



**Artigiani  
Imprenditori  
d'Italia**

**dal 03 al 08  
settembre 2024  
MONDELLO,  
PALERMO**

## **CIAVURI & SAPURI**

Ciavuri & Sapuri è nata con un'idea ben precisa, ovvero creare e aggiungere valore ad un prodotto con azioni di tipo emozionale ed esperienziale. Si è voluto offrire al territorio la possibilità di sviluppare le proprie potenzialità come destinazione gastronomica di qualità, attraverso la costruzione di alleanze e di esperienze che valorizzano al meglio il patrimonio gastronomico regionale. L'obiettivo è stato anche avvicinare i viaggiatori alla conservazione della biodiversità alimentare e alla conoscenza di culture, identità e gastronomie locali, una manifestazione completa per il sostegno alla cooperazione di filiera per la creazione e lo sviluppo di filiere corte e mercati locali a sostegno ad attività promozionali a raggio locale per rilanciare i prodotti tipici, rappresentando uno degli strategici di valorizzazione del tessuto economico locale, attraverso l'uso di quelle sinergie fra attività economiche, relazioni sociali e risorse naturali del territorio capaci di fornire, a determinate aree e componenti del nostro sistema agro alimentare, importanti opportunità di sviluppo.

Di conseguenza anche qui si è aggiunto valore ai prodotti esposti per mezzo di azioni di tipo emozionale ed esperienziale. L'evento organizzato dalla CNA Artigiani Imprenditori d'Italia - Palermo, questa volta si rinnova nella sostanza, promuovendo oltre al settore dell'agroalimentare d'eccellenza, anche la musica, la sostenibilità, l'artigianato, lo sport, il benessere con lo scopo ultimo di rendere il territorio attrattivo ai turisti grazie alla sua storia e alle sue tradizioni, facendone così il luogo ideale per un turismo di qualità. Giunti alla V edizione si è voluto cambiare il format rendendolo più visibile e variegato per trasformarlo in un appuntamento annuale.

# CNA

Fondata nel 1946 la CNA Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa, oggi CNA Artigiani Imprenditori d'Italia, conta circa 623.000 associati che danno lavoro a oltre 1,2 milioni di persone. CNA rappresenta la più grande associazione di rappresentanza distribuita nel territorio. All'enorme diffusione dell'artigianato, delle piccole imprese, sia nelle grandi città come nei piccoli comuni, corrisponde infatti una presenza capillare: CNA è presente in tutte le province italiane, con 19 CNA Regionali e 95 CNA Territoriali, con circa 7.500 collaboratori, attivi nelle oltre 1.100 sedi: tra regionali, territoriali e locali. Una presenza che garantisce servizi, consulenze e informazioni con credibilità, professionalità e la forza di sentirsi compartecipi e coprotagonisti del successo della piccola impresa e dello sviluppo di un comparto che, da solo, continua a creare occupazione e nuove imprese. Al suo interno sono presenti 47 articolazioni di mestiere, il livello di rappresentanza verticale. I mestieri sono aggregati nelle seguenti 10 unioni nazionali:

- CNA Agroalimentare
- CNA Artistico e Tradizionale
- CNA Benessere e Sanità
- CNA Comunicazione e Terziario Avanzato
  - CNA Costruzioni
    - CNA Moda
  - CNA Trasporti – FITA
- CNA Installazione e Impianti
  - CNA Produzione
- CNA Servizi alla Comunità;

Mentre sono 5 i raggruppamenti di interesse, un livello di rappresentanza orizzontale:

- CNA Giovani Imprenditori
- CNA Impresa Donna
  - CNA Industria
- CNA Turismo e Commercio
- CNA Cinema e Audiovisivo

E ancora attraverso CNA Pensionati per i circa 230.000 associati, CNA Professioni per le associazioni di professionisti non ordinistici, CNA Cittadini per i circa 115.000 soci sostenitori e con CNA Bruxelles, la sede dedicata alle politiche comunitarie.

