

ENOTECA REGIONALE DELLA SICILIA
SEDE DEL SUD EST



ASSOCIAZIONE
ENOTECA
REGIONALE SICILIA
SEDE *SUD EST*



PROGETTO ATTIVITÀ
ENOTECA REGIONALE DELLA SICILIA– sede SUD EST

Proposto dal **Comune di Vittoria**, nell'ambito delle disposizioni per la concessione dei contributi ai sensi della L.R. n. 11 del 12/05/2015, n. 5 art. 86 (Enoteca regionale della Sicilia) di cui al D.D.G. n. 1458 del 17 luglio 2019.

Comune di Vittoria
Il SINDACO
On. Prof. Francesco Aiello

Riferimenti normativi

L'enoteca regionale è stata istituita con la L.R. n.5 del 2.08.2002. La stessa norma prevede la costituzione di enoteche regionali della Sicilia, e con le seguenti funzioni:

- presentare una selezione dei vini regionali, in sede idonea e ampia che possieda adeguati requisiti storici e architettonici;
- svolgere un'azione tendente a valorizzare i vini siciliani e a promuoverne la conoscenza e il consumo, anche mediante attività di degustazione e di vendita;
- organizzare corsi e stage formativi;
- promuovere la cultura vitivinicola anche mediante la produzione e la divulgazione di materiale informativo ed editoriale

Con L.R. n.20/2003 art.19 sono state determinate le due sedi regionali

- Enoteca regionale della Sicilia, sede occidentale, presso il Castello dei Conti di Modica sito in Alcamo;
- Enoteca regionale della Sicilia, sede orientale, presso il comune di Castiglione di Sicilia.

Con L.R. n.13/2022 art.12 comma 39 è stata determinata la seguente sede regionale

- Enoteca regionale della Sicilia, sede sud est, presso il comune di Vittoria (RG)

Con D.D.G. 1458 del Dipartimento Regionale Agricoltura ha approvato le Disposizioni per la concessione dei contributi, ai sensi della L.R. n.11 del 12.05.2010, art.86, al Comune di Vittoria, in quanto Comune ospitante la Enoteca regionale della Sicilia – sede sud est. La legge regionale n.9 del 27.07.2023 art.13, comma 1 autorizza una spesa complessiva da erogare al Comune di Vittoria RG per l'enoteca pari a 200.000,00 euro.

Premessa

Secondo quanto indicato nella normativa di riferimento, al fine di realizzare le finalità previste dalla normativa vigente, ovvero con l'obiettivo di valorizzare i vini di qualità siciliani, il Comune di Vittoria si è adoperato all'avvio delle attività necessarie alla costituzione e all'avvio dell'enoteca. Nello specifico, si è scelto di demandare le attività istituzionali dell'enoteca ad un'associazione di operatori specializzati, che si impegna a realizzare le attività istituzionali previste dalla normativa di riferimento e che allo stesso tempo dia un taglio imprenditoriale alla gestione dell'Enoteca. Infatti, la manifestazione di interesse pubblicata per la partecipazione all'associazione e lo statuto stesso è stato pensato per dare un ruolo primario alle imprese vitivinicole siciliane, le quali possono utilizzare l'enoteca come strumento di aggregazione, promozione territoriale e sviluppo economico e imprenditoriali.

Lo spirito dell'associazione, pertanto, vuole essere di inclusione di produttori di tutti i territori viticoli siciliani. L'enoteca, pertanto, non rappresenterà solo i produttori della Sicilia sud orientale, ma tutto il panorama viticolo regionale. La localizzazione sud orientale della sede ha solo la valenza di specificare il luogo fisico in cui risiede l'enoteca. Al suo interno saranno rappresentate tutte le zone viticole siciliane con la medesima intensità ed efficacia promozionale.

