

### **Anagrafica**

Soggetto promotore: **Slow Food Italia**

Titolo progetto: **Slow Fish**

Settore intervento: Sviluppo locale ed edilizia popolare locale

Territorio di intervento: Comune di Genova

Contributo deliberato: 20.000 €

Costo effettivo del progetto: 1.254.212 €

### **Progetto:**

Breve descrizione dell'iniziativa:

Il progetto, giunto alla nona edizione, si svolge a Genova e si è focalizzato sulle buone pratiche che è possibile mettere in atto per garantirsi un futuro migliore; mostrando come consumatori, pescatori, cuochi e scienziati, possano offrire ognuno il proprio contributo per salvaguardare il mare, un bene complesso e delicato, la cui salute dipende dalla cura comune.

L'evento si è svolto nello scenario del Porto Antico, a pochi passi dal centro storico ed immerso nell'anima marinara della città.

Anche in questa edizione l'evento affianca la sua anima più gastronomica – che permette ai visitatori di conoscere i prodotti e le ricette del mare di tutto il mondo grazie alla partecipazione di molti protagonisti internazionali – all'educazione dei cittadini di tutte le età, specie delle giovani generazioni, e alla creazione di alleanze tra vari attori della filiera – dai pescatori ai cuochi, dai ricercatori ai rappresentanti delle istituzioni, dai comunicatori ai commercianti.

### **Slow Fish in numeri:**

- L'evento è stato realizzato in 6 location genovesi;
- Sul sito web [slowfish.slowfood.it](http://slowfish.slowfood.it) sono state pubblicate 38 pagine, 43 news pre evento e 13 durante l'evento. Sono stati scritti, editati e pubblicati 209 eventi;
- Sul sito web [slowfish.slowfood.it/en](http://slowfish.slowfood.it/en) sono state pubblicate 30 pagine, 30 news pre evento e 7 durante l'evento. Sono stati scritti, editati e pubblicati 77 eventi;
- I posti in vendita totale ammontavano a 1271 e ne sono stati venduti 885, registrando una percentuale di venduto del 69,96%;

- L'evento ha ottenuto un totale di *impression* pari a 58.545 (numero di volte in cui l'annuncio è stato mostrato alla rete search di Google);
- Su 6.517 persone che hanno cliccato sugli annunci pubblicati, il 66,80% ha compiuto un'azione successiva: andare al sito, all'evento di interesse, acquistare, scaricare il programma;
- Da un punto di vista demografico, risulta abbastanza chiaro che gli utenti maggiormente interessati sono perlopiù persone mature, con un'età compresa dai 35 ai 54 anni, e picchi nella fascia 45-54;
- Il profilo italiano di Facebook ha pubblicato nel pre-evento 39 post, ottenendo 9.829 interazioni e raggiungendo 338.262 persone.

Nel post-evento sono stati pubblicati 17 post, ottenendo 4.813 interazioni e raggiungendo 115.612 persone;

- Il profilo italiano di Instagram ha pubblicato 37 post pre-evento e 5 durante, raggiungendo 348.691 persone nel pre-evento e 41.164 nel post. Sono state ottenute 455.249 *impression* durante l'evento e 86.214 nel post.

Nelle instagram stories sono state prodotte 80 slides con una media di 1.500 visualizzazioni a slide durante l'evento. Prima dell'evento si va dalle 3.549 visualizzazioni della più guardata alle 2.200 della meno vista. Sul fronte social, l'uso costante di Instagram è la principale novità del 2019;

- La newsletter italiana è stata inviata a circa 70.000 contatti. I contenuti di Slow Fish sono stati condivisi per 9 uscite, per un totale di 47 articoli;
- La newsletter internazionale, inviata ogni 28 del mese e realizzata in inglese, francese, spagnolo, tedesco, russo, portoghese, è stata inviata a un totale di circa 70.000 contatti. Sono state realizzate 3 uscite per un totale di 8 articoli;
- Sono stati realizzati 14 comunicati stampa prima dell'evento e 7 durante l'evento. Sono stati raggiunti 6/7 mila destinatari;
- Sono state organizzate 3 conferenze stampa;
- Oltre 250 diverse testate giornalistiche si sono occupate dell'evento;
- Sono stati elaborati oltre 550 articoli di rassegna stampa a fine maggio;
- Sono stati realizzati 4.000 segnalibri, 200.000 flyer, 4.000 locandine 30.000 mappe in loco.



**Partenariato:**

Il progetto è stato realizzato in collaborazione con Regione Liguria (Liguria International), Unioncamere Liguria, CCIAA Genova e Comune di Genova.

**Sulla base degli output evidenziati in precedenza, si ritiene di poter concludere che i risultati raggiunti siano in linea con gli obiettivi prefissati.**

**Si precisa infine che la nostra relazione riporta unicamente gli output ritenuti maggiormente indicativi.**