



COMUNE DI RAGUSA

N. 35
del 31 GEN. 2007

VERBALE DI DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA MUNICIPALE

OGGETTO: Progetto ai sensi dell'art. 126 della l.r. n. 32 del 23 dicembre 2000 e circolare n. 10 del 20.05.2005. Approvazione e autorizzazione al Sindaco a presentare istanza di finanziamento per il progetto Rosso di Sicilia 2007.

L'anno duemila 2007 il giorno Trentuno alle ore 15,45
del mese di genne'so nel Palazzo di Città e nella consueta sala delle
adunanze, in seguito ad invito di convocazione, si è riunita la Giunta Municipale con l'intervento dei Signori:

Presiede la seduta il Sindaco Nello A'ferrone
Sono presenti i signori Assessori:

	Presenti	Assenti
1) dott.ssa Maria Teresa Tumino	2'	
2) ing. Salvatore Brinch		2'
3) dr. Giovanni Cosentini		2'
4) dr. Rocco Bitetti	2'	
5) sig. Venerando Suizzo		2'
6) dr. Giancarlo Migliorisi		2'
7) geom. Francesco Barone	2'	
8) sig. Giovanni Occhipinti	2'	

Assiste il Vice Segretario Generale dott. Nunzio Ordifini

Il Presidente, constatato che il numero dei presenti è legale, dichiara aperta la seduta e invita i convenuti a deliberare sull'argomento in oggetto specificato

LA GIUNTA MUNICIPALE

- Vista la proposta, di pari oggetto n. 2 /Sett. XV del 31/01/2007

- Visti i pareri favorevoli sulla proposta espressi ai sensi della L.R. 11/12/1991 n.48 e successive modifiche:

- per la regolarità tecnica, dal Responsabile del Servizio;
- per la regolarità contabile, dal Responsabile del Servizio di Ragioneria;
- sotto il profilo della legittimità, dal Segretario Generale del Comune;

- Ritenuto di dovere provvedere in merito;

- Visti gli artt.15 e 12, 2° comma, della L.R. n.44/91 e successive modifiche;

ad unanimità di voti resi nelle forme di legge

DELIBERA

- Approvare la proposta di deliberazione indicata in premessa per farne parte integrante e sostanziale e farla propria.
- Dichiарare la presente deliberazione immediatamente esecutiva, ai sensi dell'art. 12 – 2° comma – della L.R. n. 44/91, con voti unanimi e palesi.

PROPOSTA PARTE INTEGRANTE

Letto, approvato e sottoscritto.

IL SINDACO

L'ASSESSORE ANZIANO

IL SEGRETARIO GENERALE

Il sottoscritto messo comunale attesta che copia della presente deliberazione è stata affissa all'Albo Pretorio il
01/02/07 fino al 15/02/07 per quindici giorni consecutivi.

Ragusa, li

01/02/07

IL MESSO COMUNALE
(*Legge di Sergio*)

Certificato di immediata esecutività della delibera

Certifico che la deliberazione è stata dichiarata immediatamente esecutiva ai sensi del 2° Comma dell'Art.12 della L.R. n.44/91.

Certifico che la deliberazione è stata dichiarata urgente ed immediatamente esecutiva ai sensi dell'Art.16 della L.R. n.44/91.

Ragusa, li

31/01/07

✓ IL SEGRETARIO GENERALE

Dott.ssa Nunzia Occhipinti

Certifico che, contestualmente all'affissione all'Albo, la deliberazione è stata trasmessa in copia ai capi gruppo consiliari, ai sensi del 4° Comma dell'Art.15 della L.R. n.44/91.

Certifico che entro dieci giorni dall'affissione all'Albo è/non è stata formulata richiesta di sottoposizione a controllo dell'atto deliberativo, ai sensi dei commi 3° e 5° dell'Art.15 della L.R. 44/1, così come sostituito con l'Art.4 della L.R. 23/97.

Ragusa, li

01/02/07

IL SEGRETARIO GENERALE

IL FUNZIONARIO
(*Dott.ssa Giovanna Addamo*)

Il sottoscritto messo comunale attesta che copia della presente deliberazione è rimasta affissa all'Albo Pretorio di questo Comune per quindici giorni consecutivi dal 01/02/07 al 15/02/07

Ragusa, li

16 FEB 2007

IL MESSO COMUNALE

IL MESSO NOTIFICATORE
(*Giovanni*)

Certificato di avvenuta pubblicazione della deliberazione

Vista l'attestazione del messo comunale, certifico che la presente deliberazione, è stata affissa all'Albo Pretorio di questo Comune il giorno 01/02/07 ed è rimasta affissa per quindici giorni consecutivi decorrenti dal

01/02/07

senza opposizione.

Ragusa, li

16 FEB 2007

IL SEGRETARIO GENERALE

IL SEGRETARIO GENERALE

(*Giovanni Nicotri*)

Certificato di avvenuta esecutività della delibera

Certifico che la deliberazione è divenuta esecutiva dopo il decimo giorno della pubblicazione.

Ragusa, li

IL SEGRETARIO GENERALE



COMUNE DI RAGUSA

SETTORE 15°
STAFF E GABINETTO DEL
SINDACO

Prot. n. 2 /Sett. 15° del 31-01-07

Proposta di Deliberazione per la Giunta Municipale

OGGETTO: Progetto ai sensi dell'art. 126 della l.r. n. 32 del 23 dicembre 2000 e circolare n. 10 del 20.05.2005. Approvazione e autorizzazione al Sindaco a presentare istanza di finanziamento per il progetto Rosso di Sicilia 2007.