Soggetto proponente e partecipanti

Il soggetto proponente è il comune di Vittoria con sede in Vittoria (RG), in via Nino Bixio n. 34, in persona del Sig. Sindaco pro tempore ove domicilia per la carica, codice fiscale 82000830883, partita IVA 00804320885,

Le attività di progetto saranno realizzate tramite l'associazione **l'Enoteca Regionale della Sicilia - sede Sud est**. Questa, costituita ai sensi dell'art. 14 del Codice Civile e della Legge Regione Sicilia 2 agosto 2002, n.5.

L'Enoteca Regionale della Sicilia - sede Sicilia Sud est ha sede nel Palazzo Carfi di Vittoria; l'Enoteca Regionale potrà costituire sedi secondarie, succursali e filiali in Italia e all'Estero al fine di costituire una rete territoriale con un nodo centrale nella sede di Vittoria. La gestione dell'enoteca sarà affidata all'associazione, in corso di costituzione, giusta manifestazione d'interesse pubblicata in data 20/11/2023 sull'albo pretorio del comune di Vittoria.

Descrizione degli obiettivi generali e specifici di progetto

L'obiettivo generale di progetto è quello di promuovere e valorizzare i prodotti di qualità riconosciuti a livello regionale attraverso il miglioramento della conoscenza delle risorse e delle tipicità agricole, agro-alimentari, ambientali e culturali dell'intero territorio regionale. Questa finalità può essere raggiunta attraverso la definizione di un polo di eccellenza vitivinicola, attrezzato e qualificato in termine di strutture e risorse e collegato e in stretta sinergia con altri enti istituzionali e con le associazioni e/o imprese di comparto.

L'enoteca intende candidarsi come punto di riferimento per tutti i percorsi di sviluppo legati alle politiche e agli interventi a sostegno della ricerca scientifica e tecnologica, della promozione, della tipicizzazione delle produzioni enologiche siciliane e del patrimonio rurale ad esse associato.

Inoltre, l'obiettivo generale sarà raggiunto tramite lo sviluppo di singole attività/azioni, successivamente descritte, da realizzare per il raggiungimento dei seguenti obiettivi specifici.

- *Realizzare un'esposizione permanente di tutti in vini DOP, DOC e IGT della Sicilia*; Tale attività sarà realizzata inserendo il maggior numero di produttori dell'isola, mantenendo un adeguato rapporto tra produttori e vini esposti e rappresentando, quanto possibile, tutta la varietà enologica dell'isola
- *Avviare un'enoteca al pubblico per la miscela del vino*; Favorire la conoscenza dei prodotti esposti con degustazioni tramite personale altamente qualificato;
- *Realizzare degustazioni specializzate*; Tramite la realizzazione di eventi/o degustazioni professionali si vuole mostrare al fruitore la diversità del patrimonio enologico siciliano anche tramite l'abbinamento con prodotti tipici siciliani.
- *Diffondere la conoscenza delle diverse territorialità e descrivere gli specifici terroir del vino*; Si vogliono realizzare specifiche iniziative culturali volte da esaltare la territorialità dei vini tramite la descrizione e il racconto dei siti di produzione ed evidenziando le peculiarità, storico, artistiche culturali e paesaggistiche.

- *Realizzazioni di attività di divulgazione specializzata*; Realizzazione di corsi di formazione al fine di formare personale altamente specializzato e conoscitore di tutti gli aspetti relativi ai prodotti DO/IG della regione Sicilia (aspetti normativi, enologici, documentali ecc...)
- *Rete per la cultura del vino Siciliano*; Rappresentare punto di riferimento di una rete di collaborazione con enti (regione siciliana, enti locali, associazioni strade del vino, consorzi di tutela, distretti del cibo) e imprese al fine di diffondere la conoscenza e stimolare la realizzazione di attività promozionali rivolte alla valorizzazione del vino e dei territori tramite lo sviluppo dell'enoturismo.

Strategia

Per il raggiungimento degli obiettivi specifici è necessario utilizzare due direttrici in risposta ai maggiori punti di debolezza riscontrati nella redazione del piano di progetto:

1. Valorizzare le risorse disponibili:

Posizione della Città di Vittoria. Si vuole sfruttare la posizione della sede dell'enoteca regionale. Questa sita in posizione molto favorevole dal punto di vista turistico in quanto centro di riferimento per tutta l'area Sud Orientale dell'Isola.