CNA, attraverso una propria vision di economia, sviluppo, società, rappresenta e tutela gli interessi delle micro, piccole e medie imprese, operanti nei settori della manifattura, costruzioni, servizi, trasporto, commercio e turismo, delle piccole e medie industrie, ed in generale del mondo dell'impresa e delle relative forme associate, con particolare riferimento al settore dell'artigianato, degli artigiani, del lavoro autonomo, dei professionisti nelle sue diverse espressioni, delle imprenditrici e degli imprenditori e dei pensionati.

## Ciavuri & Sapuri fest. – Quinta edizione

*La location scelta per l'evento è la splendida cornice del lungomare di Mondello.*



### Breve storia di Mondello

In pochi conoscono l'origine del nome e la storia della località balneare di Mondello. L'etimologia del suo nome è infatti, per quanto ancora incerta, strettamente legata alla sua condizione naturalistica. Per diversi secoli si pensava che il termine "Mondello" venisse da "Gallo" (in arabo "Gal", ovvero "monticello"), successivamente tradotto in "Montello". Tale teoria, proposta dal padre gesuita Giordano Cascini e avanzata nei suoi studi sulla vita di Santa Rosalia del XV secolo, però, per quanto intuitiva a livello etimologico, fu confutata con gli studi successivi e venne attribuita la paternità del nome agli arabi, che indicavano la zona paludosa come "Marsâ 'at Tin", letteralmente "porto del fango", e così continuò ad essere chiamata fino al XII secolo. Una circostanza difficile da credere, considerata la spiaggia dorata che Mondello offre oggi a tutti i suoi bagnanti. Tuttavia pare che il "pantano di Mondello" sia stato una risorsa importante dal punto di vista naturalistico. L'acquitrino infatti favorì anche lo sviluppo di attività economiche legate ad esempio alla raccolta della "ddisa", ossia foglie di ampelodesmo che, una volta fatte essiccare al sole e successivamente bagnate, formavano un cordoncino di fili vegetali utili a riparare le reti dei pescatori. Con il passare degli anni però l'aria mefitica dell'acquitrino e le relative malattie che ne scaturirono (prima tra tutte la malaria), portarono gli abitanti delle contrade vicine a spostarsi in altre borgate. Nel 1773 il Senato Palermitano si mobilitò in cerca di una soluzione al problema, senza però arrivare a nulla di concreto. Nel 1799 Re Ferdinando IV di Borbone istituì una Riserva naturale nell'ambito della Reale Riserva dei Colli, impedendo la caccia nel pantano e proponendo opere di canalizzazione delle acque e di contemporaneo riassetto altimetrico della zona. Col tempo, Mondello fu interessata da un'attività di bonifica sempre più crescente, diventando accessibile a tutti solo a partire dalla fine del XIX secolo.

## Mondello oggi

La località di Mondello, distante circa 12 km dal centro urbano di Palermo e separata dal resto della città dal Parco della Favorita, si adagia su una baia semicircolare dalla lunghezza di circa 1.500 metri, le cui estremità sono il Monte Pellegrino nel versante sud-orientale e il Monte Gallo in quello nord- occidentale. Le riserve naturali dei due promontori offrono un'eccezionale diversificazione paesaggistica, che rappresenta una delle più importanti peculiarità del luogo. È raggiungibile per mezzo dei viali alberati della Favorita o attraversando il lungomare dell'Addaura. Il litorale di Mondello-Valdesi è caratterizzato da una sabbia fine e morbida, di colore chiaro con sfumature rosate alla battigia, costellato da minuscole conchiglie frammentate. A differenza di altre spiagge del Mediterraneo e a somiglianza con quelle caraibiche, la sabbia è di natura organica. La spiaggia nasce infatti dalla decomposizione dei molti molluschi che vivono nella foresta di posidonia al centro del golfo. Questa particolare pianta marina, che in inverno dopo le mareggiate ricopre il bagnasciuga emanando un forte odore di iodio, è per questo motivo un elemento fondamentale per l'ecosistema dell'arenile. Il borgo marinaro di Mondello è raggiungibile per mezzo dei tanti viali reali alberati o tramite collegamenti secondari, in macchina o in autobus. La zona è rinomata per la grande spiaggia, che rappresenta uno dei lidi più ambiti del palermitano, grazie alle sue numerose ville in stile Liberty, note come migliore espressione dell'Art Nouveau in Italia, e per i siti di interesse storico e naturalistico, tra cui l'accesso alla Riserva Naturale di Capo Gallo. Meta turistica di notevole interesse, nonché famosa location d'alta cucina è lo Stabilimento Balneare ex Charleston, elegante costruzione immersa nell'acqua, progettata dall'architetto Rudolf Stualker, che disegnò un'ampia piattaforma su piloni. Dal 2016, la spiaggia di Mondello ha l'onore di aver avuto attribuito la bandiera verde perché a misura di bambino. Il caratteristico folclore da spiaggia tra l'odore delle ciambelle fritte zuccherate e i colori delle tipiche panelle e crocchè, unito agli odori di un borgo marinaro unico, fanno di Mondello una località imperdibile.