Il sottoscritto dott. Salvatore Scifo, Dirigente del Settore XV, Staff e gabinetto del Sindaco,

Premesso che l'art. 126 della legge regionale n. 32 del 23 dicembre 2000 consente al Comune la presentazione di un progetto relativo al Rosso di Sicilia 2007;

Visto lo stesso progetto sopra citato redatto dall'ufficio che prevede peraltro una spesa complessiva di € 582.700;

Considerato che questa Amministrazione intende presentare tale progetto al fine di ottenere il relativo finanziamento;

Ritenuto necessario ed urgente trasmettere il predetto progetto All'Assessorato Regionale dell'Agricoltura e delle foreste di Palermo nonché al Ministero Competente;

che tale progetto potrà essere attuato quando riceverà il finanziamento dagli organi sopra detti;

Tutto ciò premesso propone alla Giunta Municipale il seguente schema di deliberazione.

LA GIUNTA MUNICIPALE

Ritenuto di dovere provvedere in merito;

Visto l'art. 15 e 12, 2° comma della legge regionale n. 44/91 e successive modifiche; ad unanimità di voti, resi nelle forme di legge;

DELIBERA

- 1) Approvare il progetto relativo al Rosso di Sicilia 2007 redatto da questo comune allegato al presente provvedimento per farne parte integrante e sostanziale;
- 2) Prendere atto che l'attivazione e realizzazione del progetto di che trattasi restano subordinate al finanziamento dell'Assessorato Regionale Agricoltura e Foreste e/o del Ministero competente;
- 3) Di autorizzare il Sindaco a richiedere il finanziamento relativo al progetto di che trattasi;
- 4) Dichiare il provvedimento di esecuzione immediata al fine di accedere al finanziamento regionale entro i prescritti termini di legge.
- 5) Dare atto che il presente provvedimento non comporta impegno di spesa.

AI sensi e per gli effetti della L.R. 11/12/1991, n.48 e art. 12 L.R. 30/2000, si esprime parere favorevole in ordine alla regolarità tecnica.

Ragusa II,

31/1/02
Il Dirigente

Si da atto che la retroscritta proposta non comporta, né direttamente né indirettamente, oneri finanziari, né presenta alcuno degli aspetti contabili, finanziari e fiscali previsti dalle vigenti norme, per cui il parere della regolarità contabile non è necessario in quanto si risolverebbe in atto inutile.

Ragusa II,

31/1/02
Il Dirigente

AI sensi e per gli effetti della L.R. 11/12/1991, n.48 e art. 12 L.R. 30/2000, si esprime parere favorevole in ordine alla regolarità contabile.

L'importo della spesa di €.
Va imputata al cap.

Si esprime parere favorevole in ordine legittimità.

Ragusa II,

Il Responsabile del Servizio Finanziario

Ragusa II,

31-01-02
Il Segretario Generale

Motivazione dell'eventuale parere contrario:



Da dichiarare di immediata esecuzione

Allegati – Parte integrante:

- 1) Progetto Rosso di Sicilia 2007
- 2)
- 3)
- 4)

Ragusa II,

Il Responsabile del Procedimento

G
Il Capo Settore

Visto: L'Assessore al ramo



CITTÀ DI RAGUSA

www.comune.ragusa.it

SETTORE XV – STAFF E GABINETTO DEL SINDACO

C.so Italia, 72 – Tel. – Fax 0932 621820 -624804 - E-mail sindaco@comune.ragusa.it

Rosso di Sicilia

Ragusa 1, 2, e 3 giugno 2007

Premessa

Le peculiarità del prodotto vitivinicolo di Sicilia, la tradizionale metodologia di viticoltura nel più completo rispetto dell’ambiente e la cucina tipica composta da piatti semplici ed al tempo stesso ricchi di caratteristiche uniche sono paradigmi da cui parte l’idea progettuale.

Questo progetto ha volontà di essere una azione, modulare e processuale, capace di rendere visibili le “alterità” del territorio siciliano da sfruttare come opportunità di sviluppo economico.

Sulla “filiera”, viticoltura-ambiente-cucina, si intende intervenire non solo con una semplice operazione/iniziativa di marketing (anche se questo sarà un importante aspetto dell’idea), ma con operazioni efficienti capaci di incidere, efficacemente, su fattori di forza e di debolezza del contesto settoriale di riferimento.

Azioni, quindi, di respiro socio-culturale finalizzate a fare in modo che si affermi un “produrre” che riteniamo importante per le caratteristiche in quanto : ogni “cosa” che affonda le sue origini nella realtà nasce da “antichi bisogni”, è segno di bellezza vivente, simbolica e utilitaria e risponde, oggi, a “moderne attese” di fruitori/consumatori.

Un progetto, quindi, in grado di

- rendere “visibile” le identità/diversità/tipicità ambientali del “prodotto”;
- riscoprire la sua antica origine socio-culturale;
- proporre la sua “alterità” come creativa e reattiva risorsa contro l’omologazione di sapori e forme;



- mettere in atto iniziative che pongano il “prodotto” al centro di eventi capaci di collocarsi su piani nazionali ed internazionale;
- utilizzare manifestazioni a carattere turistico come momento di divulgazione del “prodotto” stesso.