Il Palazzo oggi noto come Palazzo Carfi nel catasto borbonico del 1851 risulta proprietà degli eredi di donna Concetta Toro, subito dopo pass dalla proprietà di Giacomo Carfi (proprietario terriero e a lungo consigliere comunale), del figlio Salvatore Carfi Jacono (sindaco di Vittoria dal 1895 al 1903 e dal 1907 al 1911, del figlio Ugo e degli eredi che poi lo vendettero alla Provincia). Il palazzo risulta ristrutturato e perfettamente adeguato alle esigenze dell'Enoteca. Il palazzo è aperto al pubblico da diversi anni ed è meta di numerosi turisti per cui l'enoteca condividerà gli spazi con le attività istituzionali che si svolgono al suo interno. In questo contesto si è optato per dare un'integrazione spaziale. Quindi molte aree del palazzo sono dedicate a doppie attività favorendo un dinamismo propositivo della struttura.

All'interno della struttura sono collocati gli spazi dedicati all'enoteca regionale affidata ad un apposita associazione. Sono disponibili, infatti i locali per l'esposizione permanente, un'area per la degustazione, ed un'area per le attività seminariali e di formazione. Tali locali e attrezzature necessitano, per il loro avviamento, di una semplice attività di manutenzione ordinaria.

Associazione Enoteca regionale. Altra risorsa di rilievo è la collaborazione con la costituenda associazione enoteca regionale. Questa rappresenterà il soggetto gestore dell'enoteca. La stessa associazione, costituita tramite l'impulso del Comune, nasce con la finalità di realizzare quanto previsto dalla legge in riferimento alle attività che devono svolgere le enoteche e con un taglio imprenditoriale al fine di rendere lo scopo istituzionale efficiente dal punto di vista economico e commerciale e, contestualmente, per rendere l'enoteca quanto più possibile indipendente da supporti statali e/o regionali.

2. Programmare delle attività di promozione dell'Enoteca:

In risposta ai maggiori punti di debolezza delle piccole e medie imprese tipiche del territorio regionale si vuole definire un progetto condiviso di rafforzamento dell'offerta di marketing, che consenta di valorizzare il ruolo e il posizionamento dei diversi prodotti di tutti gli attori, con strategie mirate a diversi segmenti di mercato, utilizzando un denominatore comune quale le denominazioni «DO e IGT» e la Sicilia, che fungano da marchio ombrello capace di garantire un'offerta articolata.

Infatti, se da una parte l'offerta di vino si presenta ricca, articolata, con caratteristiche di unicità e forte caratterizzazione territoriale (elementi questi che rappresentano una fonte di vantaggio competitivo non facilmente imitabile dai concorrenti), dall'altra parte, tali caratteristiche di unicità e forte caratterizzazione territoriale possono essere elementi altamente rappresentativi di un importante vantaggio competitivo soltanto se adeguatamente comunicati e sostenuti da una forte attività di comunicazione.

L'Enoteca – che ha lo scopo di mettere insieme tutti i produttori vinicoli regionali– è in grado di offrire, da un lato, un paniere assai variegato con prodotti di fascia media/alta e, dall'altro, di abbattere i costi fissi legati alle attività promozionali che una singola impresa non potrebbe sopportare, di guisa da creare interessanti economie di scala.

Per tali finalità si realizzeranno azioni di comunicazione di portata strategica utilizzando idonei mix di strumenti e sfruttando tutte le possibilità di comunicazione, che consentano di far guadagnare al vino siciliano una adeguata visibilità a livello nazionale ed internazionale presso la critica, la stampa specializzata e generalista che parla del vino (tradizionale e legata a Internet), gli intermediari e il pubblico.