## Premessa

Nella consapevolezza che la tradizione enogastronomica è parte integrante del patrimonio siciliano edell'immagine dell'isola nel mondo, la Cna ha ideato questa manifestazione per divulgare la storia dell'enogastronomia mediterranea. Il cibo ha un legame profondo con la storia e le tradizioni dei nostri territori. Le eccellenze enogastronomiche non rappresentano solo un'enorme risorsa economica, come confermano i dati dell'export agroalimentare con il record dei 41 miliardi di euro nel 2019, ma anche una straordinaria occasione per raccogliere e promuovere una grande eredità culturale. Il cibo è un mezzo per conoscere, condividere e confrontarsi. Turismo, beni culturali e cibo sono e restano i capisaldi dell'immagine della Sicilia. Oltre un miliardo e duecento milioni di viaggiatori internazionali: è questa la cifra astronomica di un mondo in movimento, che cresce oltre ogni crisi. Prima ancora che economico, si tratta di un enorme fenomeno umano e sociale che sta assumendo tendenze nuovissime, come emerge da tutte le più recenti analisi: a muovere i viaggiatori sono sempre di più la ricerca di esperienze coinvolgenti, la curiosità e il desiderio di conoscenza per la cultura e la tradizione, l'attenzione all'autenticità, alla sostenibilità e al benessere ed infine, ma non per importanza, nell'ultimo decennio il cibo. Il cibo come bene culturale, ma anche come elemento caratterizzante il "turismo esperienziale", oltre a rappresentare il territorio, diventa infatti esperienza, storia, cultura. È la porta di accesso più immediata di un territorio, è la prima esperienza con la quale il viaggiatore contemporaneo cerca un contatto con la cultura e le tradizioni del luogo. Il cibo siciliano è un valore aggiunto che caratterizza con una forte valenza l'immagine turistica della nostra terra, capace di far nascere un desiderio forte che si traduce in una motivazione al viaggio e all'esperienza enogastronomica per turisti e visitatori italiani e stranieri. Come già scritto in precedenza, all'interno di questa manifestazione verranno inserite diverse aree tematiche oltre all'agroalimentare, che riguarderanno la cultura, il turismo, l'artigianato, lo sport, la sostenibilità, elementi inscindibili per una lungimirante politica di sviluppo della nostra straordinaria Regione, che gode di un immenso patrimonio storico, artistico, archeologico e paesaggistico, frutto delle numerose civiltà fiorite nei millenni sul nostro territorio e della lunga e perdurante interazione tra uomo e natura. Un'eredità che è stata sostanzialmente rispettata e anzi ha ispirato lo sviluppo urbano e extraurbano delle diverse aree della regione senza ostacolare, anzi accompagnando la rapida trasformazione da agricola a industriale. Questo carattere originale viene riconosciuto e apprezzato in tutto il mondo ed è nostro dovere preservarlo e valorizzarlo il più possibile con forme di turismo sostenibile che rispettino il territorio e ne favoriscano la crescita sociale, civile ed economica. Fine ultimo è confermare e rafforzare la Sicilia come una meta turistica di eccellenza per viaggiatori che apprezzano l'arte e la cultura, l'ambiente e la gastronomia, curiosi e stimolati dall'incontro con le tante realtà della nostra isola. La programmazione in materia di economia del turismo torna adesso al centro delle politiche regionali attraverso azioni di medio-lungo periodo, capaci di cogliere le opportunità di crescita, potenziando le attrazioni culturali, artistiche, storiche e paesaggistiche che la Sicilia può offrire.

