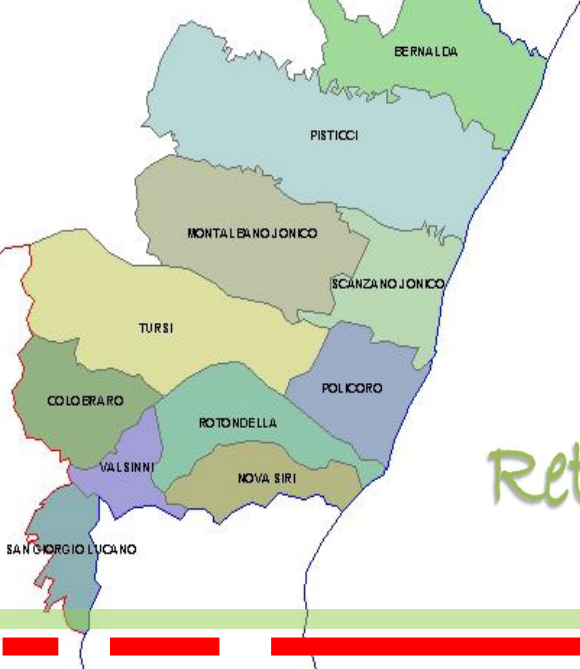




N LETTER W S



Rete INFOGAL
GAL COSVEL SRL



Newsletter n.4

10.06.2015

OPPORTUNITA' SUL TERRITORIO	2
Il Gal Cosvel ad Expo.....	2
Apertura della Stazione del Gusto di Policoro.....	3
"Coltiva l'idea giusta. Il più bel lavoro del mondo" Concorso di Make e Change per start up a scopo sociale o ambientale	3
Funder35 L'Impresa Culturale che cresce.....	4
Bando: Fondo Lire UNRRA per l'anno 2015.....	5
Che Fare Premio per la cultura.....	5
ATTUALITA' E BANDI DELL'UNIONE EUROPEA	7
Asse Progress: "Condivisione di informazioni e attività di sensibilizzazione sulle opportunità per i giovani nell'ambito della Garanzia Giovani"	7
Bando Integrazione della società nella scienza e nell'innovazione - Sensibilizzazione del pubblico paneuropeo: mostre e caffè scientifici per coinvolgere i cittadini nella scienza.....	8
KA1: Progetto di mobilità per giovani e animatori socioeducativi.....	8
BEST PRACTICE.....	10
APPUNTAMENTI ED EVENTI	12
Piano di comunicazione 2015.....	12
Targhe - Cartelli informativi per i beneficiari delle misure del Gal Cosvel	12
Eventi e incontri	13
RTNER.....	13
LA STRUTTURA DEL GAL	14

Newsletter n. 4 del 10 giugno 2015



OPPORTUNITA' SUL TERRITORIO



Il Gal Cosvel ad Expo.

In relazione al programma di promozione curato dall'APT Basilicata per il consolidamento dell'immagine della Regione in occasione dell'Expo 2015, il Gal Cosvel, in collaborazione con il Parco Nazionale del Pollino, provvederà a realizzare un programma di iniziative di promozione e valorizzazione all'interno dello spazio Mondadori sito in via Marghera 28 a

Milano.

Attraverso un programma della durata di 3 giorni, dal 1 al 3 ottobre p.v., il Gal Cosvel provvederà a realizzare una serie di iniziative finalizzate a promuovere eccellenze e patrimoni del proprio territorio articolando l'iniziativa sui tre macro temi di seguito indicati:

1 ottobre: BASILICATA MAGICA: BORGHI LETTERARI, Viaggiando nei borghi del Gal attraverso le storie narrate.

Presentazione dei borghi dell'area Gal Cosvel in cui si è sviluppata una sensibilità significativa verso tradizioni popolari narrate, storie e cultura popolare, temi e personaggi della letteratura. Parchi letterari e narrazioni teatrali diffuse

2 ottobre BASILICATA FANTASTICA: BORGHI IN SCENA, Storie di famiglie e di viaggiatori attraverso immagini, film, documentari.

