



**ALLEGATO A**  
**MODELLO DI CANDIDATURA**

Il/La sottoscritto/a \_\_\_\_\_  
nato/a a \_\_\_\_\_ il \_\_\_\_\_  
residente in \_\_\_\_\_ via \_\_\_\_\_  
tel \_\_\_\_\_ cell \_\_\_\_\_  
e-mail \_\_\_\_\_ codice fiscale \_\_\_\_\_

chiede

di essere ammesso/a a partecipare alla selezione di ESPERTO JUNIOR IN MARKETING STRATEGICO E PIANIFICAZIONE DEL TURISMO per il progetto MedArtSal

e allo scopo dichiara

- di essere cittadino \_\_\_\_\_;
- di godere dei diritti civili e politici dello Stato \_\_\_\_\_;
- di non essere stato destituito, dispensato o dichiarato decaduto dall'impiego presso una Pubblica Amministrazione;
- di non aver subito condanne che comportino l'interdizione dai pubblici uffici;
- che le informazioni rese nel curriculum vitae rispondono a verità, consapevole che - ai sensi dell'art. 76 del D.P.R. 28 dicembre 2000 n. 445 – le dichiarazioni mendaci, la falsità negli atti e l'uso di atti falsi sono puniti ai sensi del codice penale e delle leggi speciali;

In particolare, dichiara il possesso dei requisiti di cui al punto 2 dell'Avviso:

Titolo di studio:

- Diploma di laurea (vecchio ordinamento ante DM n.509/99)
- Laurea specialistica (ordinamento ex DM 509/99)
- Laurea magistrale (ex DM 270/2004)

in \_\_\_\_\_ presso \_\_\_\_\_

nell'anno accademico \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ votazione \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_;



# MedArtSal

- ottima conoscenza delle politiche europee e dei relativi strumenti di finanziamento, con particolare riferimento allo Strumento Europeo di Vicinato ENI e del Programma ENI CBC MED 2014 – 2020
- conoscenza effettiva dei Paesi della sponda sud del Mediterraneo aderenti al Programma ENI CBC MED 2014 – 2020, comprovata da pregresse esperienze estere di studio e lavoro
- ottima conoscenza della lingua inglese, scritta e parlata
- forti abilità di comunicazione, presentazione e organizzative
- abilità nel condurre e motivare gruppi di lavoro
- ottima conoscenza dei più diffusi programmi informatici, ed in particolare della Suite Office
- di avere esperienze lavorative documentate nelle tematiche oggetto della selezione e precisamente:

---

---

---

---

---

---

---

---

Il/La sottoscritto/a dichiara altresì di possedere i seguenti requisiti preferenziali di cui punto 2 dell'Avviso:

---

---

---

---

---

---

---

---

Il/La sottoscritto/a

in merito al trattamento dei dati personali, acquisite le informazioni di cui all'Avviso di selezione in oggetto e all'informativa privacy del CUEIM, con la presentazione della domanda di partecipazione esprime il consenso al trattamento dei dati forniti.

### **Allega**

alla presente domanda la seguente documentazione:

1. Curriculum vitae debitamente sottoscritto e composto da n. \_\_\_\_\_ pagine;
2. Fotocopia del documento di identità in corso di validità.

Data \_\_\_\_\_ Firma \_\_\_\_\_

**ALLEGATO B**

**DETTAGLIO DELLE ATTIVITÀ DELL'OUTPUT 5.3**

<b>Output 5.3</b>	<b>Output title</b> Sustainable tourism and territorial marketing	<b>Target value</b> 4.0 SME cluster (1 per participating country at least)	<b>Semester of delivery</b> IV, V	<b>Budget</b> € 55.759,17
	<b>Output description</b> The SMEs cluster aims to: <ul style="list-style-type: none"> <li>• foster collaborations effectively competing on B2C (residents and tourists) and B2B (GDO and HO.RE.CA) markets;</li> <li>• develop a brand architecture (umbrella brand plus a local based brand), in collaboration with local authorities (e.g. informative signs, museums);</li> <li>• position salinas' products as a souvenir (e.g. salt museum), supporting the market internationalization;</li> <li>• build network among local producers and tourism businesses to develop thematic tourism experiences.</li> </ul>			
<b>Target group</b>	<b>Who will use the main outputs delivered in this work package?</b> Salinas, HO.RE.CA, GDO, CHEF associations			
<b>Target group involvement</b>	<b>How you will involve the target groups (and other stakeholders)?</b> Using a bottom-up approach and involving target groups in the project activities			
<b>Activity 5.3.1</b>	<b>Activity title</b> Cluster brand strategy	<b>Starting Month</b> 18	<b>Ending Month</b> 21	
	<b>Activity description</b> The objective is the creation of a new and unique brand strategy. The activity will also favour a bottom-up branding approach to be used. A disciplinary will be created to regulate the use of the brand (e.g. AOC: appellation d'origine controlée or Protective designation of origin). A brand identity at the cluster level will be defined, coupled with a branding strategy at cluster level.			
<b>Activity 5.3.2</b>	<b>Activity title</b> SMEs cluster	<b>Starting Month</b> 18	<b>Ending Month</b> 24	
	<b>Activity description</b> This activity aims to define a unique brand strategy to gain power toward the market (e.g. shelf access, etc.), through the definition of the needs of salinas, their features that will be included in the cluster. Moreover, internal rules for salinas that will participate to the cluster will be established..			
<b>Activity 5.3.3</b>	<b>Activity title</b> Awareness campaign	<b>Starting Month</b> 21	<b>Ending Month</b> 25	
	<b>Activity description</b> Awareness campaigns will be developed to raise awareness in schools on the Salinas and salt process. A kit will be developed in each country. It will include information on the salt value chains, the artisanal Salinas and the modern ones.			
<b>Activity 5.3.4</b>	<b>Activity title</b> Territorial Ho.re.ca strategy	<b>Starting Month</b> 21	<b>Ending Month</b> 25	
	<b>Activity description</b> To identify HO.RE.CA businesses, along with the estimation of the potential interest of HO.RE.CA channel in salinas' products. Ho.re.ca. firms will help in defining supply conditions and the positioning of artisanal salt products onto the market as souvenirs and sites as touristic place. To facilitate networking among local producers and tourism businesses to co-create and to identify tourism intermediaries interested in selling salt-based thematic tourism experience.			