## **Il progetto**

L'evento, su scala nazionale e internazionale, che intendiamo promuovere è incentrato sulla promozione dei sistemi produttivi siciliani attraverso attività di informazione e momenti di conoscenza dei prodotti agroalimentari artigianali di qualità, che migliorano l'immagine complessiva del comparto produttivo legato al territorio. Il sistema agro-alimentare nel suo complesso è costituito da numerose componenti, operanti a diversi livelli, coinvolgendo anche settori complementari come quello del turismo sostenibile e/o gastronomico, le energie rinnovabili e più in generale trovando un enorme riscontro nella promozione e diffusione buone pratiche e di atteggiamenti di rispetto, coinvolgimento e interazioni positive con i luoghi che si abitano e/o si visitano. I risultati mostrano che, nel 2021, il sistema agro-alimentare così articolato ha prodotto un valore complessivo pari a 549,1 miliardi di euro in termini di fatturato, pari al 15% dell'intera economia. Verranno allestiti spazi in cui le imprese siciliane esporranno le loro creazioni, un appuntamento per buyer, grossisti, stakeholder, specifici cluster. Lo scopo dell'iniziativa, avendo già identificato in maniera precisa e approfondita il target di consumatori con cui entrare in connessione, è costruire una storia in grado di coinvolgerli e attivare un processo di corrispondenza emozionale, oltre che razionale. In questo modo, un brand è in grado di creare un'esperienza memorabile, in grado di produrre risultati nel tempo. Aziende dell'Agroalimentare e dell'artigianato esporranno le loro produzioni sfruttando media appositi per creare una connessione emotiva autentica. Si intrecceranno le biodiversità nell'agroalimentare per contribuire in maniera sostanziale al benessere dei cittadini e dell'economia, spiegando che i processi produttivi devono basarsi sui principi della sostenibilità e della circolarità per salvaguardare l'ambiente. La conoscenza, infatti, consentirà da una parte di pianificare politiche di gestione e conservazione ambientale ridisegnando le attività economiche che insistono direttamente o indirettamente sull'ambiente, dall'altra l'attuazione di un approccio ecosistemico nella gestione delle risorse.

## **Aree tematiche dedicate al food & beverage, turismo, eventi musicali, ecosostenibilità, sport e benessere**

In sinergia con le Istituzioni si stanno creando le basi per dare vita ad un percorso virtuoso per lo sviluppo della nostra economia basato anche sulla movimentazione dei flussi turistici legati al settore. All'interno dell'iniziativa, oltre alle degustazioni, ci saranno occasioni di confronto, di apprendimento e approfondimento su stili della tutela delle **biodiversità alimentari** le diete, focus su quella mediterranea, dibattiti che toccheranno temi come **l'energia sostenibile** come **legalità e antimafia**. Un'area espositiva di 500 mt lineari dalla Piazza di Valdesi fino allo Stabilimento del Charleston, dove all'interno si allocheranno aziende agroalimentari (per agroalimentare si intende l'insieme di tutte le imprese attive nella produzione di prodotti finiti e semilavorati attraverso la lavorazione e la trasformazione destinati al consumo); aziende artigiane con i loro manufatti, area ecosostenibilità con point dedicati **alle tecnologie pulite** per rafforzare la competitività delle aziende a zero emissioni e accelerare la transizione verso la neutralità climatica creando un contesto più favorevole all'aumento della capacità produttiva per le tecnologie e i prodotti a zero emissioni nette, necessari per conseguire gli ambiziosi obiettivi climatici dell'Europa. All'interno delle aree tematiche verrà adibita un'area buyers dove le aziende presenti potranno presentare e descrivere i loro prodotti.

### **Spazio Talk: incontri, talk e dibattiti**

All'interno di **Ciavuri & Sapuri Fest** un importante spazio sarà dedicato agli incontri, ai talk, ai dibattiti e all'approfondimento su grandi temi di attualità. Ogni giorno verrà effettuato un convegno, inclusivo e democratico aperto al pubblico, utilizzato per informare, educare, sensibilizzare, su questioni importanti e su significativi temi di attualità. Ogni singolo incontro vedrà la presenza di esponenti politici che potranno fornire un'importante visione di insieme sulle politiche in corso e sui progetti futuri riguardanti il tema in questione, mentre gli esperti potranno portare una prospettiva più tecnica e specialistica basata sull'esperienza. Gli incontri e i dibattiti saranno un'occasione importante per il confronto tra le diverse posizioni e per la diffusione di conoscenze e informazioni che possono essere utili a tutti i partecipanti. La possibilità di interagire con esperti del settore e con i rappresentanti politici può anche essere un'opportunità per porre loro domande specifiche e ottenere risposte chiare e approfondite.