Il comparto vitivinicolo rappresenta uno dei settori di punta della produzione agro-alimentare siciliana contribuendo per il 13% alla produzione linda vendibile di vino italiana. E’ opportuno sottolineare che la vitivinicoltura siciliana è stata investita da un lungo processo di trasformazione che ha consentito di riorientare strategicamente le proprie funzioni ed il proprio ruolo all’interno del sistema competitivo nazionale ed internazionale.

Oggi, la vitivinicoltura siciliana, che fino agli anni ‘60 era caratterizzata da una produzione complementare - “da taglio” - ad elevata gradazione e bassa acidità, sta rivoluzionando il proprio approccio con il mercato grazie alla presenza di una classe imprenditoriale giovane ed innovativa e all’ingresso di gruppi imprenditoriali del Nord con un know-how manageriale di notevole spessore ed un certo dinamismo competitivo.

La produzione siciliana di vini a denominazione appare particolarmente debole rispetto al peso rivestito dalla regione nella produzione vinicola nazionale: a fronte di un’incidenza del 13% della produzione di vino siciliano sul totale nazionale, la percentuale di incidenza per le produzioni di qualità DOC - IGT rimane attorno al 2% con solo 20 vini a Denominazione di origine controllata riconosciuti.

Tutto questo è una diretta conseguenza degli errori compiuti in passato dai produttori e dai trasformatori locali, i quali, adagiandosi sulle sovvenzioni comunitarie per la distillazione, hanno lasciato che al vino locale si associasse l’immagine di una bevanda di bassa qualità destinata ad alimentare il segmento meno pregiato del mercato, con la conseguenza che, dei circa 143 mila ettari di vigneti siciliani, solo il 30% produce uve rosse di pregio che sono proprio quelle richieste dal mercato e per le quali si prevede una espansione dei consumi nei prossimi 10-15 anni.

Obiettivo di questa 5° edizione è quello di promuovere e valorizzare l’immagine di un territorio che sta dietro l’etichetta dei nostri vini: un territorio famoso per i suoi monumenti barocchi, le sue specialità gastronomiche, le bellezze paesaggistiche. Si vuole puntare a percorsi turistici legati al vino ed alla gastronomia. E’ importante sottolineare che il fenomeno dell’enoturismo, attira ormai migliaia di persone anche grazie alle **strade del vino** il cui obiettivo è creare sinergie tra operatori



diversi: quali aziende vitivinicole, ristoranti, artigiani, ed aziende agrituristiche; oltre a mettere in vetrina i vari settori economici dell'intera isola.

Per i produttori di vino, l'enoturismo acquista un preciso valore strategico perché permette di offrire il prodotto ai consumatori in atmosfere e contesti molto diversi da quelli dei tradizionali punti vendita. Da un sondaggio Censis è risultato che 10,4 milioni di Italiani hanno intenzione di visitare le zone vinicole, che 5,7 milioni partecipano ad eventi legati al mondo del vino, 9,5 milioni fanno associazioni mentali legate al vino con arte, storia ed enogastronomia e 3,1 milioni con le suggestioni delle cantine.

Un fenomeno, questo del "turismo del vino" che, sull'onda del crescente favore per le forme di turismo Alternativo, interessa anche la Sicilia con numeri di tutto rispetto: i dati del sondaggio prevedono per il 2007 quasi del 50% degli arrivi e delle presenze collegate al fenomeno dell'enoturismo, con un giro di affari che oscilla dai 1.500 ai 2.500 milioni di euro, di cui almeno il 10% appartiene alla Sicilia con un giro di affari attorno ai 200 milioni di euro e qualcosa come 1 milione di turisti. Si registra un significativo aumento dei consumatori di vino siciliano soprattutto tra i consumatori sporadici. Si tratta di un segmento particolarmente interessante in quanto presenta un profilo diverso da quello dei consumatori regolari.

Si prevede anche per questa manifestazione il coinvolgimento dei migliori ristoratori che avranno l'incarico di presentare una gastronomia basata sulle ricette tipiche della tradizione culinaria locale.

Non si tratta dunque di valorizzare esclusivamente il vino ma soprattutto il territorio nel quale viene prodotto, con le sue bellezze paesaggistiche, le sue ricchezze gastronomiche, la sua gente.

E' dunque questa globalità che bisogna valorizzare.

La partecipazione di relatori del mondo accademico, anche internazionale, e della stampa specializzata darà un'adeguata risonanza all'evento poiché è noto che il mondo del vino riesce a coinvolgere i mass media più di qualsiasi altra attività di importanza economica anche più rilevante.

Oggi la Sicilia è in grado di attrarre flussi turistici sempre maggiori e non solo in estate. L'obiettivo è di far conoscere al mondo intero il vero volto della Sicilia, le sue bellezze, il clima, il mare, i monumenti, l'enogastronomia, gli eventi di tradizione millenaria. Una terra ricca di storia sul cui



suolo sono convissuti in un clima di tolleranza e rispetto reciproco uomini di condizioni, religioni e aspirazioni diverse dando vita ad un patrimonio culturale, monumentale, artistico, gastronomico che il mondo ci invidia.

“Rosso di Sicilia” è un’azione coordinata che vede l’interazione di una serie di interventi volti a promuovere e valorizzare i sistemi locali di produzione artigianale nel settore enogastronomico, nonché le antiche tradizioni e i tipici scorci paesaggistici quali fattori socio-economico-culturali dell’area siciliana in un’ottica di sviluppo sostenibile del turismo locale.