3 ottobre BASILICATA NARRANTE: LA VOCE DEL CIBO. Viaggio sensoriale attraverso le tipicità dell'area Gal.

L'evento, attraverso una performing media caratterizzata da uno spirito ludico-partecipativo intende favorire un viaggio sensoriale nella conoscenza delle tipicità locali mediante l'impiego di uno story telling realizzato da produttori, nutrizionisti, chef, personaggi della tradizione popolare locale

Al fine di elaborare la proposta definitiva dell'attività di promozione e valorizzazione da realizzarsi all'interno dello spazio Mondadori, il Gal Cosvel intende avviare una concertazione locale per la definizione dei temi, dei contenuti e dei materiali che saranno utilizzati nel corso della tre-giorni milanese. Per tali ragioni si invitano i soggetti interessati a realizzare azioni di promozione all'interno del calendario di eventi curato dal Gal a manifestare il proprio interesse e a trasmettere una sintesi dell'iniziativa proposta all'indirizzo cosvel@tiscali.it. Il Gal provvederà, in relazione

al proprio budget, a coprire i costi organizzativi delle attività di promozione. I costi di trasporto, vitto e alloggio saranno a carico dei partecipanti.



Apertura della Stazione del Gusto di Policoro

Terminati i lavori di riqualificazione e adeguamento del casale grande sito all'interno della Borgata casalini di Policoro, il Gal Cosvel si appresta ad avviare le funzionalità della Stazione del

Gusto, luogo per la promozione e valorizzazione comprensoriale del patrimonio enogastronomico locale. Realizzata nell'ambito del progetto di cooperazione Penisole d'Italia, la Stazione del Gusto nasce come spazio fisico multifunzionale a servizio degli attori e degli operatori coinvolti, direttamente ed indirettamente, nella promozione e valorizzazione dell'enogastronomia. Nella prima fase di animazione e concertazione locale condotta dal Gal Cosvel oltre 30, tra imprese, associazioni Enti ed operatori locali, hanno manifestato l'interesse a sviluppare progettualità all'interno della Stazione del Gusto. Oltre agli spazi fisici, la Stazione del Gusto offrirà agli operatori dell'area Gal una serie di strumenti ed attrezzature funzionali alle azioni di valorizzazione, promozione ed educazione: dalle cucine per le attività didattiche, alle postazioni per laboratori del gusto, dai tavoli e le sedute per attività di formazione alle vetrine per la promozione permanente delle produzioni. I soggetti interessati ad utilizzare le attrezzature della Stazione del Gusto possono rivolgersi allo sportello infopoint di Policoro.



"Coltiva l'idea giusta. Il più bel lavoro del mondo" Concorso di Make e Change per start up a scopo sociale o ambientale

Il concorso "Il più bel lavoro del mondo" è una competizione promossa annualmente dall'Associazione "Make a Change" in partnership con UBI Banca. Il Concorso cerca, seleziona e supporta idee imprenditoriali, finalizzate allo sviluppo e avvio di una impresa a scopo sociale/ambientale sul territorio italiano, nello specifico il concorso ricerca idee imprenditoriali in ambito agroalimentare a scopo sociale/ambientale. Potranno quindi partecipare tutti quei Progetti che, attraverso la produzione e/o trasformazione e/o commercio di prodotti agricoli, contribuiscono al miglioramento

della società, da un punto di vista sociale e/o ambientale (anche attraverso l'utilizzo di nuove tecnologie).

La partecipazione è rivolta a:

- Persone fisiche con idee progettuali finalizzate alla costituzione di nuove imprese
- Imprese già costituite da non oltre 48 mesi
- Imprese esistenti da oltre 48 mesi con nuove attività a scopo sociale/ambientale da sviluppare

[Consulta il sito](#) per il regolamento e le modalità di partecipazione



Funder35 L'Impresa Culturale che cresce

Il bando annuale Funder35 è rivolto alle organizzazioni culturali senza scopo di lucro (imprese sociali, cooperative sociali, associazioni culturali, fondazioni, ecc), composte in prevalenza da under 35 e impegnate principalmente nell'ambito della produzione artistica/creativa in tutte le sue forme, da quelle tradizionali a quelle di ultima generazione o nell'ambito dei servizi di supporto alla conoscenza, alla valorizzazione, alla tutela, alla protezione, alla circolazione dei beni e delle attività culturali.