Saranno realizzate le seguenti attività di marketing:

- Materiale promozionale: rappresenta uno strumento fondamentale per promuovere la conoscenza dei prodotti DO/IG. Tale materiale, infatti, non sarà utilizzato soltanto nell'ambito degli eventi promozionali, ma sarà distribuito ai diversi operatori specializzati in modo che questi possano a loro volta distribuirli ai consumer. Questo materiale rappresenta un ottimo mezzo di marketing tant'è che spesso può essere efficace anche se non legato ad uno specifico evento promozionale. Nell'ambito di tale attività sarà dato alla stampa un volume riguardante l'intera "civiltà del vino" con attinenza ai profili storici, culturali e agronomici del Cerasuolo di Vittoria DOP, del Nero d'Avola Vittoria DOP e Frappato Vittoria DOP
- Degustazioni: Queste rappresentano lo strumento più efficace di diffusione delle informazioni relative al prodotto. Tra le diverse forme promozionali è, infatti, quella che consente un contatto forte tra prodotto e utilizzatore. Le degustazioni consentono di mettere in evidenza le peculiarità qualitative dei prodotti oggetto della degustazione e, quindi, mostrare l'unicità del prodotto dovuto ad uno specifico terroir (ogni prodotto, sebbene identificato con la medesima denominazione, possiede peculiarità specifiche che solo in sede di degustazione professionale possono essere evidenziate).

- **Eventi promozionali:** Organizzare e/o partecipare ad eventi promozionali specialistici che rappresenta un modo per consentire un primo approccio tra produttori e operatori commerciali e consumatori. Tali manifestazioni, preparate da personale specializzato, consentono oltre che di rafforzare contatti esistenti, di creare nuovi rapporti e sviluppare nuove opportunità commerciali.
- **Pubblicità:** Per la riuscita dell'attività promozionale sarà di fondamentale importanza informare quanta più gente possibile circa i prodotti dell'enoteca e l'attività che la stessa svolge nel territorio. Una forte attività di informazione favorisce sicuramente la diffusione del messaggio promozionale e il raggiungimento di quanta più gente possibile. Per cui al fine di rendere più ampio possibile il numero di consumatori informati sulle attività che si svolgeranno in Enoteca sarà realizzata una campagna pubblicitaria presso centri nevralgici (aeroporto, Hotel, centri d'interesse turistico). Tale scelta è legata al duplice vantaggio di coinvolgere contemporaneamente abitanti della città e turisti consentendo, in tal modo, una maggiore diffusione del messaggio promozionale.
- **Portale WEB:** Nell'attività promozionale e formativa il supporto web consente di accrescere la notorietà di un brand cappello, quali DO e IG, in quanto consente al prodotto di esporsi su un palcoscenico in cui i giudizi esposti sono veritieri in quanto espressi liberamente. Sarà realizzata una piattaforma integrata web e mobile del vino DO/IG siciliano in una logica di "storytelling" del prodotto e del territorio. La piattaforma proposta sarà una piattaforma di gestione di contenuti multimediali (immagini e video), integrati con testi che descrivono i prodotti e le loro peculiarità (denominazione, disciplinari e varietà). Oltre che le sezioni dedicate allo svolgimento delle attività progettuali. Essendo basata sui contenuti si curerà molto il visual per il mercato straniero e tutto il materiale verrà tradotto da traduttori madrelingua. La comunicazione tradizionale verrà affiancata dalle attività relative alla "rete internet" e, in particolare, la sfera dei "social network" (facebook, twitter, instagram ecc..) il cui ruolo è ormai determinante per il successo di un brand o di un prodotto. Internet, infatti, è il primo mezzo di cui si servono le persone per farsi un'idea di quello che vogliono acquistare.