Il progetto parte da un’analisi del settore turistico nell’ambito della realtà locale per individuare i punti di forza e di debolezza al fine di studiare ed attivare una serie di interventi mirati a determinare uno sviluppo del settore in termini occupazionali ed economici in pieno rispetto dell’ecosistema e delle tradizioni socio-economico-culturali locali. Una serie di iniziative volte a promuovere non solo il singolo prodotto in sé, ma anche il mondo culturale che lo esprime, con le sue bellezze paesaggistiche, la sua tradizione enogastronomica, le sue tradizioni, il suo artigianato, la sua gente.

Il progetto qui descritto intende proporre una serie di azioni volte a valorizzare le tradizionali attività produttive tipiche dell’area siciliana quali testimonianze preziose di un vissuto ormai travolto dall’inesorabile progresso tecnologico. L’obiettivo primario è quello di proporre una sorta di salto nel passato per farlo rivivere nel presente diventando fattore di sviluppo economico in quanto attrazione irresistibile per i turisti.

Il progetto si propone quale appuntamento con l’enogastronomia e la sua gente per rispecchiare la sua filosofia e per avvicinare il pubblico sia alle tradizioni gastronomiche a rischio di scomparsa, sia alle delicate problematiche legate al moderno e irrazionale processo di globalizzazione. Interessante sarà inoltre il gemellaggio previsto nell’ambito della manifestazione tra la produzione vitivinicola siciliana e i prodotti gastronomici di diverse regioni d’Italia per un interscambio culturale.



La grande tradizione culinaria siciliana sarà rappresentata, nella sua complessità e ricchezza. Il progetto vuole essere un invito a guardare l'enogastronomia in un'ottica nuova di riscoperta dei sapori e dei profumi perduti, in grado di coniugare l'eco-gastronomia e il piacere del cibo con stimoli culturali, educativi e d'informazione.



Obiettivo perseguito

Obiettivo primario perseguito è quello di “rendere spendibile” quanto legato al prodotto vitivinicolo tradizionale attraverso iniziative che recuperano il GAP, forse esistente, tra nuove attese del mercato e le potenzialità di un settore collegato ad una pesca fatta con metodi tradizionali.

Oggi per collocare sul mercato una merce è necessario mettere in campo una serie di iniziative e investimenti che i produttori non sempre sono in grado di esprimere, sia per la loro modesta dimensione economica, sia per il loro operare in un settore e con un prodotto che rispondeva a superate esigenze di tipo particolare e locale .

Il progetto intende realizzare una serie di azioni in cui la particolarità dell’ambiente e la tradizionale genuinità del prodotto possono/devono essere “un unicum” da collocare su un mercato sempre più sensibile alla “diversità”.

In ultima analisi possiamo dire che l’obiettivo del progetto è sì quello di collocare sul mercato la *tipicità*, ma anche, al tempo stesso, far recuperare al territorio la coscienza di un *produrre* che, derivante da antiche origini e da particolari condizioni socio-economiche, può essere in futuro un moderno “gioiello” da mettere in vetrina.

Abstract del progetto

Il progetto si articola in diversi momenti tra loro collegati e conseguenti

Il punto di partenza sarà la riscoperta e visualizzazione della tipicità e unicità del rapporto esistente tra il mondo vitivinicolo e noi siciliani ed, in particolare, gli uomini che con esso condividono una quotidianità fatta di ricerca di risorse economiche derivanti da una produzione che, pur a fronte di moderne “tentazioni tecnologiche”, si mantiene unica, irripetibile e tradizionale.

Testimonianza, quindi, di un mondo non secolarizzato fatta capace di cogliere, per la sensibilità e professionalità degli operatori impegnati nella ricerca, quegli aspetti culturali e sociali che sono le diversità che possono proteggerci da una globalizzazione che troppe volte esprime omologazione e superficialità.

Una azione capace di “difendere” una filiera che dalla viticoltura arriva alla cucina quale testimonial di una identità culturale di un popolo.



Azioni proposte

“Rosso di Sicilia”, 5° edizione, si articolerà in tre giornate e presenta un corollario di appuntamenti studiato in base al target di riferimento che risulta essere variegato. La manifestazione prevede un programma specifico riservato a giornalisti della stampa specializzata nel settore enogastronomico e turistico, opinion leaders e buyers; un programma riservato alle aziende partecipanti e degli appuntamenti riservati ai ragazzi degli istituti superiori. Inoltre sono previsti dei momenti di rappresentanza istituzionale così come un programma ricco riservato al vasto pubblico di appassionati e di turisti che annualmente partecipano alla manifestazione.

Per quanto attiene il programma riservato a giornalisti, operatori, opinion leaders ed aziende partecipanti, esso prevede:

- workshop: incontro tra buyers, operatori del settore e aziende partecipanti;
- Educational tour per il territorio e per i siti patrimonio dell’UNESCO riservato a giornalisti, opinion leaders;
- BACCO ROSSO DI SICILIA : Istituzione di un Premio annuale da assegnare alle aziende enologiche siciliane

Per quanto attiene il programma riservato agli studenti degli Istituti superiori esso prevede:

- Incontri tematici per una educazione al “bere” (una sorta di “a, b, c,” della degustazione con le principali e basilari tecniche di degustazione)
- Incontri tematici sulle proprietà benefiche del vino rosso.