## **PROGRAMMA TALK**

- 1. ROSALIA DA PALERMO**
- 2. CIBO E CUCINA SICILIANA: TRADIZIONE, SAPORE E SALUTE**
- 3. LA RIQUALIFICAZIONE ENERGETICA, INTEGRAZIONE SOCIALE E LOTTA ALLA SOLITUDINE**
- 4. ATTIVITA' PRODUTTIVE, MOTORE PROPULSIVO DELL'ECONOMIA SICILIANA, VECCHI E NUOVI MERCATI**
- 5. ETICA, IMPRESA E FINANZA**

## **Ciavuri & Sapuri Fest**

In una grande manifestazione di successo, non può mancare la musica, uno spettacolo musicale di qualità che miri ad aggregare e ad intrattenere il pubblico. La musica ha il potere di unire le persone e creare un'atmosfera coinvolgente che rende l'esperienza dell'evento ancora più indimenticabile. Per garantire uno spettacolo musicale di alto livello, è importante scegliere artisti professionisti e talentuosi, che siano in grado di coinvolgere ed intrattenere il pubblico con la loro arte. La rassegna musicale organizzata all'interno della manifestazione estiva **Ciavuri & Sapuri Fest** rappresenta un importante valore aggiunto e una grande opportunità per ampliare l'offerta con una importante sezione di intrattenimento per i numerosi visitatori che riempiranno le piazze e i viali di Mondello. Durante **Ciavuri & Sapuri Fest** non si avrà quindi soltanto l'opportunità di conoscere e gustare sapori autentici della tradizione siciliana e di apprezzarne i produttori e gli artigiani, ma, immersi nella bellezza naturale di Mondello si avrà anche la possibilità di vivere una bellissima esperienza musicale, un palco di alta qualità, una grande varietà di artisti, gruppi e generi musicali, che soddisferanno le preferenze e i gusti di un pubblico vasto e diversificato. La presenza e le esibizioni di artisti del panorama nazionale rappresenta un grande richiamo per gli appassionati di musica e non solo, che potranno assistere ai concerti, vivere la bellezza della musica dal vivo, ma anche l'opportunità di scoprire nuovi talenti, di apprezzare la creatività di artisti emergenti, e di godere delle performance, di quelli più affermati.

### **Spazio sport: il progetto Food for Sport**

L'iniziativa nasce per favorire interventi che promuovano lo sport e il cibo come strumento di dialogo, inclusione sociale e contrasto alla discriminazione. Verranno installati n. 3 campi di beach volley dalle dimensioni regolamentari all'interno del quale si svolgeranno cinque giorni di tornei dedicati

*Via Rosolino Pilo, 20 – 90139 Palermo tel: 091-6110688 email: segreteria@cnapa.it – www.cnapa.it*

*CF: 80035060823*

allo sport. In collaborazione con le rappresentanze regionali della pallavolo, si svolgeranno tornei con le categorie senior e giovanili. Il programma dettagliato su date e orari sarà deciso a breve. Tre sono gli ambiti in cui si articola il progetto: sportivo, formativo e quello dedicato ad ascolto e monitoraggio, con attività di comunicazione trasversali e a supporto di tutte le azioni. Ogni ambito trova la sua declinazione in specifici interventi volti a valorizzare il ruolo dello sport quale strumento di inclusione, sostenendo la creazione di network virtuosi e promuovendo le buone pratiche del mondo sportivo e del Terzo settore, anche al fine di favorire la coesione delle comunità locali.