Attraverso i social network un'azienda vitivinicola, e agroalimentare in genere, può:

- Interagire in qualsiasi momento e a qualsiasi latitudine con le varie community che si interessano di vino;
- Orientare messaggi e/o destinatari per incidere sull'immagine della azienda e dei suoi prodotti/servizi;
- Captare tendenze, focalizzare trend e cogliere criticità in tempo reale;
- Ri - definire le politiche aziendali e/o le strategie di marketing in progress;
- Avere accesso diretto all'utilizzatore finale su bisogni, necessità gusti e opinioni, al fine di poter incidere sulle politiche della distribuzione;

- Essere presente e creare rapporti nell'intera filiera; controllare i posizionamenti e misurare l'efficienza dei circuiti distributivi;
- Abbattere costi di promozione e commercializzazione: considerando che il mercato non è più "sotto casa", anche le aziende di piccole dimensioni hanno la possibilità di accedervi a costi contenuti attraverso queste tecnologie a basso costo.

Saranno incaricati esperti di social media che sanno come procurarsi dati utili, creando contenuti attraenti e costruendo community online in modo da diffondere più velocemente i messaggi promozionali, propri del sito WEB. Un ulteriore strumento sarà quello del "Search Engine Optimization" che è il processo attraverso il quale una pagina web viene strutturata in modo da essere creata, letta e segnalata dai motori di ricerca nel modo più efficiente possibile e facilmente rintracciabili per il consumatore. Tale contenuto multimediale, sarà utilizzato a supporto degli allestimenti multimediali descritti successivamente e utilizzato indicato in tutto il materiale grafico prodotto. Il tutto con il fine ultimo di accrescere la "web reputation" del brand DO e IG e, in generale, dell'Enoteca.

Compiti e struttura dell'enoteca regionale

L'enoteca, per tramite dell'ente gestore, realizzerà all'interno del Palazzo Carfi di Vittoria RG e presso eventuali altre sedi - che saranno individuate di volta in volta in funzione delle specifiche attività che si intendono realizzare - le seguenti attività coerenti con la normativa vigente indicata in premessa e con gli scopi statuari dell'ente gestore:

- Organizzazione di manifestazioni attraverso quali veicolare il marchio dell'enoteca e promuovere il vino e le risorse dei territori viticoli regionali con particolare riguardo a quelle paesaggistiche, ambientali, culturali e turistico-ricreative;
- Organizzare workshop tra operatori di settore vinicolo siciliano e operatori commerciali e giornalisti italiani e stranieri;
- Azioni di informazione rivolte ai consumatori finali attraverso i diversi strumenti di comunicazione quali stampa, mezzi radiotelevisivi e informatici, la realizzazione e distribuzione dei materiali informativi, attività pubblicitarie effettuate presso l'enoteca e/o punti vendita, la partecipazione a fiere, mostre, workshop, educational ed eventi simili, l'organizzazione e realizzazione di eventi promozionali di rilevanza nazionale o internazionale, organizzazione di missioni incoming, mirate alla valorizzazione del prodotto di qualità comunitario, per operatori e giornalisti nel territorio regionale, la realizzazione di visite guidate alle cantine o altri siti di importanza per la conoscenza e lo sviluppo dell'enologia siciliana.
- Organizzazione di attività di degustazione dei vini siciliani in abbinamento con prodotti tipici e/o di qualità riconosciuta (DOP, IGT, Biologici, slowfood, ecc....).
- Organizzazione di eventi culturali in abbinamento ai vini (mostre fotografiche e di pittura, presentazioni di libri, consegna di premi ed eventi vari)

- Organizzazione di serate tematiche in collaborazione con organizzazioni e/o associazioni terze che operano nel settore turistico-ricettivo, culturale e ambientale;
- Organizzazione di seminari e corsi di formazione professionali inerenti tematiche enologiche e vitivinicole;
- Esposizioni permanenti nella propria sede, o in eventuali sedi distaccate, in Italia ed all'estero, i vini siciliani prodotti dai propri associati, purché di alta qualificazione
- Attività di vendita dei prodotti esposti nella sede delle mostre permanenti di cui sopra adottando tecniche di display dei prodotti che garantiscano la omogeneità di trattamento tra associati. Potrà inoltre concludere rapporti di affiliazione per la concessione ad operatori del settore del diritto di gestire punti vendita con formato espositivo, insegna, assortimento dei prodotti, simile a quello della mostra permanente;
- Mescita dei vini presenti nella mostra permanente in abbinamento prodotti tipici e/o di qualità riconosciuta (DOP, IGT, Biologici, slowfood, ecc....).
- Organizzazioni di conferenze stampa, convegni ed incontri vari
- Collaborazioni con Enti e/o istituzioni preposte alla valorizzazione dei vini (Assessorato agricoltura, IRVOS, Enoteca Italiana, strade del vino, associazione città del vino, movimento turismo del vino, ONAV, AIS, ecc...)