Per quanto attiene il programma riservato al pubblico di appassionati al mondo enogastronomico, esso prevede:

- Serata inaugurale con degustazione dei prodotti tipici siciliani e nazionali in abbinamento alle produzioni vitivinicole siciliane a bacca rossa a denominazione protetta. Una sorta di gemellaggio enogastronomico tra sapori, profumi e identità culturali diverse del territorio italiano, esaltandone le caratteristiche organolettiche e le peculiarità proprie a ciascuno di questi;
- Laboratori guidati per un viaggio di scoperta attraverso i sapori di specialità gastronomiche abbinate ai profumi delle produzioni vitivinicole;



- Notte in Rosso, un appuntamento che vede il centro della città di Ragusa vivere nel corso di una nottata momenti di cultura enogastronomica attraverso l'organizzazione di mostre, appuntamenti con la musica ed il cabaret, degustazioni tematiche, il tutto ispirato al colore rosso intenso della produzione vitivinicola siciliana.
- Concerto/Spettacolo “La Varietà del Varietà”
- II° Trofeo MTB Rosso di Sicilia, gara calendarizzata dalla Federazione Nazionale U.C.I. valevole per il campionato regionale
- Passeggiata ciclo escursionistica in mountain bike per i sentieri di Rosso di Sicilia

Premio BACCO ROSSO DI SICILIA

L'idea di realizzare un Premio enologico di altissimo livello è maturata in occasione degli svolgimenti delle Rassegne delle Produzioni Vinicole Siciliane a Bacca Rossa denominate “Rosso di Sicilia. Le quattro edizioni fin qui effettuate si sono svolte, nell'ordine, presso:

1999 - Hotel Baia Samuele - Sampieri – Scicli;

2002 - Castello di Donnafugata – Ragusa;

2004 - Castello dei Principi di Biscari – Acate;

2006 – Villa Principe di Belmonte – Casa Fratantonio - Ispica.

Il “Premio Bacco Rosso di Sicilia” dovrebbe essere assegnato ogni anno nell'ambito di tale Manifestazione e farne parte integrante in modo da costituirne il “clou” conclusivo.

Obiettivo

Lo scopo della creazione di un Premio sui Vini di Sicilia trae origine dal favorevole processo di sviluppo e di risultati di gran successo che sta interessando l'enologia siciliana, con la riscoperta e l'affermazione di prestigiosi vitigni autoctoni e la parallela introduzione di alcuni classici e famosi vitigni della grande enologia italiana e francese che nelle specifiche condizioni pedoclimatiche della Sicilia trovano nuovi motivi di esaltazione.

Il Premio tende alla valorizzazione ed alla affermazione del settore vitivinicolo regionale attraverso la evidenziazione degli effettivi meriti e dei più significativi riconoscimenti ufficiali acquisiti dagli artefici della sperimentazione, dell'innovazione e dei risultati qualitativi della produzione.

Caratteristica



Il Premio, oltre a colmare un vuoto assoluto nel panorama dell'enologia siciliana, si vuole caratterizzare con un taglio di prevalente valenza economica, che non intende rivolgersi, almeno direttamente, al settore fin troppo inflazionato delle Rassegne e dei Concorsi che attribuiscono attestati qualitativi alle singole annate produttive dei vini, ma intende pervenire alla selezione ed alla conseguente premiazione del top delle aziende vinicole operanti in Sicilia che abbiano conseguito nell'anno i maggiori e più qualificati riconoscimenti qualitativi nelle più accreditate rassegne nazionali ed internazionali.

Un'attribuzione di secondo livello, intesa a premiare, attraverso una rigorosa e qualificata selezione, delle aziende enologiche siciliane di eccellenza che si siano segnalate nel raggiungimento di risultati di maggior rilievo, tali da farle assumere posizioni di leadership e funzione di riferimento e di traino nell'ambito del distretto produttivo regionale.

Un implicito riconoscimento, quindi, delle capacità innovative di processo e di prodotto, cui è affidato il consolidamento e l'ulteriore affermazione nazionale ed internazionale dei più grandi vini di Sicilia, insiti nei giudizi espressi dagli esperti di enologia nei consessi più importanti e di maggiore visibilità esterna.

Tutto ciò a prescindere dagli aspetti dimensionali aziendali, dai quantitativi della produzione raggiunti e dall'entità dei fatturati e dei risultati economici conseguiti, spesso attraverso prodotti di massa e campagne di marketing, che meritano sicuramente una adeguata valutazione in altra sede.

Premio alle Aziende

Il Premio "Bacco Rosso di Sicilia" si pone come una "palma" da assegnare non al tanto al prodotto ma al singolo produttore. All'azienda, cioè, e al suo management. In definitiva alle qualità ed ai meriti dell'imprenditore, quale artefice del successo finale e garante della continuità e del progressivo miglioramento dei risultati qualitativi conseguiti.

Tutto ciò nel convincimento che la qualità del prodotto ed il successo di mercato sono funzione diretta delle capacità, del coraggio e delle intuizioni del capo dell'azienda.

Inoltre, la riconduzione del premio ai riconoscimenti conseguiti dal prodotto consente di rilevare e apprezzare la validità dei passaggi della filiera produttiva. Nell'implicito presupposto che i riconoscimenti alla qualità sintetizza comportano il più solido riconoscimento ai meriti dell'imprenditore ed alla sua capacità di sperimentazione, di modernizzazione e di introduzione di tecniche e tecnologiche innovative.

Finalità



Il Premio deve puntare a diventare la più seria, qualificata e ambita investitura imprenditoriale del settore vitivinicolo in Sicilia.