Il bando ha come obiettivo rendere più solide e stabili le imprese culturali già avviate, fornendo loro opportunità di crescita e di sviluppo per favorire un migliore posizionamento sul mercato e una maggiore efficienza e sostenibilità.

Il bando scade il 10 luglio 2015 e prevede l'invio on-line delle proposte di progetto.

I Territori coinvolti sono: le regioni Basilicata, Calabria, Campania, Lombardia, Molise, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia e Valle d'Aosta; le province di Bologna, Modena, Parma e Ravenna in Emilia Romagna, Pordenone e Udine in Friuli-Venezia Giulia, le province della Spezia e di Genova in Liguria, le province di Ascoli Piceno e Ancona nelle Marche, di Firenze, Livorno e Lucca in Toscana, le province di Belluno, Padova, Rovigo, Verona e Vicenza in Veneto.

[Consulta il sito](#) per il regolamento e le modalità di partecipazione



Bando: Fondo Lire UNRRA per l'anno 2015

Pubblicato da parte del Dipartimento per le libertà civili e l'immigrazione il bando per la presentazione di progetti da finanziare a valere sul Fondo Lire UNRRA per l'anno 2015 – Direttiva del Ministro del 2 marzo 2015. Con tale direttiva del Ministro sono stati determinati, per l'anno 2015, gli obiettivi generali e i programmi prioritari per la gestione di detto Fondo e i criteri per l'assegnazione dei proventi.

La direttiva ha disposto che per l'anno in corso i proventi derivanti dalla gestione del patrimonio della Riserva ed ogni altra somma della Riserva stessa per euro 1.500.000,00 siano destinati a programmi socio assistenziali aventi come destinatari soggetti che si trovano in condizione di marginalità sociale ed in stato di bisogno, diretti a fornire servizi di accoglienza abitativa, di assistenza ai senza fissa dimora, di distribuzione di alimenti.

[Consulta il sito](#) per il regolamento e le modalità di partecipazione

cheFare³

premio per la cultura, 150.000 euro

Che Fare Premio per la cultura

cheFare è un'associazione non profit. È un bando e un progetto editoriale, uno strumento per indagare le trasformazioni del presente e le strade del futuro. È uno spazio che permette ad associazioni e imprese profit e non profit di sviluppare il proprio fare, dando vita a collaborazioni diffuse e attivando network territoriali. cheFare è una piattaforma per la mappatura, la votazione e la realizzazione di progetti di innovazione culturale in Italia. Il progetto promuove la coniugazione dei valori di impresa e di sostenibilità economica con quelli della cultura. cheFare è un progetto dell'associazione culturale cheFare ed è co-prodotto da un network di soggetti partner.

I progetti presentati per il Bando "cheFare" devono operare nei campi della cultura umanistica generalmente intesa: letteratura, musica, teatro, danza, pittura, cinema,

Newsletter n. 4 del 10 giugno 2015

video, fotografia, arti plastiche, performing arts, editoria, filosofia, pedagogia, psicologia, sociologia, antropologia ("Progetto/Progetti").

Destinatari

Imprese non profit, low profit e profit: associazioni, comitati, organizzazioni di volontariato, fondazioni, imprese sociali, società di persone, società di capitali, società cooperative, società consortili, organizzazioni non governative, associazioni di promozione sociale, Onlus, associazioni e le società sportive dilettantistiche.

