

Anagrafica

Soggetto promotore: **Slow Food Italia**

Titolo progetto: **Slow Fish 2021**

Settore intervento: Sviluppo locale ed edilizia popolare locale

Territorio di intervento: Città Metropolitana di Genova

Contributo deliberato: 10.000,00 euro

Costo effettivo del progetto: 1.042.675,00 euro

Progetto:

Breve descrizione dell'iniziativa:

Slow Fish è una manifestazione biennale dedicata a tutti gli ecosistemi legati all'acqua e ai loro abitanti. L'edizione del 2021, la decima, ha visto la realizzazione di un mese di appuntamenti digitali a partire dal 3 giugno 2021; tali appuntamenti (Food Talk e Come si fa?, Sea Tales e Pesci fuor d'acqua, oltre alle conferenze internazionali, che hanno affrontato temi di attualità), gratuiti e sottotitolati in italiano e inglese su www.slowfish.it e di quattro giorni vissuti in presenza nel centro storico di Genova dall'1 al 4 luglio. Nello stesso periodo, da Levante a Ponente la Liguria si è animata di eventi in presenza diffusi, organizzati in collaborazione con la rete territoriale di Slow Food Liguria.

La manifestazione ha inteso focalizzarsi sulle buone pratiche che è possibile mettere in atto per garantire 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.

Slow Fish in numeri:

- Accanto a food truck, birrifici, stand enogastronomici, laboratori del gusto e stand didattico educativo, a partire dal 3 giugno e fino al termine dell'evento sono state proposte 150 eventi fisici e digitali e, in particolare:
 - o conferenza di apertura con le istituzioni e un numero limitato di giornalisti;
 - o l'8 giugno, in occasione della Giornata mondiale degli oceani, è stato presentato il nuovo advisory board internazionale di Slow Fish;

- una conferenza internazionale online sul tema della biodiversità sommersa e delle praterie marine;
 - una conferenza sul tema del consumo del pesce e delle scelte consapevoli;
 - il menù di Slow Fish: durante tutto il mese di giugno, Slow Food e le condotte della Liguria hanno lavorato in stretto contatto con i ristoratori per la creazione di piatti legati alla campagna Slow Fish;
 - appuntamenti della rete ligure con attività collaterali organizzate in tutto il territorio ligure (attraverso la collaborazione delle condotte di Slow Food Liguria, le osterie, gli uffici culturali della Regione e gli operatori turistici). Tra queste, visite ai presidi Slow Food del territorio, tour delle realtà cittadine, presentazioni;
 - i forum dell'acqua: incontri in diretta, della durata di 60 minuti circa, che si sono svolti in un'aula virtuale, per confrontarsi su problemi e soluzioni comuni;
 - premiazione del progetto "Acqua bene comune" che si è svolto nelle scuole aderenti al progetto di Slow Food "Orto in condotta";
 - "Come si fa?": format che ha visto la realizzazione di brevi video preregistrati per scoprire tecniche di produzione o per imparare una ricetta o tecniche di preparazione;
 - Sea Tales testimonianze di rete: le esperienze di donne e di uomini che si prendono cura del mare e rappresentano il modello di una pesca che pensa al futuro;
 - Food Talk: Scrittori, economisti, filosofi, antropologi, ecologisti, educatori, attivisti insieme a pescatori e cuochi hanno offerto la propria visione su ambiente, alimentazione, biodiversità;
 - Pesci fuor d'acqua: dialoghi online tra una figura legata alla pesca e altri esperti;
 - Forse non tutti sanno che: clip divulgative per il grande pubblico dove un esperto ha svelato semplici trucchi e curiosità sul mondo marino, sulle sue stagioni, sulle maree e il rapporto con la luna;
- sono state coinvolte 4 aree cittadine nella manifestazione principale: Piazza Caricamento, Piazza De Ferrari, Piazza Matteotti, Piazza della Vittoria;
 - hanno partecipato 36 espositori distribuiti sulle piazze principali;
 - hanno partecipato all'evento 20.000 di visitatori;
 - sono stati pubblicati oltre 700 articoli tra carta stampata, web, servizi radio e tv (tra le principali testate La Repubblica, La Stampa, Il Secolo XIX, Il Giornale, Ansa, Primocanale,

Telenord, Radio Babboleo, TG3 Liguria), oltre a due speciali sui quotidiani: Il Gusto, La Stampa (indipendente) e La Repubblica;

- sono stati inviati 28 comunicati stampa, con una media di 5.000 indirizzi per ogni invio;
- sono state realizzate 3 conferenze stampa di presentazione dell'evento (due di lancio, una di inaugurazione e una preview per la stampa);
- numero produttori del marketplace: 5;
- diffusione tramite canali social: su Facebook 494.140 ricerche, 5.842 reazioni, 4.518 interazioni; su Instagram 547.241 ricerche, 10.302 reazioni, 1.076 interazioni;
- esito della pubblicizzazione tramite sito dell'evento: 137.000 visualizzazioni di pagina e 47.000 visitatori.

Partner: L'evento è stato realizzato in collaborazione con Regione Liguria, patrocinato da Comune di Genova, Ministero della Transizione Ecologica, Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali e sostenuto da Camera di Commercio di Genova e Ports of Genoa.

Altri partner: BBBELL S.p.A., San Bernardo S.p.A., Bioclin, Bormioli Rocco S.p.A., FPT Industrial S.p.A., Pastificio di Martino Gaetano e f.lli S.p.A., Quality Beer Academy, Reale Mutua, Unicredit S.p.A.

Sulla base degli output evidenziati in precedenza, nonché delle informazioni in nostro possesso, 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 le informazioni e gli output ritenuti maggiormente indicativi.