per i principali motori, di ricerca; Realizzazione di un'applicazione per tablet e smart phone (che si aggiorni in tempo reale sui pacchetti offerti e disponibili per la prenotazione); Realizzazione ed invio di DEM (direct email marketing) a potenziali target; Creazione della pagina youtube per l'inserimento di contributi video; attività di Social Network Marketing, Attività di Search Engine Marketing (S.E.M.), Attività di Social Media Press Release - comunicati stampa, eventuali collegamenti con altri siti, possibilità di integrazione di contributi, diffusione dell'informazione, comunicazione web 2.0 - viral, buzz etc.;

c) pubblicità: per la valorizzazione/promozione delle attività legate al progetto anche su canali tradizionali quali stampa e TV.

OUTPUT: 1 piano di marketing, n. 1500 contatti raggiunti, N. 10 attività di informazione e promozione su stampa/TV

SOGGETTO ATTUATORE: GAL LE CITTA' DI CASTEL DEL MONTE

DESTINATARI: tutti i Partner, le comunità locali interessate, il sistema agricolo-turistico-ricettivo, altri attori locali

OS 5 - AZIONI DI OUTGOING E INCOMING DA REALIZZARE SU PAESI TARGET NORD EUROPEI IN COLLABORAZIONE CON ISTITUZIONI ITALIANE ALL'ESTERO

L'attività 5 è dedicata alla sensibilizzazione e promozione della dieta mediterranea nel Nord Europa attraverso l'organizzazione di seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in due paesi ivi localizzati.

Queste attività di educazione alimentare alla DM si svolgeranno tramite attività di outgoing ed incoming con i paesi del Nord Europa. L'intervento sostiene seminari dedicati sia di incoming (imprese estere in Italia) – 5.1 e 5.2 - che di outgoing (imprese italiane all'estero) - 5.3 e 5.4 - per le imprese dei settori produttivi legati alla Dieta Mediterranea (agri-food, turismo, artigianato e servizi correlati). Particolare attenzione verrà data ai settori della ristorazione/turismo, dell'agroalimentare e dell'agricoltura, per le cui imprese sarà realizzata una manifestazione d'interesse a partecipare. Le attività a carattere multisettoriale permetteranno di sviluppare iniziative pilota che puntino verso nuove aree di mercati o paesi emergenti del Nord Europa.

AZIONI 5.1, 5.1.1, 5.2, 5.2.1

Gli interventi 5.1 e 5.2 sono strutturati attraverso la realizzazione di 2 AZIONI COMUNI (5.1 e 5.2) e 2 AZIONI LOCALI (5.1.1. e 5.2.1) che prevedono rispettivamente l' "Organizzazione di seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in un paese del Nord Europa" e per la parte locale sono previste le spese per la "Partecipazione..." a tale seminari.

AZIONE COMUNE

5.1.Organizzazione (OUTGOING) seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese X (Nord Europa)

Organizzazione (OUTGOING) di seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in due paesi del nord Europa. Al seminario potranno essere invitati a partecipare anche i partner del sud Mediterraneo. In particolare, per le degustazioni guidate saranno rivolte a ristoratori e gourmet, operatori commerciali. Per ogni intervento paese sarà redatta e pubblicata una brochure informativa. Sarà realizzata una manifestazione d'interesse a partecipare per le aziende dei settori della ristorazione e turismo, dell'agroalimentare e dell'agricoltura. Le attività saranno svolte in collaborazione con alcune istituzioni italiane all'estero (Camere di Commercio, Ambasciate, Associazioni Italofile e di emigrati italiani all'estero, etc.).

OUTPUT: N. 1 seminario informativo realizzato

SOGGETTO ATTUATORE: GAL COLLINE IONICHE

DESTINATARI: tutti i Partner, il sistema agricolo-turistico-ricettivo-artigianale, istituzioni italiane all'estero

AZIONE LOCALE

5.1.1 Partecipazione Seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese X (Nord Europa)

Qui sono previste le spese dei GAL partecipanti ai seminari informativi organizzati al punto precedente. A titolo di esempio potranno essere costituite dalle trasferte e spese di ospitalità di risorse umane afferenti ai GAL, compresi eventuali soggetti esterni - ad es. imprenditori - del proprio territorio/partenariato, oltre che spese di spedizione di

prodotti/materiali di supporto per il seminario specifico cui potranno prender parte anche testimonial privilegiati (cuochi, ristoratori, agricoltori, etc.) del proprio territorio.

OUTPUT: N. 10 partecipanti

SOGGETTO ATTUATORE: i GAL del partenariato/partner interessati

DESTINATARI: personale GAL, operatori economici dei settori interessati

AZIONE COMUNE

5.2 Organizzazione (OUTGOING) seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese Y (Nord Europa)

Organizzazione (OUTGOING) seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in due paesi del nord Europa. Al seminario potranno essere invitati a partecipare anche i partner del sud Mediterraneo. In particolare, per le degustazioni guidate saranno rivolte a ristoratori e gourmet, operatori commerciali. Per ogni intervento paese sarà redatta e pubblicata una brochure. Sarà realizzata una manifestazione d'interesse a partecipare per le aziende dei settori della ristorazione e turismo, dell'agroalimentare e dell'agricoltura. Le attività saranno svolte in collaborazione con alcune istituzioni italiane all'estero (Camere di Commercio, ambasciate, Associazioni Italofile e di emigrati italiani all'estero, etc.).