[Consulta il sito](#) per il regolamento e le modalità di partecipazione

ATTUALITA' E BANDI DELL'UNIONE EUROPEA



Asse Progress: "Condivisione di informazioni e attività di sensibilizzazione sulle opportunità per i giovani nell'ambito della Garanzia Giovani"

Obiettivo del Bando è Contribuire a rimuovere gli ostacoli all'attuazione della Garanzia Giovani. In particolare:

1. Migliorare l'informazione/il coinvolgimento degli stakeholder (servizi per l'impiego, fornitori di orientamento professionale, istituti di istruzione e di formazione, centri e servizi per i giovani, parti sociali, amministrazioni nazionali, regionali e locali, organizzazioni della gioventù, ecc.) della Garanzia Giovani, promuovendo la comunicazione bidirezionale, i meccanismi di cooperazione all'interno di uno Stato membro e rafforzando il ruolo che questi soggetti possono rivestire.
2. Migliorare l'informazione dei giovani sulla Garanzia Giovani, con l'obiettivo di avvicinarli a questa opportunità.

Progetti riguardanti attività di sensibilizzazione, di condivisione di informazioni e di comunicazione orientate ai sopra descritti obiettivi.

ATTIVITÀ AMMISSIBILI

- definizione della strategia e monitoraggio delle attività di diffusione, condivisione delle informazioni e sensibilizzazione;
- attività di diffusione, condivisione delle informazioni e sensibilizzazione;
- azioni finalizzate alla creazione e al miglioramento di reti, alla comunicazione bidirezionale, alla cooperazione e allo scambio di buone pratiche fra gli stakeholder della Garanzia Giovani
- conferenze, seminari;
- attività di formazione.

Ciascuna organizzazione/istituzione candidata è tenuta a fissare propri obiettivi misurabili e a sviluppare attività di sensibilizzazione e comunicazione per la Garanzia Giovani, adattate alle circostanze del proprio Paese e ritenute necessarie per rimuovere gli ostacoli esistenti all'attuazione della Garanzia Giovani.

Le attività sostenute nell'ambito del bando potranno costituire esempi di buone pratiche che potrebbero essere replicate e adattate ai programmi di Garanzia Giovani in altri Stati dell'UE.

Le attività dovrebbero condurre ad un aumento del numero di giovani che sono a conoscenza e si sono registrati alla Garanzia Giovani.

[Consulta qui](#) la guida al programma



Bando Integrazione della società nella scienza e nell'innovazione - Sensibilizzazione del pubblico paneuropeo: mostre e caffè scientifici per coinvolgere i cittadini nella scienza

Questa tematica, all'interno del bando complessivo "Integrazione della società nella scienza e nell'innovazione" avrà l'obiettivo di organizzare mostre di sensibilizzazione ed eventi pubblici partecipativo in tutta l'Europa, al fine di coinvolgere i cittadini nel campo della scienza, sulla base dell'esperienza e della capacità di musei scientifici, istituti di istruzione superiore, sportelli scientifici, centri scientifici dei poli di eccellenza e innovazione, città della cultura scientifica, ma anche movimenti di base come DIY Do It Yourself (Fai da te - etichette indipendenti), comunità di riuso creativo, scuole superiori, centri di istruzione superiore, organizzazioni non governative (ONG) e organizzazioni della società civile, autorità pubbliche locali e altri soggetti interessati.

CHI PUO' PARTECIPARE

L'industria e il mondo accademico, le comunità locali, gli attivisti di base, gli imprenditori sociali, gli studenti, i cittadini, le industrie creative e le organizzazioni della società civile, i gruppi informali, gli attori locali.

[Consulta qui](#) la guida al programma



KA1: Progetto di mobilità per giovani e animatori socioeducativi

L'obiettivo del bando è il miglioramento delle competenze e delle abilità chiave dei giovani, compresi quelli con minori opportunità e di promuovere la loro partecipazione alla vita democratica in Europa e al mercato del lavoro, così come la cittadinanza attiva, il dialogo interculturale e l'inclusione sociale.

