

**Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013**  
**Regolamento (CE) 1698/2005**  
**Asse IV - Misura 421**



**GRUPPO DI AZIONE LOCALE**  
**“VALLE DELLA CUPA Nord Salento” SRL**  
C.F. e P.IVA 03221220753 VIA SURBO N°34  
73019 TREPUSZI (LE) Numero R.E.A 210634  
[info@valledellacupa.it](mailto:info@valledellacupa.it), [valledellacupa@pec.it](mailto:valledellacupa@pec.it)  
Tel. 0832/753083 Fax 0832/753083 - [www.valledellacupa.it](http://www.valledellacupa.it)

Progetto di cooperazione transnazionale  
**“ TEINET ”**



**“Itinerari enogastronomici transnazionali per la Promozione del modello culturale alimentare del Made in Italy Pugliese”**  
**Avviso - Misura 421 - Azione 4.5 b) Produzione di materiale di larga divulgazione: catalogo pacchetti turistici per intermediari di viaggio**

**Codice progetto: T-L-IT 010-012-005**



REGIONE PUGLIA



REPUBBLICA ITALIANA



UNIONE EUROPEA



## DOMANDA

*“In riferimento all’iter emarginato in epigrafe, la scrivente società chiede a codesto Spettabile Ente documentazione esplicativa utile alla chiara individuazione delle finalità, degli obiettivi e di ogni altra informazione pertinente al progetto transazionale TEINET, a supporto del quale i servizi di cui al presente avviso dovranno essere indirizzati”.*

## RISPOSTA

Con riferimento alla vostra richiesta, si specifica quanto segue. Per ogni altra informazione si rimanda all’Avviso e alle Linee guida allegate.

### Premessa

TEINET è un progetto transazionale che coinvolge 10 Gal pugliesi (Gal Luoghi del Mito, Gal Valle della Cupa, Gal Colline Ioniche, Gal Alto Salento, Gal Fior d’Olivi, Gal Murgia Più, Gal Valle d’Itria, Gal Terre del Primitivo, Gal Terra dei Messapi e GAL Terra d’Otranto) e 3 Gal partners stranieri (LAG GOZO action group -Malta, LAG Carmarthenshire Local Action Group - Galles LAG Landudvikling Slagelse - Danimarca). Il progetto è finanziato con i fondi del PSR Puglia 2007-2013 - Asse IV - Misura 421.

### Obiettivi generali

L’obiettivo generale del progetto è quello di promuovere itinerari enogastronomici ed i prodotti ad essi collegati, riconoscendone il fondamentale ruolo della tradizione agricola, alimentare e culturale: **divulgare la cultura enogastronomica nei paesi target prescelti, promuovere il territorio ed il paesaggio produttivo nel suo insieme (eccellenze produttive, storico, culturali, ambientali, ecc), diffondere la storia dell’eccellenze produttive, garantire il consumatore attraverso la valorizzazione delle denominazioni di origine, organizzare eventi attraverso l’attuazione di strategie comuni di comunicazione, marketing.**

### Finalità

La finalità è quella di trasferire i valori tipici della cultura mediterranea e farsi portavoce nei territori rurali del Nord Europa di un *modello alimentare* da valorizzare e salvaguardare non solo come segreto di lunga vita, ma per il suo valore storico, per la funzione culturale svolta nel tramandare tradizioni gastronomiche di generazione in generazione, nonché per la promozione di itinerari turistici enogastronomici collegati allo stesso modello alimentare/culturale.

### Output finale

Quindi, l’output finale del progetto TEInet, di cui il Gal Capofila è il Gal luoghi del Mito, sarà la costruzione di una rete transazionale di itinerari enogastronomici quale elemento base di un’offerta turistica integrata per la scoperta di diversi modelli culturali alimentari locali.

## **Politica di comunicazione**

Il progetto prevede la realizzazione di strumenti di comunicazione sia cartacea che di ampia diffusione che possano essere utilizzabili per la partecipazione a fiere nazionali e internazionali e per attività di promozione istituzionale in genere.

## **Catalogo pacchetti turistici per intermediari di viaggio**

A tale scopo è stata prevista, all'interno dell'azione comune 4.5b) Produzione di materiale di larga divulgazione, la realizzazione di un catalogo pacchetti turistici per intermediari di viaggio.

Poiché nell'ambito del progetto verrà realizzato un numero limitato di pacchetti, il catalogo, oltre a rappresentare un elemento di commercializzazione andrà a costituire inevitabilmente un utile strumento di comunicazione dell'intero progetto e delle peculiarità dei singoli GAL sulle tematiche dell'agroalimentare identificate nell'ambito del progetto TEInet.

Il catalogo dovrà contenere pacchetti turistici che saranno strutturati sulla base delle seguenti tematiche

- vino
- olio
- grano
- leguminose
- latticini
- ortaggi

mettendo in evidenza e soprattutto collegando per ogni prodotto le peculiarità offerte da ciascun Gal.

Il prodotto realizzato proporrà un viaggio alla scoperta dei 6 tematismi evidenziando le tante eccellenze produttive trasversali e locali di ciascun Gal. Naturalmente trattandosi di pacchetti turistici, nel catalogo ci saranno anche informazioni sulle aziende individuate (dove soggiornare, dove mangiare, ...) e sulle eccellenze territoriali (cosa vedere,...). I dettagli verranno definiti in fase di progettazione esecutiva .

## **Strategia di comunicazione del catalogo**

In linea di massima, il messaggio, dal punto di vista creativo dovrà essere fortemente caratterizzante puntando sia negli aspetti grafici che nella scelta dei colori su un lay-out teso a rafforzare l'identità del sistema puntando sul logo di TEINET e sul suo pay-off mantenendo un certo equilibrio con l'identità dei singoli territori Gal

Nella copertina (fronte o retro) dovranno essere inseriti tutti i loghi ufficiali del progetto.

Le pagine interne comprendono, oltre ai pacchetti turistici proposti, una descrizione degli itinerari enogastronomici ad essi collegati e una descrizione del progetto.

## **Target**

Il target di riferimento è rappresentato dagli intermediari turistici.