# Piano di comunicazione

La scelta delle attività di comunicazione e degli specifici strumenti è legata, sulla base della valutazione complessiva dei target di riferimento, alla triplice valenza delle partnership – creare, rispettare e vivere – e per questo sono state individuate le linee strategiche generali che saranno declinate per ogni “livello di comunicazione” strettamente correlate al target:

1. Semplificare la comunicazione, personalizzando strumenti, canali e modalità di comunicazione in relazione alle diverse fasce di pubblico.
2. Promuovere l’innovazione nel settore, attraverso lo sviluppo e l’adozione di soluzioni green e digitali.
3. Migliorare la conoscenza delle tematiche destinate ai visitatori, con particolare riguardo ad alcune tematiche di largo interesse, come la sostenibilità e l’innovazione.
4. Favorire la partecipazione dei portatori d’interesse alla partecipazione attiva evidenziando i benefici concreti e le opportunità di riflessione e informazione.
5. Sviluppare la capacità di fare rete, attraverso la collaborazione di tutti gli attori a livello locale e comunitario, per generare valore condiviso.

## IL MESSAGGIO – CREARE, RISPETTARE E VIVERE

1. **Raccontare e istruire:** presentare gli elementi chiave, confermare la valenza dell’iniziativa, promuovere i valori condivisi;
2. **Persuadere e rafforzare:** far crescere la percezione delle tematiche affrontate attraverso lo sviluppo emozionale di un “legame” diretto e privilegiato con la manifestazione;
3. **Informare e confermare:** consolidare la percezione generale dei partecipanti aumentando e rafforzando la conoscenza “concreta” dei grandi temi che rappresentano il valore aggiunto della manifestazione

Tutti il piano comunicazione e tutti gli strumenti ideati per attuarlo, hanno lo scopo di:

## OBIETTIVI

- Promuovere le attività organizzate per favorirne l’accesso.
- Assicurare una comunicazione particolareggiata che confermi l’identità del progetto di cultura e sostenibilità.
- Confermare la conoscenza dell’aziende attraverso attività di comunicazione che possano spostare la percezione del brand da un “piano mediatico” a quello reale.

Con riferimento alla strategia di comunicazione si agirà su diversi elementi, strumenti e attività, sia incrementandone alcuni sia creandone altri ex-novo, al fine di coinvolgere attivamente tutti i fruitori della manifestazione e per farne conoscere il valore.

La strategia di comunicazione sarà realizzata per stimolare e potenziare la totale partecipazione di:

- Espositori, Stakeholders e buyers;
- Visitatori, famiglie e indotto;
- Ragazzi 15 – 25 anni;
- Turisti, “curiosi”, visitatori enogastronomici.

Sono previsti due diversi piani strategici per aumentare l'efficacia di tutta la campagna promozionale della manifestazione:

- **Comunicazione e marketing INTERNO alla manifestazione**
- **Comunicazione e marketing ESTERNO alla manifestazione**

Come criterio generale, infatti, si ritiene più opportuno privilegiare quegli strumenti e quei canali di comunicazione in grado di garantire un indice di “investimento per contatto” il più efficace possibile.

A questo proposito, il piano prevede la possibilità di attivare sinergie e alleanze con testimonial, influencer, personaggi, istituzioni e associazioni di altri settori complementari.

### **COLLABORATORI E TARGET INDIRETTO**

Per la manifestazione Ciavuri & Sapuri Fest 2024 sono previsti un totale di **40** eccellenze gastronomiche con più di 300 varianti di prodotto proposte e con un indotto di coinvolgimento di circa 550 tra collaboratori, supporter, responsabili e dirigenti. Saranno coinvolti anche i settori dei buyers, della ristorazione provinciale, regionale e dei rappresentanti di settore per una media giornaliera di presenze di circa 750 partecipanti e un totale stimato, del solo settore, di 3.750 partecipanti. Moltissime delle realtà partecipanti rientrano tra le categorie imprenditoriali con un ruolo attivo in consorzi e/o associazione di categoria CNA; pertanto, il coinvolgimento generale alla manifestazione aumenta notevolmente il numero complessivo delle aziende sopra elencate. Diverse saranno anche le eccellenze legate alla produzione di vino, birra e bevande.