OUTPUT: N. 1 seminario informativo realizzato

SOGGETTO ATTUATORE: GAL TERRA D'ARNEO

DESTINATARI: tutti i Partner, il sistema agricolo-turistico-ricettivo- artigianale, istituzioni italiane all'estero

AZIONE LOCALE

5.2.1 Partecipazione seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese n. Y (Nord Europa)

Qui sono previste le spese dei GAL partecipanti ai seminari informativi organizzati al punto precedente. A titolo di esempio potranno essere costituite dalle trasferte e spese di ospitalità di risorse umane afferenti ai GAL, compresi eventuali soggetti esterni - ad es. imprenditori - del proprio territorio/partenariato, oltre che spese di spedizione di prodotti/materiali di supporto per il seminario specifico cui potranno prender parte anche testimonial privilegiati (cuochi, ristoratori, agricoltori, etc.) del proprio territorio.

OUTPUT: N. 10 partecipanti

SOGGETTO ATTUATORE: Tutti i GAL del partenariato/partner interessati

DESTINATARI: personale GAL, operatori economici dei settori interessati

Le azioni 5.3 e 5.4 prevedono invece attività di incoming di operatori e rappresentanti da parte dei paesi target del Nord Europa.

La conoscenza dei Paesi esteri presso i quali si intende approcciare - rappresenta uno step cruciale per il successo delle imprese operanti nel settore agri-food e turismo; in tale direzione sarà costante l'impegno per valorizzare e sostenere tali iniziative di promozione dell'export produttivo locale a sostegno di azioni volte a valorizzare e promuovere le imprese del territorio legate alle produzioni relative alla Dieta Mediterranea.

AZIONE COMUNE

5.3 Ospitalità (INCOMING) per seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM dai Paesi del Nord Europa (PAESE X)

L'azione è diretta a imprese, cuochi e chef del Nord Europa: oltre all'organizzazione di una giornata alla scoperta dei territori dei GAL pugliesi interessati e di visite aziendali si

prevede un'altra giornata tecnica/formativa sulla Dieta Mediterranea e un approfondimento conoscitivo del mercato e dell'economia per le opportunità d'affari con al centro la valorizzazione delle produzioni enogastronomiche e di quelle agricole. Le attività saranno svolte in collaborazione con alcune istituzioni italiane all'estero (Camere di Commercio, Ambasciate, Associazioni Italofile e di emigrati italiani all'estero, etc.) ed in Puglia.

Al programma potranno aderire le imprese locali appartenenti al settore agroalimentare e turismo tramite manifestazioni d'interesse. In particolare saranno promosse le produzioni di vino, olio, salumi, prodotti da forno e le produzioni del lattiero caseario.

OUTPUT: N. 1 seminario informativo realizzato

SOGGETTO ATTUATORE: GAL TERRA D'OTRANTO

DESTINATARI: tutti i GAL, operatori economici locali ed esteri dei settori interessati

AZIONE COMUNE

5.4 Ospitalità (INCOMING) per seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM dai Paesi del Nord Europa (PAESE Y)

L'azione è diretta a imprese, cuochi e chef del Nord Europa: oltre all'organizzazione di una giornata alla scoperta dei territori dei GAL pugliesi interessati con visite aziendali si prevede un'altra giornata tecnica/formativa sulla Dieta Mediterranea e un approfondimento conoscitivo del mercato e dell'economia per le opportunità d'affari con al centro la valorizzazione delle produzioni enogastronomiche ed agricole. Le attività saranno svolte in collaborazione con alcune istituzioni italiane all'estero (Camere di Commercio, Ambasciate, Associazioni Italofile e di emigrati italiani all'estero, etc.) ed in Puglia.

Al programma potranno aderire le imprese locali appartenenti al settore agroalimentare e turismo tramite manifestazioni d'interesse. In particolare saranno promosse le produzioni di vino, olio, salumi, prodotti da forno e le produzioni del lattiero caseario.