Deve avere periodicità annuale, continuità e certezza di svolgimento, indiscussa autorevolezza, adeguata diffusione e apprezzamento esterno. Dovrebbe, inoltre, riuscire nel tempo ad acquisire un valore aggiunto tale da poterne indurre come fregio.

Per raggiungere tale ambizioso obiettivo deve porsi necessariamente come corretto strumento rigoroso di selezione attraverso la formulazione di graduatorie condivise aventi caratteristiche di massima serietà, rigorosità e assoluta indipendenza.

Comitato di garanzia

Al fine di assicurare e garantire la più alta validità metodologica e la massima validità e obiettività dei dati utilizzati per la compilazione della graduatoria e l'assegnazione dei premi deve essere prevista la sovrintendenza di un Comitato di garanzia, composto di personalità di chiara fama.

Graduatoria e attribuzione dei punteggi

L'assegnazione dei premi alle Aziende vinicole operanti in Sicilia dovrà essere effettuata mediante la compilazione di una graduatoria nella quale confluiscano, per ogni singola Ditta, le somme dei punteggi attribuiti, opportunamente omogeneizzati, ai vini prodotti nella regione nell'annata di riferimento.

Al riguardo, saranno prese in considerazione le più importanti rassegne vitivinicole:

- Rassegne-concorso enologiche internazionali, fatte salve eventuali esclusioni motivate;
- Rassegne-concorso enologiche nazionali di elevata e riconosciuta valenza per serietà e correttezza di giudizio (elenco da predisporre preventivamente);
- (va valutata la possibilità di prendere in considerazione e di inserire nel Regolamento eventuali diversi riconoscimenti enologici, come le più autorevoli Guide dei vini).

I Premi

Oltre al primo premio annuale assoluto “Bacco Rosso di Sicilia 2007” con assegnazione della Gran Medaglia d’oro e del relativo attestato in pergamena, sarà da prevedere l’assegnazione di altri tre o quattro premi annuali (Medaglia d’oro, Medaglia d’argento e Medaglia di bronzo).

Considerato che il Premio sarebbe abbinato con la Rassegna enologica siciliana dei vini a bacca rossa, sarebbe opportuno prevedere l’assegnazione dei Premi di categoria “Bacco Rosso di Sicilia 2007”.



“Premi speciali” andrebbero assegnati alle Aziende segnalatesi per particolari e ben motivate considerazione (es.: conquista di nuovi mercati, adozione di specifiche tecnologie avanzate, realizzazione di ricerche scientifiche innovative, introduzione di formule innovative di marketing, conseguimento di straordinarie performance societarie e/o finanziarie).

Riserva di svolgimento

Data l'elevata valenza che dovrebbe rivestire il Premio diventa fondamentale l'esplicito riconoscimento ufficiale della Regione Sicilia.

Piano di comunicazione

Il successo dell'evento è condizionato anche da un coerente sistema di azioni di informazione e pubblicità che rifletta i contenuti delle attività inserite nel calendario degli eventi in programma per Rosso di Sicilia 2007. L'attribuzione di un ruolo strategico alla comunicazione deriva dall'importanza che essa assume ai fini di un coinvolgimento di un pubblico molto vasto e eterogeneo.

Gli interventi verranno realizzati facendo ricorso a strumenti di comunicazione differenziati per funzione, al fine di raggiungere più efficacemente gli obiettivi prefissati. La scelta di tali strumenti sarà pertanto condizionata da diversi fattori, quali il target di riferimento, l'obiettivo da raggiungere, i costi, i tempi di realizzazione

Gli obiettivi generali del piano di comunicazione appositamente studiato in occasione di Rosso di Sicilia 2007 tenuto conto dei diversi target di riferimento, sono i seguenti.

1. promuovere il programma presso il grande pubblico
1. coinvolgere direttamente gli operatori del settore, dalla stampa specializzata, agli opinion leaders, ad esponenti del mondo accademico
3. raggiungere un pubblico di appassionati incuriositi a partecipare agli eventi inseriti in programma
4. promuovere l'immagine delle Aziende che partecipano
5. promuovere l'immagine del territorio di produzione dei vini rossi presentati
6. coinvolgere Enti Istituzionali di altre regioni d'Italia per incontri costruttivi.

Una prima esigenza da soddisfare è quella di dare organicità ed immediata visibilità all'evento attraverso il ricorso ad una impostazione grafica che contraddistingua la campagna di



comunicazione per tutto il periodo di riferimento. Il logo della manifestazione è già definito e registrato, ma di anno in anno l'impostazione grafica diversa renderà l'immagine dell'evento sempre fresca e nuova.. Un'immagine così coordinata consentirà ai destinatari del piano di comunicazione di collegare facilmente tutti i vari interventi all'evento.

I mezzi di comunicazione di massa saranno utilizzati per pubblicizzare sia l'evento nel suo complesso che i singoli appuntamenti in programma nonché le azioni specifiche del piano di comunicazione come per esempio il sito Internet. Il ricorso agli spazi pubblicitari a pagamento nelle televisioni, radio e giornali sarà complementare all'utilizzo di spazi gratuiti.