**La campagna di comunicazione avrà l'obiettivo di:**

- Accrescere la percezione del brand e delle iniziative legate ad esso, non solo come conoscenza generale ma come concreta e fattiva collaborazione nella realizzazione di obiettivo comune;
- Migliorare la conoscenza del settore dell'innovazione tecnologica nel mercato agroalimentare;
- Consolidare un rapporto diretto con le aziende, i consorzi e le cooperative per poter valutare eventuali e possibili progetti futuri.

### **COINVOLGIMENTO DEL TARGET VISITATORI: FAMIGLIE E INDOTTO**

Per poter raggiungere gli obiettivi prefissati del coinvolgimento attivo del 40-60% dei visitatori della manifestazione si attueranno strategie di comunicazione che prevedranno:

- Pianificazione di un calendario editoriale social con il dettaglio di: attività, notizie, curiosità, micro contest e laboratori didattico-educativi per famiglie e bambini (fascia 5-8 anni, 9- 11 anni);
- Realizzazione di materiale informativo dettagliato per famiglie con percorsi emozionali e suggerimenti sul “scoprire, sentire e percepire” Ciavuri & Sapuri Fest come metafora di un percorso di apprendimento e crescita;
- Ideazione e realizzazione di laboratori esperienziali con particolare riferimento al target famiglia e alle attività di promozione e valorizzazione dell'ambiente;
- Realizzazione di una pagina web – con QR-code di accesso – destinata ai genitori con

suggerimenti sui percorsi enogastronomici (2 percorsi diversi), un decalogo sulle buone abitudini per tutelare l'ambiente, il calendario delle attività e gli eventi destinati al loro target.

### **COINVOLGIMENTO DEL TARGET: RAGAZZI 15 – 25 ANNI**

Il target dei ragazzi (15-25 anni) avrà una rilevanza particolare durante tutta la manifestazione proprio perché è importante credere, sostenere, supportare e confermare che le nuove generazioni, non solo hanno un'attenzione particolare alle tematiche sensibili della sostenibilità e dell'ambiente, ma che sanno coniugarle e amplificarle insieme ad altri concetti come quello del rispetto di se stessi, del benessere attraverso l'alimentazione e lo sport, il valore del territorio e del rispetto come concetto generale di lifestyle. Per questo durante le 5 giornate di Ciavuri & Sapuri Fest 2024 saranno organizzati dei veri e propri Sport Village e activity village per questa fascia di target con tornei di basket e volley, attività creative, emozionali e ricreative atte ad aumentare la partecipazione e a rendere questa fascia di partecipanti i veri "attori" delle giornate di Ciavuri & Sapuri Fest. Tutte le aree dedicate alle attività saranno allestite nel pieno rispetto dei materiali green e sostenibili. Per creare una connessione diretta con questo target saranno realizzati:

- N.3 Short video con 3 macro area di pensiero dedicate alla loro "esperienza diretta": Sport, Ambiente e Futuro;
- Una sezione social dedicata agli eventi e alle attività destinate ai giovani con la possibilità di fare delle Flash- question sulla giornata, sul valore della partecipazione e sulla collaborazione come imprescindibile esigenza per migliorare il benessere di tutti;
- Un momento formativo e informativo – dedicata ad una fascia di età superiore – per creare una sinergia, "raccontare l'esperienza" e mostrare il futuro dei GREEN WORK nel mondo;
- Un micro contest "Mix and match: Tradizione e innovazione 3.0 dove sarà premiato, con un buono tecnologia, il micro video, che i ragazzi posteranno, con più like;

La comunicazione potrebbe prevedere anche la realizzazione di un green gadget.

Si ritiene comunque opportuno privilegiare quegli strumenti e quei canali di comunicazione in grado non generare alcun dispendio o uso di materie di consumo come carta, cartone etc.

Durante la giornata dedicata ai giovani si potrebbe prevedere la possibilità di far partecipare personaggi di spicco, influencer, vip e atleti per rafforzare, amplificare e concretizzare il legame emozionale dei partecipanti. Tutte le attività destinate a questo target saranno comunicate, tramite social e-mail, alle associazioni sportive e giovanili della provincia di Palermo.