OUTPUT: N. 1 seminario informativo realizzato

SOGGETTO ATTUATORE: GAL SERRE SALENTINE

DESTINATARI: tutti i GAL, operatori economici locali ed esteri dei settori interessati

Indicatori del progetto

Indicatori di realizzazione

Indicatori	Unità di misura	Valore previsionale
Partner	numero	23
di cui GAL	numero	16
di cui Partner no GAL	numero	7
Regioni coinvolte	numero	1
Stati coinvolti	numero	7
Struttura comune	numero	0
Rete tra operatori locali	numero	1
Prodotti comuni	numero	1
	numero	

Indicatori di risultato

OS	AZIONI	ASSE E MISURA	INDICATORI DI RISULTATO	UNITA' DI MISURA	VALORE PREVISIONALE
Presviluppo	PREFATTIBILITA' - attività di ricerca partner, progettazione, per la definizione del partenariato e lo sviluppo del progetto	IV – Misura 421	giornate	numero	12
OS 0 MANAGEMENT	0.1 Steering committee	IV – Misura 421	giornate	numero	50
			Rete creata	numero	1
	0.2 Management del progetto	IV – Misura 421	persone coinvolte	numero	5
	0.3 Coordinamento, animazione e monitoraggio del progetto	IV – Misura 421	persone coinvolte	numero	4
OS 1 SVILUPPO DI UNA METODOLOGIA INNOVATIVA PER LA VALORIZZAZIONE DELLA CARATTERIZZAZIONE DELLA DM	1.1 Studio e sviluppo per la definizione di una metodologia comune	IV – Misura 421	studi e indagini	numero	1
	1.2 Presentazione del progetto e diffusione dello studio e della metodologia	IV – Misura 421	eventi	numero	1

OS	AZIONI	ASSE E MISURA	INDICATORI DI RISULTATO	UNITA' DI MISURA	VALORE PREVISIONALE
OS 2 AZIONI DI RETE PER TUTELA E SALVAGUARDIA DELLA DIETA MEDITERRANEA	2.1 Censimento dei prodotti e delle culture della Dieta Mediterranea da parte di ogni GAL e dei paesi del Mediterraneo	IV – Misura 421	studi e indagini (monitoraggi informativi)	numero	13
	2.2 Sistematizzazione dei dati e sviluppo della banca dati on line	IV – Misura 421	banche dati on line e piattaforma web	numero	1
	2.3 Azione a livello locale di indagine e raccolta delle testimonianze, inserimento su banca dati	IV – Misura 421	studi e indagini e loro inserimento su db	numero	11
			concorso realizzato	numero	1
	2.4. Creazione Osservatorio Rurale della Dieta Mediterranea	IV – Misura 421	osservatorio realizzato	numero	1
	2.5 Mostra virtuale itinerante della DM	IV – Misura 421	software dedicati realizzati	numero	1

OS	AZIONI	ASSE E MISURA	INDICATORI DI RISULTATO	UNITA' DI MISURA	VALORE PREVISIONALE
OS 3 SCAMBIO DI INFORMAZIONI E BEST PRACTICES A LIVELLO INTERNAZIONALE NEI PAESI MEDITERRANEI	3.1.1 Organizzazione n. 1 evento in Paese X di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)	IV – Misura 421	eventi	numero	1
	3.1.2 Partecipazione n. 1 evento in Paese X di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)	IV – Misura 421	partecipanti	numero	10
	3.2.1 Organizzazione n. 1 evento in Paese Y di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)	IV – Misura 421	eventi	numero	1
	3.2.2 Partecipazione n. 1 evento in Paese Y di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)	IV – Misura 421	partecipanti	numero	10

OS	AZIONI	ASSE E MISURA	INDICATORI DI RISULTATO	UNITA' DI MISURA	VALORE PREVISIONALE
OS4 STRUMENTI E AZIONI DI SENSIBILIZZAZIONE E PROMOZIONE DELLA DM	4.1 Laboratori di degustazione e presentazione dei prodotti/produttori/attori locali	IV – Misura 421	laboratori	numero	16
	4.2 Organizzazione di 3 Festival della dieta mediterranea in Puglia	IV – Misura 421	eventi	numero	3
			Concorso di cucina mediterranea	numero	1
	• 4.2.1 Organizzazione di 1 Festival della dieta mediterranea in Puglia - prov BR- BA- FG	IV – Misura 421	eventi +concorso	numero	1
	• 4.2.2 Organizzazione di 1 Festival della dieta mediterranea in Puglia - prov TA	IV – Misura 421	eventi +concorso	numero	1
	• 4.2.3 Organizzazione di 1 Festival della dieta mediterranea in Puglia - prov LE	IV – Misura 421	eventi +concorso	numero	1
	4.3 Realizzazione di un video prodotto per il marketing esperienziale della DM	IV – Misura 421	n° video realizzati	numero	1
	4.4. 1.Realizzazione materiali e strumenti di comunicazione (brochure, roll up, banner pop up, etc), immagine coordinata, progettazione grafica strumenti e manuale di comunicazione	IV – Misura 421	sviluppo immagine coordinata su nuovi materiali	numero	1
			progettazioni grafiche	numero	20
			strumenti di comunicazione realizzati	numero	10
	4.4. 2.Piano marketing, web marketing e pubblicità	IV – Misura 421	piano di marketing	numero	1
			contatti on line raggiunti	numero	1500
			attività di informazione e promozione su stampa/TV	numero	10