Mobilità transnazionale dei giovani che partecipano ad attività di apprendimento non formale e informale. Un progetto di mobilità per i giovani e gli animatori giovanili deve prevedere una o più delle seguenti attività:

- Scambi di giovani: che permettano a gruppi di giovani di paesi diversi di incontrarsi e vivere insieme per un massimo di 21 giorni svolgendo un comune programma di lavoro (es. (un mix di seminari, esercitazioni, dibattiti, giochi di ruolo, simulazioni, attività all'aria aperta, ecc.) progettati e preparati da loro prima dello scambio.
- Servizio volontario europeo - SVE: questa attività permette ai giovani di età compresa tra 17-30 anni di esprimere il loro impegno personale svolgendo un'attività di volontariato a tempo pieno per un massimo di 12 mesi in un altro paese all'interno o all'esterno dell'Unione europea

- Formazione e creazione di reti di animatori socioeducativi: Questa attività sostiene lo sviluppo professionale di animatori socioeducativi sotto forma di a) partecipazione degli animatori socioeducativi a seminari, corsi di formazione, eventi comunicativi, visite di studio; b) un periodo di lavoro di affiancamento/osservazione all'estero in un'organizzazione attiva nel settore della gioventù.

Se le attività sono all'interno Paesi partecipanti al programma, tutte le organizzazioni E' un'azione decentrata. I progetti vanno presentati all'Agenzia nazionale Giovani responsabile del settore GIOVENTÙ del programma ERASMUS +.

Un'attività di mobilità è transnazionale e coinvolge almeno 2 organizzazioni partecipanti (organizzazione di invio e organizzazione di accoglienza) provenienti da 2 diversi paesi.

[Consulta qui](#) la guida al programma

BEST PRACTICE



Format di performing media per Urban Experience

Si tratta di rilanciare un uso sociale e creativo delle reti attraverso un particolare approccio ludico partecipativo coniugato con un marketing strategico, l'Innovazione Territoriale.

L'utilizzo di soluzioni evolute dell'interaction design e del web 2.0 rappresentano possibilità che si articolano sul principio attivo di un'innovazione che reinventa l'iniziativa culturale. Ciò che definiamo Urban Experience è un ambito che contempla azioni su più piani, dall'happening radioguidato ai progetti di urbanistica partecipativa, dalle esplorazioni urbane al crowdsourcing, dal marketing territoriale non-convenzionale all'innovazione sociale, dalle palestre di cittadinanza interattiva all'integrazione memoria-reti-territorio.

Tag Cloud Live

Un format che permette di visualizzare in una "nuvola" i flussi dei social media e selezionare le parole chiave in una sorta di "quarta parete" che esprime la dinamica partecipativa e cognitiva.

Una soluzione ideale per sessioni di brainstorming, incontri pubblici e molti altri contesti di comunicazione pubblica.

Mobtag

I codici digitali da leggere con lo smart-phone. Si tratta di un codice a barre (bidimensionale) che permette di trasmettere un testo (che può essere un link) attraverso uno smartphone o un cellulare dotato di fotocamera. I mobtag (o qr-code) possono essere utilizzati in innumerevoli situazioni e scopi. Dalla stampa su giornali o altri materiali di comunicazione pubblica o etichette adesive da affiggere in prossimità di alcuni luoghi topici. Possono mandare ad un numero di telefono, ad un link per diventare fan di una pagina Facebook, un video di Youtube o anche ad una mappa territoriale collegata via WebApp, come quelle che realizziamo per progetti territoriali, sia per iPhone sia per Android.

Radio-walkshow

Passeggiate con performing media: conversazioni itineranti caratterizzate dall'ausilio di cuffie collegate ad una radoricevente (whisper radio) che permette di ascoltare le voci dei conduttori e dei suoi ospiti mentre esplorano un ambiente, magari mixate con paesaggi sonori e insert audio pertinenti. Protagonisti sono i walking-talking heads: compresi gli spettatori-cittadini attivi che si mettono in gioco attraversando uno spazio, rendendolo più pubblico come negli eventi di urbanistica partecipativa, o vivendolo in condizioni immersive ad alto tasso d'interattività, comprese le azioni su twitter in diretta e l'uso degli smartphone per leggere i mobtag (particolari codici digitali, detti anche QrCode) disseminati lungo il percorso.