A tal proposito si farà ricorso alla collaborazione di un Ufficio Stampa che curerà i rapporti con i soggetti esterni responsabili dei mezzi di informazione scelti. Attraverso la collaborazione con l'Ufficio Stampa verrà realizzata una rete di giornalisti referenti per coinvolgere quanto più efficacemente possibile le diverse testate giornalistiche , sia dei quotidiani/periodici che delle televisioni e delle radio, locali e nazionali. Attraverso tale rete di referenti si provvederà a sensibilizzare ulteriormente i media sulla rilevanza strategica del progetto per lo sviluppo socio-economico della Sicilia e quindi ad assicurarsi che nei processi redazionali di selezione delle notizie vengano costantemente garantiti i necessari livelli di attenzione alle informazioni sull'evento. Qualsiasi azione di promozione e pubblicità verrà filtrata dall'Ufficio Stampa, responsabile dei rapporti esterni nonché della promozione dell'evento. L'Ufficio Stampa inoltre curerà:

- a i comunicati stampa indirizzati a tutti gli organi di stampa regionale e nazionale
- b inserti sui giornali locali, nazionali o specialistici da realizzare con taglio giornalistico informando un pubblico di lettori qualificato sull'evento
- c predisposizione nelle trasmissioni televisive di maggiore ascolto di spot informativi indirizzati al grande pubblico

Il piano di comunicazione prevede inoltre una campagna di affissioni lungo le principali vie del centro urbano delle città della province siciliane con manifesti e cartelloni pubblicitari caratterizzati dalla linea grafica scelta in modo da essere immediatamente riconoscibili ed incisivi. Tutto questo sarà affiancato da una distribuzione mirata e strategica, attraverso un'azione di mailing mirato per target di utenti, di opuscoli e locandine presso i luoghi di socialità. In tutti gli strumenti di promozione e pubblicità verrà particolarmente posta attenzione nell'evidenziare la sinergia realizzata tra la Regione Siciliana, gli Enti pubblici/privati organizzatori e gli Enti pubblici/privati



patrocinatori, nonché gli sponsor. La realizzazione di prodotti mediatici e multimediali come CD ROM e sito WEB consentirà di rendere l'opera di promozione sull'evento più gradevole, veloce, flessibile, moderna e in forte espansione, presentando in maniera graficamente appropriata tutti gli appuntamenti inseriti nel calendario degli eventi. Questo mezzo consentirà anche di attivare un contatto diretto con i potenziali destinatari e di interagire con essi, raccogliendo pareri, prenotazioni e suggerimenti o semplici informazioni attraverso la posta elettronica. Il nuovo sito sarà adeguatamente pubblicizzato su tutti gli strumenti di promozione per accrescerne la visibilità e l'utilizzo da parte degli utenti. Grazie ai suoi costi di realizzazione molto contenuti, esso costituirà un mezzo privilegiato sia di informazione tecnica e specialistica per gli operatori del settore, per le istituzioni, per le associazioni di categoria, per la stampa specializzata, sia di sensibilizzazione per l'intera opinione pubblica. In corso di svolgimento dell'evento, verrà distribuito un catalogo, corredata da immagini fotografiche, contenente le informazioni sulle aziende e sugli enti istituzionali partecipanti, nonché una presentazione della sede di svolgimento dell'evento. L'evento sarà preceduto da una conferenza stampa a Palermo diretta agli addetti stampa delle Istituzioni pubbliche, delle organizzazioni private e delle testate giornalistiche più diffuse. Per l'organizzazione della conferenza stampa ci si avvarrà della collaborazione dell'Ufficio Stampa.



Analisi costi

SCHEDA RIASSUNTIVA WORKSHOP CON LE AZIENDE

1		
1.1	VIAGGIO X 20 BUYERS E OPERATORI DEL SETTORE (NAZIONALI ED INTERNAZIONALI)	25.000
1.2	VITTO E ALLOGGIO X 20 BUYERS E OPERATORI DEL SETTORE	12.000
1.3	TRANSFER X 20 BUYERS E OPERATORI DEL SETTORE	3.000
1.4	ALLESTIMENTO SALA WORKSHOP ED ATTREZZATURE TECNICHE	7.000
1.5	PERSONALE AUSILIARIO: INTERPRETI, SOMMELIER, ASSISTENZA SALA X 2 GIORNI	3.000
TOTALE		50.000

SCHEDA RIASSUNTIVA EDUCATIONAL TOUR

2		
2.1	VIAGGIO X 30 GIORNALISTI, OPINION LEADERS DEL SETTORE ENOGASTRONOMICO (NAZIONALI ED INTERNAZIONALI)	25.000
2.2	VITTO E ALLOGGIO X 30 GIORNALISTI, OPINION LEADERS DEL SETTORE ENOGASTRONOMICO (NAZIONALI ED INTERNAZIONALI)	20.000
2.3	PERSONALE AUSILIARIO: GUIDE, RESPONSABILI COORDINAMENTO	2.000
2.4	SPESE TRASFER X TOUR E PER/DA AEROPORTO	3.000
TOTALE COSTI		50.000

SCHEDA RIASSUNTIVA DEGUSTAZIONI GUIDATA (APPUNTAMENTI GOLOSI)

3.1	ALLESTIMENTO SALE X DEGUSTAZIONI GUIDATA	10.000
3.2	NOLEGGIO ATTREZZATURE	5.000
3.3	PERSONALE AUSILIARIO	5.000
3.4	ACQUISTO MATERIE PRIME	5.000
3.5	COMPENSO RELATORI	4.000
TOTALE		29.000



SCHEDA RIASSUNTIVA DEGUSTAZIONE APERTA AL PUBBLICO

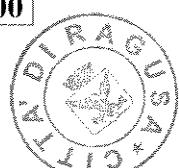
4.1	ALLESTIMENTO SCENOGRAFICO	24.000
4.2	NOLEGGIO ATTREZZATURE	9.000
4.3	PERSONALE AUSILIARIO	7.000
4.4	ACQUISTO MATERIE PRIME	20.000
	TOTALE	60.000