OS	AZIONI	ASSE E MISURA	INDICATORI DI RISULTATO	UNITA' DI MISURA	VALORE PREVISIONALE
OS 5 AZIONI DI OUTGOING E INCOMING DA REALIZZARE SU PAESI TARGET NORD EUROPEI IN COLLABORAZIONE CON ISTITUZIONI ITALIANE ALL'ESTERO	5.1.Organizzazione (OUTGOING) seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese X (Nord Europa)	IV – Misura 421	seminari informativi realizzati	numero	1
	5.1.1 Partecipazione Seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese X (Nord Europa)	IV – Misura 421	partecipanti	numero	10
	5.2 Organizzazione (OUTGOING) seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese Y (Nord Europa)	IV – Misura 421	seminari informativi realizzati	numero	1
	5.2.1 Partecipazione Seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese n. Y (Nord Europa)	IV – Misura 421	partecipanti	numero	10
	5.3 Ospitalità (INCOMING) per seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM	IV – Misura 421	seminari informativi realizzati	numero	1
	5.4 Ospitalità (INCOMING) per seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM	IV – Misura 421	seminari informativi realizzati	numero	1

6.METODI E PROCEDURE DI ATTUAZIONE DEL PROGETTO

Forma giuridica e gestionale

Forma giuridica e gestionale

Ogni partner dovrà:

- sottoscrivere la convenzione di partnership;
- curare l'attuazione, gestione e l'animazione delle azioni del livello locale di progetto.

Modalità di attuazione

MODALITA' ATTUATIVA	AZIONI	SOGGETTO RESPONSABILE
A REGIA DIRETTA	Prefattibilità	GAL CAPOFILA E/O GAL PARTNER
A REGIA DIRETTA	0.1 Steering committee	GAL CAPOFILA E/O GAL PARTNER
	0.2 Management del progetto	GAL CAPOFILA E/O GAL PARTNER
	0.3 Coordinamento, animazione e monitoraggio del progetto	GAL CAPOFILA
A BANDO- REGIA DIRETTA	1.1 Studio e sviluppo per la definizione di una metodologia comune	GAL MERIDAUNIA
A REGIA DIRETTA	1.2 Presentazione del progetto e diffusione dello studio e della metodologia	GAL CAPOFILA
A REGIA DIRETTA	2.1 Censimento dei prodotti e delle culture della Dieta Mediterranea da parte di ogni GAL e dei paesi del Mediterraneo	GAL CAPOFILA E/O GAL PARTNER
A BANDO- REGIA DIRETTA	2.2 Sistematizzazione dei dati e sviluppo della banca dati on line	GAL SUD EST BARESE
A REGIA DIRETTA	2.3 Azione a livello locale di indagine e raccolta delle testimonianze, inserimento su banca dati	GAL CAPOFILA E/O GAL PARTNER
A BANDO- REGIA DIRETTA	2.4. Creazione Osservatorio Rurale della Dieta Mediterranea	GAL CAPOFILA
A BANDO- REGIA DIRETTA	2.5 Mostra virtuale itinerante della DM	GAL LUOGHI DEL MITO

MODALITA' ATTUATIVA	AZIONI	SOGGETTO RESPONSABILE
A BANDO - REGIA DIRETTA	3.1.1 Organizzazione n. 1 evento in Paese X di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)	GAL DAUNOFANTINO
A REGIA DIRETTA	3.1.2 Partecipazione n. 1 evento in Paese X di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)	GAL CAPOFILA E/O GAL PARTNER
A BANDO- REGIA DIRETTA	3.2.1 Organizzazione n. 1 evento in Paese Y di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)	GAL CAPO SANTA MARIA DI LEUCA
A REGIA DIRETTA	3.2.2 Partecipazione n. 1 evento in Paese Y di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)	GAL CAPOFILA E/O GAL PARTNER
A REGIA DIRETTA	4.1 Laboratori di degustazione e presentazione dei prodotti/produttori/attori locali	GAL CAPOFILA E/O GAL PARTNER
A BANDO- REGIA DIRETTA	4.2 Organizzazione di 3 Festival della dieta mediterranea in Puglia	3 GAL PARTNER come di seguito indicati:
• A BANDO- REGIA DIRETTA	• 4.2.1 Organizzazione di 1 Festival della dieta mediterranea in Puglia - prov BR- BA- FG	• GAL VALLE D'TTRIA
• A BANDO- REGIA DIRETTA	• 4.2.2 Organizzazione di 1 Festival della dieta mediterranea in Puglia - prov TA	• GAL TERRE DEL PRIMITIVO
• A BANDO- REGIA DIRETTA	• 4.2.3 Organizzazione di 1 Festival della dieta mediterranea in Puglia - prov LE	• GAL VALLE DELLA CUPA
A BANDO- REGIA DIRETTA	4.3 Realizzazione di un video prodotto per il marketing esperienziale della DM	GAL TERRA DEI MESSAPI
A BANDO- REGIA DIRETTA	4.4. 1.Realizzazione materiali e strumenti di comunicazione (brochure, roll up, banner pop up, etc), immagine coordinata, progettazione grafica strumenti e manuale di comunicazione	GAL CONCA BARESE
A BANDO - REGIA DIRETTA	4.4. 2.Piano marketing, web marketing e pubblicità	GAL LE CITTA' DI CASTEL DEL MONTE
A BANDO- REGIA DIRETTA	5.1.Organizzazione (OUTGOING) seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese X (Nord Europa)	GAL COLLINE IONICHE
A REGIA DIRETTA	5.1.1 Partecipazione Seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese X (Nord Europa)	GAL CAPOFILA E/O GAL PARTNER
A BANDO- REGIA DIRETTA	5.2 Organizzazione (OUTGOING) seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese Y (Nord Europa)	GAL TERRA D'ARNEO
A REGIA DIRETTA	5.2.1 Partecipazione informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese n. Y (Nord Europa)	GAL CAPOFILA E/O GAL PARTNER
A BANDO- REGIA DIRETTA	5.3 Ospitalità (INCOMING) per seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM	GAL TERRA D'OTRANTO
A BANDO - REGIA DIRETTA	5.4 Ospitalità (INCOMING) per seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM	GAL SERRE SALENTINE