Whisper Talk (o Silent Panel)

Conversazioni con sistema radio a raggio corto da realizzare all'interno di convegni (isolando un gruppo di studio all'interno di una sessione plenaria).

Geoblog

Scrivere storie nelle geografie. Il geoblog attua l'interazione tra la mappa del territorio e quelle scritture che lo rivelano, lo narrano, lo descrivono. Le scritture nelle mappe possono essere multimediali (video, foto, audio) per rivelare le impressioni sul campo si potranno così inserire le storie che danno forma ad uno sguardo itinerante che interpreta il genius loci.

GPSdrawing

Tracciare l'azione sulle mappe in diretta, durante delle azioni. Attraverso l'utilizzo di app per smartphone realizziamo tracciature di azioni urbane ed extraurbane visibili in tempo reale sul geoblog e lasciare una scia digitale.

GLOSSARIO RURALE

PERFORMING MEDIA: Performing media è una nuova definizione per un campo di ricerca che trova origine nell'ambito delle culture digitali, dell'arte interattiva e della cyberperformance, ma riguarda sempre più la condizione antropologica data dallo sviluppo delle tecnologie abilitanti, di per sé performanti. I nuovi media interattivi, mobili e personalizzati, determinano un nuovo rapporto uomo-macchina, sempre più simbiotico, reso fluido dalla semplicità d'uso e dalla sollecitazione percettiva e sensoriale delle soluzioni evolute dell'interaction design dove l'interfaccia aptica con un gesto, esplicita un'estensione del corpo. Le tecnologie interattive diventano così performanti in via direttamente proporzionale alla performance delle nostre azioni. Questo sta creando un nuovo paradigma per ciò che definiamo cultura: il rapporto tra uomo e mondo non è solo mediato da tecnologie ma comporta un'integrazione sensibile. Secondo il principio delle psico-tecnologie, ne stiamo incorporando alcune qualità, di cui indichiamo le tre principali: l'ipertestualità sta riqualificando i processi cognitivi, emancipati dalla meccanicità lineare e logico-consequenziale; l'interattività sta reinventando le condizioni della prossemica; la connettività sta potenziando la natura delle relazioni sociali. Ciò che viene definito performing media (termine coniato da Carlo Infante nel 2001 per l'istituzione di una serie di cattedre universitarie a contratto) riguarda la nuova progettazione culturale attraverso le proprietà dei nuovi media interattivi, ipertestuali e connettivi. Per quanto questo sia iscritto in un percorso che trova le proprie radici nelle diverse culture dell'avanguardia, non è più ancorato alla sperimentazione dei nuovi linguaggi, come quella che è stata espressa dai movimenti creativi del Novecento (dall'happening del Fluxus alla psicogeografia del Situazionismo) e in particolare dall'interazione tra scena e nuovi media, come il videoteatro e le cyberperformance. Questa progettazione possibile rilancia il potenziale delle culture digitali, nella scommessa antropologica in corso, per cui si fa urgente l'invenzione di nuove forme di relazione sociale e di modelli di sviluppo sostenibili ed evoluti al contempo. Esprimere la performatività dei media interattivi comporta una nuova performatività sociale, nella progettazione di eventi e piattaforme cross-media per l'interazione tra reti e territorio. Gli ambiti, in cui trova luogo la progettazione di questi format innovativi, sono quelli che si orientano verso il design pubblico e l'urban experience a cui fa riferimento anche il lemma Smart City) con azioni come le smart mob e il social tagging basato sull'uso di geoblog, come quello realizzato per le Olimpiadi di Torino2006, di mobtag (> anche su Treccani/Neologismi) e di instant blogging.

APPUNTAMENTI ED EVENTI



Piano di comunicazione 2015

Anche quest'anno la rete InfoGal e Infopoint ha progettato il Piano di Comunicazione al fine di realizzare una strategia organica di promozione, orientamento e comunicazione turistica e territoriale efficace e rispondente ai bisogni dei turisti e degli ospiti temporanei dei paesi del Metapontino Basso-Sinni.