### **COINVOLGIMENTO DEL TARGET: TURISTI, "CURIOSI", VISITATORI ENOGASTRONOMICI**

Per poter rendere efficace la comunicazione rapportata a questo target si struttureranno azioni che prevedranno:

- Realizzazione di materiale informativo (roll-up, totem, espositori) per le aree arrivo e food degli aeroporti di Palermo e Trapani e stazioni ferroviarie;
- Invio alle strutture ricettive/turistiche dell'area della provincia di Palermo e Trapani,

tramite mailing list, di un comunicato con le informazioni sulla manifestazione, il calendario degli eventi;

- Realizzazione di materiale promozionale da inviare a tutti gli info point turistici.

Tutto il materiale prodotto (flyer e/o web) comprenderà la promozione e la comunicazione di una pagina web dedicata (italiano – inglese) con:

- Informazioni sulla manifestazione;
- Indicazioni su come raggiungere la location;
- Consigli sui percorsi “esperienziali” - saranno strutturate tre diverse proposte che comprenderanno il food, le attività, gli eventi, i workshop;
- Una eventuale prevendita dei ticket food and beverage;
- Una pagina dedicata al turismo sostenibile, alla filosofia di viaggio come esperienza diretta della storia, della cultura e del rispetto del territorio e sull'importanza di trasmettere le esperienze personali e i propri modi di vivere per tutelare, proteggere e migliorare l'ambiente.

## **PIANO DI COMUNICAZIONE: LOCATION, TERRITORIO E CITTÀ**

Le attività di comunicazione prevedono la realizzazione di una serie di prodotti editoriali multiformati destinati alla diffusione della manifestazione sul territorio di destinazione, nella location dove si svolgerà e in altri luoghi di contatto con i consumatori (info point, luoghi di interesse, etc.) Le pubblicazioni hanno contenuto e linguaggio divulgativo e l'obiettivo di accrescere la conoscenza del pubblico allargato e di promuovere la manifestazione.

### **SARANNO REALIZZATI:**

- Cartelloni 6x3 mt destinati alle aree ad altissima frequenza di cittadini (svincoli autostradali, uscita aeroporto, zone provinciali e turistiche vicine), realizzazione di cartelloni parapedonali nelle aree di maggiore interesse della città (centro storico);
- Totem e rollup da utilizzare durante la manifestazione e da collocare in punti strategici della città;
- Allestimento personalizzato delle aree food, beverage, relax, sport village, artigiani e zona eventi e palco;
- Materiale informativo per aeroporti, stazioni, bus station e strutture ricettive;
- Allestimenti per la linea bus che collega la città a Mondello.

## **PIANO DI COMUNICAZIONE: WEB -PROPOSAL**

La diffusione di messaggi e contenuti attraverso il web e i social network sarà implementata attraverso un maggior coordinamento cross-mediale (cfr. mailing list, social, canali video, blog) e un più diffuso utilizzo dell'interattività creando una continuità di informazione che avrà un timing di programmazione perle due settimane ante manifestazione, durante le giornate organizzate e per la

conclusione. Tutta la comunicazione web sarà rafforzata da azioni di comunicazioni istituzionale e privilegiate tramite i siti web e i canali social delle aree provinciali, regionali e nazionali della CNA. Inoltre saranno programmate delle comunicazioni tramite contatto diretto (mail) a tutti i dipendenti, collaboratori e sostenitori della CNA nazionale.

## **PIANO DI COMUNICAZIONE: PRESS**

Per l'attuazione di questa linea d'azione gli strumenti privilegiati saranno il mezzo giornalistico, E-press, comunicati stampa e televisivo per la loro indiscussa capacità di raggiungere ampie fasce di pubblico generico e per l'efficacia nel rafforzare, incrementare e ampliare tutte le comunicazioni "non-convenzionali" che saranno attuate tramite social. Al fine di raggiungere un target di fruitori di eccellenza, appassionati e interessati, si prevedono investimenti mirati su:

- testate giornalistiche;
- free press;
- testate on line;
- Tg web e Tg Tv;
- riviste di settore sia regionali, provinciali che nazionali con audience consolidato.

Al fine di garantire un ulteriore supporto informativo al cittadino fruitore, nell'ambito delle iniziative di comunicazione della manifestazione si valuterà l'opportunità di costruire all'interno di palinsesti radiofonici già consolidati, in onda su emittenti radiofoniche, delle iniziative atte a promuovere la manifestazione.