7.ASPETTI ORGANIZZATIVI

Crono - programma delle attività

Data di inizio progetto: 01/11/2011

Data di fine progetto: 30/11/2015

TEMPI DI REALIZZAZIONE

OS	AZIONI	AZIONI COMUNI	AZIONI LOCALI	2011	2012	2013	2014	2015
Presviluppo	Prefattibilità		X					
OS 0 MANAGEMENT	0.1 Steering committee		X					
	0.2 Management del progetto		X					
	0.3 Coordinamento, animazione e monitoraggio del progetto	X						
OS 1 SVILUPPO DI UNA METODOLOGIA INNOVATIVA PER LA VALORIZZAZIONE DELLA CARATTERIZZAZIONE DELLA DM	1.1 Studio e sviluppo per la definizione di una metodologia comune	X						
	1.2 Presentazione del progetto e diffusione dello studio e della metodologia	X						
OS 2 AZIONI DI RETE PER TUTELA E SALVAGUARDIA DELLA DIETA MEDITERRANEA	2.1 Censimento dei prodotti e delle culture della Dieta Mediterranea da parte di ogni GAL e dei paesi del Mediterraneo		X					
	2.2 Sistematizzazione dei dati e sviluppo della banca dati on line	X						
	2.3 Azione a livello locale di indagine e raccolta delle testimonianze, inserimento su banca dati		X					
	2.4. Creazione Osservatorio Rurale della Dieta Mediterranea	X						
	2.5 Mostra virtuale itinerante della DM	X						

OS	AZIONI	AZIONI COMUNI	AZIONI LOCALI	2011	2012	2013	2014	2015
OS 3 SCAMBIO DI INFORMAZIONI E BEST PRACTICES A LIVELLO INTERNAZIONALE NEI PAESI MEDITERRANEI	3.1.1 Organizzazione n. 1 evento in Paese X di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)	X						
	3.1.2 Partecipazione n. 1 evento in Paese X di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)		X					
	3.2.1 Organizzazione n. 1 evento in Paese Y di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)	X						
	3.2.2 Partecipazione n. 1 evento in Paese Y di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)		X					
OS4 STRUMENTI E AZIONI DI SENSIBILIZZAZIONE E PROMOZIONE DELLA DM	4.1 Laboratori di degustazione e presentazione dei prodotti/produttori/attori locali		X					
	4.2 Organizzazione di 3 Festival della dieta mediterranea in Puglia	X						
	• 4.2.1 Organizzazione di 1 Festival della dieta mediterranea in Puglia - prov BR- BA- FG	X						
	• 4.2.2 Organizzazione di 1 Festival della dieta mediterranea in Puglia - prov TA	X						
	• 4.2.3 Organizzazione di 1 Festival della dieta mediterranea in Puglia - prov LE	X						
	4.3 Realizzazione di un video prodotto per il marketing esperienziale della DM	X						
	4.4. 1.Realizzazione materiali e strumenti di comunicazione (brochure, roll up, banner pop up, etc), immagine coordinata, progettazione grafica strumenti e manuale di comunicazione	X						
	4.4. 2.Piano marketing, web marketing e pubblicità	X						

OS 5 AZIONI DI OUTGOING E INCOMING DA REALIZZARE SU PAESI TARGET NORD EUROPEI IN COLLABORAZIONE CON ISTITUZIONI ITALIANE ALL'ESTERO	5.1. Organizzazione (OUTGOING) seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese X (Nord Europa)	X						
	5.1.1 Partecipazione Seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese X (Nord Europa)		X					
	5.2 Organizzazione (OUTGOING) seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese Y (Nord Europa)	X						
	5.2.1 Partecipazione seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese n. Y (Nord Europa)		X					
	5.3 Ospitalità (INCOMING) per seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM (Paese X)	X						
	5.4 Ospitalità (INCOMING) per seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM (Paese Y)	X						

Modalità individuate per assolvere i compiti organizzativi e direttivi.