Il piano di comunicazione turistica prevede un aggiornamento degli strumenti di comunicazione predisposti nelle precedenti edizioni (restyling portale turistico, la ristampa dei volumetti "Cenni Storici", "Punti di interessi", "Itinerari" e "Saperi e Sapori", l'elaborazione e la stampa del volume "Eventi" con tutti gli eventi dei paesi dell'area), l'utilizzo di nuovi strumenti (quali ad esempio block map, totem metallici, manifesti 6*3, ecc...) e la consueta attività di animazione turistica e territoriale curata direttamente dai consulenti della Rete InfoGal e InfoPoint nei punti nevralgici dei flussi turistici dell'area (Villaggi turistici della costa jonica, macro-attrattori, grandi eventi).



Targhe - Cartelli informativi per i beneficiari delle misure del Gal Cosvel

Tutti i BENEFICIARI del GAL COSVEL Srl sono tenuti ad apporre sui luoghi oggetto di intervento una targa esplicativa permanente (in plexiglass), in posizione ben visibile, all'esterno e di dimensioni significative (almeno cm. 40 x cm. 40), in concomitanza dell'ultimazione degli interventi.

Un'immagine chiara e facilmente identificabile consente al pubblico di percepire immediatamente qual è il programma di riferimento, quali i soggetti titolari dell'iniziativa e quali gli organismi finanziatori.

Sui format predisposti, in relazione ad ogni Operazione del PSL e di seguito scaricabili, è indispensabile apporre la sola denominazione del BENEFICIARIO (COGNOME e NOME in carattere Verdana, 20)

[Consultare qui](#) per Scaricare i formati delle targhe.



Eventi e incontri

19-20 e 21 Giugno "MAT Mercato Agricolo della Terra" Matera

Slow Food Matera in collaborazione con CNA e Stazione del Gusto organizza il Mercato Agricolo della Terra con le eccellenze eno-gastronomiche ed artigiane della Basilicata. L'evento, lungo 3 giorni e inserito nel calendario delle attività di 'Expo e i Territori' della Regione Basilicata, darà ancora più lustro alle splendide vie del centro di Matera.

20 e 21 Giugno XIX Sagra delle Albicocche Rotondella

Sabato 20 Aula Magna Scuola elementare Rotondella due Giornata di studio. Domenica 21 Piazza della Repubblica Stand eno-gastronomici e serata musicale

LA STRUTTURA DEL GAL

Gal Cosvel srl

Via Giovanni XXIII
Rotondella
0835 1825549
cosvel@tiscali.it
www.cosvel.it
75026 Mt

Presidente **Vincenzo Santagata**

Direttore **Salvatore Lobreglio**

Responsabile dell'animazione **Domenico Dimatteo**

Segreteria Amministrativa **Milena Mauro**

I consulenti del GAL COSVEL

RETE INFOGAL

Comune di Colobraro, Municipio, **Elena Di Napoli**

Comune di Montalbano J., Biblioteca Comunale, **Rosa Follino**

Comune di Pisticci, Centro TILT - Marconia, **Massimiliano Selvaggi**, Municipio-Pisticci, **Mariantonietta Mastrogiulio**

Comune di Rotondella, sede IAT, **Claudio Persiani**

Comune di Tursi, Municipio, **Palmina Mazzei**

Comune di Valsinni, Municipio, **Teresa Viscomi**

INFOPOINT TURISTICO

Comune di Policoro, Casalino, Via Berlingeri 18, **Gianluca Gariuolo** e **Lucia Rucireta**

STAZIONE DEL GUSTO

Comune di Policoro, Casalino, Via Berlingeri 18, **Angela Passarelli**

Apertura uffici: **Lun - Mer - Ven, ore 9.00-13.00; Mar-Giov, ore 15.00-18.00**



Newsletter n. 4 del 10 giugno 2015