SCHEDA RIASSUNTIVA CERIMONIA INAUGURALE

5.1	ALLESTIMENTO SCENOGRAFICO	7.000
5.2	NOLEGGIO ATTREZZATURE TECNICHE	4.000
5.3	PERSONALE AUSILIARIO	2.000
5.4	COMPENSO RELATORI OPINION LEADERS	3.000
	TOTALE	16.000

SCHEDA RIASSUNTIVA CONCERTO/SPETTACOLO
“LA VARIETA’ DEL VARIETA”

6.1	Cachèt Orchestra	7.000
6.2	Cachèt Danzatori	2.000
6.3	Coreografie	1.000
6.4	ENPALS E SIAE	2.500
6.5	Alberghi	1.000
6.6	VIAGGI e TRASFERTE	1.000
6.7	Regia	2.000
6.8	SERVICE AUDIO LUCI	3.000
6.9	Gruppo elettrogeno	700
6.10	Cachèt voci soliste e recitanti	1.000
6.11	Sala prove	2.000
6.12	Sartoria	1.000
6.13	n.2 cantanti di fama nazionale	8.000
6.14	Palcoscenico, sedie + gazebo	5.000
	TOTALE	38.200



SCHEDA RIASSUNTIVA NOTTE IN ROSSO

7.1	CONCERTI/SPETTACOLI INTRATTENIMENTO	21.000
7.2	MOSTRA FOTOGRAFICA ALL'APERTO (ALLESTIMENTO E REALIZZAZIONE IMMAGINI	6.000
7.3	DEGUSTAZIONI AL PUBBLICO DI PRODOTTI TIPICI	12.000
7.4	SERVIZIO VIGILANZA	3.000
7.5	SIAE E ENPALS	2.000
	TOTALE	44.000

SCHEDA RIASSUNTIVA COSTI GENERALI

	Spese generali	
8.1	Spese telefoniche (comunicazioni internazionali)	6.000
8.2	Spese postali (inviti, locandine, manifesti)	7.000
8.3	Spese cancelleria e stampati	3.000
8.4	Assicurazioni (materiale ed attrezzature per allestimento aree degustazioni, strumenti musicali,)	7.000
8.5	Spese ENPALS e SIAE (forfettarie)	3.000
8.6	Segreteria Generale e di Coordinamento	14.000
8.7	Direzione e Segreteria Tecnica	15.000
8.8	Servizio di accoglienza ospiti, hostess, interpreti, maestranze	20.000
8.9	Imprevisti	5.000
8.10	Allestimento segreteria esterna x 3 giorni	5.000
	TOTALE	85.000

SCHEDA RIASSUNTIVA COSTI AZIONI PROMOZIONALI E MARKETING

	Azioni promozionali e marketing	
9.1	Ideazione e impostazione grafica evento	12.000
9.2	Stampa: locandine, manifesti 100 x 140, cartelle stampa, brochures, deplianti, catalogo cortometraggi, manifesti mt 6 x 3	30.000
9.3	Inserzioni su quotidiani e periodici	50.000
9.4	Radio e TV	40.000
9.5	ufficio stampa	18.000
9.6	Affissioni	5.000
9.7	Affitto spazi pubblicitari fto mt 6 x 3	20.000
9.8	Creazione e gestione sito web	12.000
	TOTALE	187.000



SCHEDA RIASSUNTIVA COSTI GARA MOUNTAIN BIKE E PASSEGGIATA

Coordinamento tecnico manifestazione	3.000
Servizio accompagnamento partecipanti	1.800
Assistenza medica, tecnica, logistica partecipanti	1.500
Servizio di Protezione Civile	1.000
Individuazione e tracciatura percorso	1.200
Coppe e Premiazioni	3.000
Gadgets per i partecipanti	6.000
TOTALE	17.500

SCHEDA RIASSUNTIVA COSTI PREMIO BACCO ROSSO DI SICILIA 2007

11.1	Commissione giuria e Comitato di garanzia	5.000
11.2	Premi	4.000
11.3	Segreteria e coordinamento tecnico	3.000
11.4	Viaggio, vitto e alloggio membri giuria	4.000
	TOTALE	16.000



PROGRAMMA DI MASSIMA

Venerdì mattina

Inizio Educational Tour per giornalisti enogastronomici e opinion leaders

Workshop: incontro tra operatori e aziende

Gara Mountain Bike “Rosso di Sicilia”

Venerdì pomeriggio

Inaugurazione Rosso di Sicilia

Premiazione gara Mountain Bike “Rosso di Sicilia”

Premiazione “Bacco Rosso di Sicilia 2007”

Venerdì sera degustazione aperta al pubblico di prodotti tipici

Concerto/Spettacolo: La Varietà del Varietà

Sabato mattina

Incontri golosi dietro prenotazione riservato agli studenti

Educational tour

Workshop

Sabato pomeriggio

Incontri golosi aperti al pubblico

Educational tour

Workshop

Sabato sera

Passeggiata Mountain Bike

Notte in Rosso

Domenica Mattina

Educational tour

Incontri golosi aperti al pubblico

Domenica pomeriggio

Incontri golosi aperti al pubblico

Domenica sera h 21,30 chiusura Rosso di Sicilia 2007



**IL SINDACO
(Nello Dipasquale)**