Le modalità di realizzazione del Progetto sono affidate ai Partner nonché da quanto eventualmente specificato nelle riunioni dello Steering Committee

I Partner s'impegnano a:

- ✓ finanziare, quota parte, l'intero progetto;
- ✓ delegare il capofila per i compiti di cui prima;
- ✓ finanziare e realizzare, in proprio, le attività della parte del progetto riguardante il proprio territorio, accettando, per queste ultime, il ruolo di controllo e monitoraggio del capofila
- ✓ fornire i dati richiesti per monitorare l'implementazione del Progetto e cooperare nella redazione dei rapporti sulle attività e della rendicontazione finanziaria del Progetto
- ✓ Rendicontare le proprie attività al capofila e alla ADG in modo coerente e omogeneo alle indicazioni del capofila stesso
- ✓ notificare immediatamente al Capofila ogni evento che possa in qualche modo interferire nella corretta implementazione del Progetto

Il Partner ha il diritto a:

- ✓ partecipare alle decisioni strategiche e alle attività istituzionali relative al progetto attraverso la nomina di un proprio rappresentante per ogni Partner in seno all'assemblea della partnership e di un proprio rappresentante in seno allo Steering Committee
- ✓ implementare la parte locale del progetto
- ✓ rimanere proprietario esclusivo di tutti i diritti e i patrimoni eventualmente generatisi dalle sue dirette attività finanziarie e amministrative

I Partner sono tenuti a curare i flussi informativi sul Progetto nei confronti della Autorità di Gestione per la parte locale.

Gli stessi dovranno inoltre partecipare a tutte le fasi di loro competenza previste per la realizzazione del Progetto, nel rispetto dei tempi indicati

L'Assemblea della Partnership è formata da almeno un rappresentante per ogni partner del progetto. Si esprime in modo incontestabile sull'ingresso di nuovi partner, sulla progettazione di massima, definitiva e delle relative varianti, esamina e approva i report periodici sullo stato di avanzamento del progetto, il report finale e il piano di divulgazione dei risultati finali

Lo Steering Committee è un organo tecnico con funzioni di coordinamento, gestione e monitoraggio del Progetto. E' composto da almeno un rappresentante per ogni partner del progetto ed è diretto dal rappresentante del GAL Capofila.

Lo Steering Committee è supportato dalla Segreteria tecnica, anch'essa espressione del Capofila, che assicura il supporto tecnico-organizzativo con compiti di:

- ✓ facilitazione delle comunicazioni tra partner, Assessorati della regione Puglia, ed altri enti per consentire un'efficace ed efficiente organizzazione delle attività comuni
- ✓ raccolta dati per il monitoraggio fisico e finanziario delle attività e per la valutazione dell'intervento con indicatori
- ✓ gestione conoscenza mediante archiviazione di informazioni e documentazione tra partner

Il GAL capofila di progetto svolgerà un ruolo di responsabile generale dell'organizzazione e successiva implementazione delle attività di progetto e dovrà essere in grado di assolvere la gestione di attività tecniche, amministrative, finanziarie e relative comunicazioni che il progetto comporterà.

Il GAL capofila di progetto avrà le seguenti responsabilità:

- ✓ assicurare il contatto di tramite tra i partners e le relazioni con l'Autorità di gestione
- ✓ Facilitatore delle informazioni
- ✓ Monitorare e stimolare le attività progettuali
- ✓ Favorire l'integrazione attraverso le diverse azioni progettuali
- ✓ Risolvere qualunque problema durante lo svolgimento delle attività
- ✓ Verifica della rispondenza tecnica delle attività pianificate
- ✓ Partecipazione ai controlli e alle verifiche tecniche e amministrative del progetto
- ✓ Organizzazione e coordinamento di convegni e seminari
- ✓ Le informazioni e le comunicazioni dovranno essere facilitate principalmente per email, telefono e skype

8. ASPETTI FINANZIARI

Piano finanziario del progetto

APPROVATO CABINA DI REGIA 27/03/2013	MISURA 421- PIANO FINANZIARIO LEADERMED	COSTO TOTALE	Finanziamento			Altri finanzi amenti
			Quota FEASR	Quota Nazional e + regional e	Quota privata	
FASI OPERATIVE	ATTIVITA'		57,5	42,5	-	-
PRESVILUPPO						
	PREFATTIBILITA'	12.720,00	idem			
AZIONI COMUNI						
OS 0 MANAGEMENT	0.3 Coordinamento, animazione e monitoraggio del progetto	30.028,00	idem			
OS 1 SVILUPPO DI UNA METODOLOGIA INNOVATIVA PER LA VALORIZZAZIONE DELLA CARATTERIZZAZIO NE DELLA DM	1.1 Studio e sviluppo per la definizione di una metodologia comune	26.608,00	idem			
	1.2 Presentazione del progetto e diffusione dello studio e della metodologia	10.000,00	idem			
	SUBTOTALE	66.636,00				
OS 2 AZIONI DI RETE PER TUTELA E SALVAGUARDIA DELLA DIETA MEDITERRANEA	2.2 Sistematizzazione dei dati e sviluppo della banca dati on line	33.859,95	idem			
	2.4. Creazione Osservatorio Rurale della Dieta Mediterranea	20.000,00	idem			
	2.5 Mostra virtuale itinerante della DM	27.450,00	idem			
	SUBTOTALE	81.309,95				
OS 3 SCAMBIO DI INFORMAZIONI E BEST PRACTICES A LIVELLO INTERNAZIONALE NEI PAESI MEDITERRANEI	3.1.1 Organizzazione n. 1 evento in Paese X di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)	28.250,00	idem			
	3.2.1 Organizzazione n. 1 evento in Paese Y di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)	35.140,00	idem			
	SUBTOTALE	63.390,00				
OS4 STRUMENTI E AZIONI DI SENSIBILIZZAZIO NE E PROMOZIONE DELLA DM	4.2 Organizzazione di 3 Festival della dieta mediterranea in Puglia	79.950,00	idem			
	4.2.1 Organizzazione di 1 Festival della dieta mediterranea in Puglia - prov BR- BA- FG	27.450,00	idem			
	4.2.2 Organizzazione di 1 Festival della dieta mediterranea in Puglia - prov TA	27.450,00	idem			

	4.2.3 Organizzazione di 1 Festival della dieta mediterranea in Puglia - prov LE	25.050,00	idem	
	4.3 Realizzazione di un video prodotto per il marketing esperienziale della DM	27.450,00	idem	
	4.4. 1.Realizzazione materiali e strumenti di comunicazione (brochure, roll up, banner pop up, etc), immagine coordinata, progettazione grafica strumenti e manuale di comunicazione	27.450,00	idem	
	4.4. 2.Piano marketing, web marketing e pubblicità	28.250,00	idem	
	SUBTOTALE	163.100,00		
OS 5 AZIONI DI OUTGOING E INCOMING DA REALIZZARE SU PAESI TARGET NORD EUROPEI IN COLLABORAZIONE CON ISTITUZIONI ITALIANE ALL'ESTERO	5.1.Organizzazione (OUTGOING) seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese X (Nord Europa)	25.250,00	idem	
	5.2 Organizzazione (OUTGOING) seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese Y (Nord Europa)	33.250,00	idem	
	5.3 Ospitalità (INCOMING) per seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM	27.450,00	idem	
	5.4 Ospitalità (INCOMING) per seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM	33.250,00	idem	
	SUBTOTALE	119.200,00	idem	
TOTALE AZIONI COMUNI		493.635,95	idem	
AZIONI LOCALI				
PRESVILUPPO	Prefattibilità	12.720,00	idem	
OS 0 MANAGEMENT	0.1 Steering committee	27.179,49	idem	
	0. 2 Management del progetto	93.109,95	idem	
OS 2 AZIONI DI RETE PER TUTELA E SALVAGUARDIA DELLA DIETA MEDITERRANEA	2.1 Censimento dei prodotti e delle culture della Dieta Mediterranea da parte di ogni GAL e dei paesi del Mediterraneo	77.111,00	idem	
	2.3 Azione a livello locale di indagine e raccolta delle testimonianze, inserimento su banca dati	58.390,49	idem	
OS 3 SCAMBIO DI INFORMAZIONI E BEST PRACTICES A LIVELLO INTERNAZIONALE NEI PAESI MEDITERRANEI	3.1.2 Partecipazione n. 1 evento in Paese X di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)	45.100,00	idem	
	3.2.2 Partecipazione n. 1 evento in Paese Y di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)	28.500,00	idem	

OS4 STRUMENTI E AZIONI DI SENSIBILIZZAZIONE E PROMOZIONE DELLA DM	4.1 Laboratori di degustazione e presentazione dei prodotti/produttori/attori locali	180.337,87	idem	
OS 5 AZIONI DI OUTGOING E INCOMING DA REALIZZARE SU PAESI TARGET NORD EUROPEI IN COLLABORAZIONE CON ISTITUZIONI ITALIANE ALL'ESTERO	5.1.1 Partecipazione Seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese X (Nord Europa)	49.438,49	idem	
	5.2.1 Partecipazione Seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese n. Y (Nord Europa)	23.500,00	idem	
TOTALE AZIONI LOCALI- Uguale		595.387,29	idem	
TOTALE DOTAZIONE GAL- Progetto approvato		1.089.023,29	idem	
TOTALE AZIONI COMUNI - Progetto approvato		493.636,00	idem	
TOTALE AZIONI COMUNI - RIMODULAZIONE		1.089.023,24	idem	
TOTALE AUMENTATO IN DOTAZIONE AL GAL CAPOFILA		26.500,00	idem	
NUOVA DOTAZIONE GAL CAPOFILA		126.250,00		

Data di inizio progetto: 01/11/2011**Data di fine progetto: 30/11/2015**

Operazioni previste

Costi per Anno

Azioni per tipologia	Costo totale	2011	2012	2013	2014	2015
AZIONI COMUNI				Impegno	Attuazione/rendicontazione	Attuazione/rendicontazione
0.3 Coordinamento, animazione e monitoraggio del progetto	30.028,00			30.028,00	Attuazione/rendicontazione	
1.1 Studio e sviluppo per la definizione di una metodologia comune	26.608,00			26.608,00	Attuazione/rendicontazione	
1.2 Presentazione del progetto e diffusione dello studio e della metodologia	10.000,00			10.000,00	Attuazione/rendicontazione	
2.2 Sistematizzazione dei dati e sviluppo della banca dati on line	33.859,95			33.859,95	Attuazione/rendicontazione	
2.4. Creazione Osservatorio Rurale della Dieta Mediterranea	20.000,00			20.000,00	Attuazione/rendicontazione	
2.5 Mostra virtuale itinerante della DM	27.450,00			27.450,00	Attuazione/rendicontazione	
3.1.1 Organizzazione n. 1 evento in Paese X di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)	28.250,00			28.250,00	Attuazione/rendicontazione	
3.2.1 Organizzazione n. 1 evento in Paese Y di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)	35.140,00			35.140,00	Attuazione/rendicontazione	
4.2 Organizzazione di 3 Festival della dieta mediterranea in Puglia	79.950,00			79.950,00	Attuazione/rendicontazione	
• 4.2.1 Organizzazione di 1 Festival della dieta mediterranea in Puglia - prov BR- BA- FG	27.450,00			27.450,00	Attuazione/rendicontazione	
• 4.2.2 Organizzazione di 1 Festival della dieta mediterranea in Puglia - prov TA	27.450,00			27.450,00	Attuazione/rendicontazione	
• 4.2.3 Organizzazione di 1 Festival della dieta mediterranea in Puglia - prov LE	25.050,00			25.050,00	Attuazione/rendicontazione	
4.3 Realizzazione di un video prodotto per il	27.450,00			27.450,00	Attuazione/rendicontazione	

marketing esperienziale della DM						
4.4.1.Realizzazione materiali e strumenti di comunicazione (brochure, roll up, banner pop up, etc), immagine coordinata, progettazione grafica strumenti e manuale di comunicazione	27.450,00			27.450,00	Attuazione/rendicontazione	
4.4.2.Piano marketing, web marketing e pubblicità	28.250,00			28.250,00	Attuazione/rendicontazione	
5.1.Organizzazione (OUTGOING) seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese X (Nord Europa)	25.250,00			25.250,00	Attuazione/rendicontazione	
5.2 Organizzazione (OUTGOING) seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese Y (Nord Europa)	33.250,00			33.250,00	Attuazione/rendicontazione	
5.3 Ospitalità (INCOMING) per seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM	27.450,00			27.450,00	Attuazione/rendicontazione	
5.4 Ospitalità (INCOMING) per seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM	33.250,00			33.250,00	Attuazione/rendicontazione	
Azioni per tipologia	Costo totale	2011	2012	2013	2014	2015
AZIONI LOCALI				Impegno	Attuazione/rendicontazione	Attuazione/rendicontazione
PREFATTIBILITA'	12.720,00			12.720,00		
0.1 Steering committee	27.179,49			27.179,49	Attuazione/rendicontazione	
0. 2 Management del progetto	93.109,95			93.109,95	Attuazione/rendicontazione	
2.1 Censimento dei prodotti e delle culture della Dieta Mediterranea da parte di ogni GAL e dei paesi del Mediterraneo	77.111,00			77.111,00	Attuazione/rendicontazione	
2.3 Azione a livello locale di indagine e raccolta delle testimonianze, inserimento su banca dati	58.390,49			58.390,49	Attuazione/rendicontazione	
3.1.2 Partecipazione n. 1 evento in Paese X di 4 gg (workshop per la	45.100,00			45.100,00	Attuazione/rendicontazione	

presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)					
3.2.2 Partecipazione n. 1 evento in Paese Y di 4 gg (workshop per la presentazione di metodologia/banca dati e scambio di best practices)	28.500,00			28.500,00	Attuazione/rendicontazione
4.1 Laboratori di degustazione e presentazione dei prodotti/produttori/attori locali	180.337,87			180.337,87	Attuazione/rendicontazione
5.1.1 Partecipazione Seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese X (Nord Europa)	49.438,49			49.438,49	Attuazione/rendicontazione
5.2.1 Partecipazione Seminari informativi con degustazione dei prodotti della DM da effettuare in paese n. Y (Nord Europa)	23.500,00			23.500,00	Attuazione/rendicontazione