Per le finalità precedentemente elencate, il palazzo dispone dei seguenti locali idonei (raffigurati nelle allegate planimetrie): Deposito, locali per vendita ed esposizione, sale degustazione, area di pertinenza del palazzo per realizzazione eventi e servizi igienici necessari per lo svolgimento delle diverse attività.

All'interno del palazzo gli spazi saranno utilizzati per le seguenti attività:

WineBar . Questo è il luogo in cui avverrà la mescita del vino. Svincolato dalla mostra permanente e dai servizi dell'enoteca, in tale sede potranno essere degustati tutti i vini dei produttori associati da soli o in abbinamento a menù degustazione. La gestione di tale servizio sarà demandata, tramite apposita convenzione, ad un soggetto esterno il quale dovrà però rispettare le prerogative istituzionali dell'enoteca. L'attività del Wine Bar potrà essere realizzata nell'area esterna (orto) del palazzo

Store. Lo store rappresenta il luogo degli acquisti, che insieme all'esposizione rappresenta il fulcro dell'enoteca. L'acquisto della singola bottiglia potrà avvenire solo tramite l'enoteca e non nel wine bar, in cui sarà consentita solo la mescita. Nello store sarà possibile integrare l'area espositiva con prodotti dell'agroalimentare e dell'artigianato siciliano. Questo al fine di invogliare il fruitore all'acquisto di pacchetti di prodotti. Questo sarà situato nella torre che occupa tre livelli fuori terra, la quale diventa il simbolo identificativo dell'enoteca, che è possibile definire la cantina "riserva" dell'enoteca, rappresentativa di tutta la proposta enologica siciliana. Tutte le migliori etichette regionali saranno esposte in scaffali corredati da schede informativa, che ne diano indicazioni sulle caratteristiche enologiche del prodotto, luogo di produzione ecc...

Degustazione professionale. In quest'area si provvederà a realizzare degustazioni professionali volte a informare gli avventori delle peculiarità dei prodotti enologici in esposizione. In tale area saranno realizzate degustazioni formative per personale specializzato. Inoltre, gli stessi locali potranno essere utilizzati dai produttori per la presentazione dei propri vini ad operatori e giornalisti

Locali accessori. Nel palazzo saranno individuate delle aree specifiche per la realizzazione di un magazzino per il deposito dei vini. Nei locali sono presenti dei servizi igienici per l'attività di vendita e di degustazione. Le attività di degustazione, eventuali eventi show coking saranno realizzati, tramite adeguate attrezzature nell'area esterna.

Illustrazione delle azioni/attività che si intendono realizzare

Per la realizzazione delle attività precedentemente descritte, l'enoteca, come accennato dispone di adeguate strutture. Alla luce di ciò è necessario intraprendere delle iniziative che siano di supporto all'avviamento delle attività dell'enoteca e alla gestione dei primi anni di attività. L'obiettivo è, infatti, quello di creare un modello gestionale che una volta avviato si possa sostenere con il supporto delle imprese associate e soprattutto con le attività che si intendono realizzare e precedentemente descritte.

A tal fine appare sufficiente la realizzazione delle seguenti azioni:

A. SPESE DI GESTIONE E FUNZIONAMENTO DELL'ENOTECA

Per l'avvio delle attività si rende necessaria un'attività di manutenzione dello stato degli impianti e locali del palazzo oltre che la manutenzione dell'importante area esterna di pertinenza dello stesso. Con riguardo alle spese di manutenzione, tra tali spese rientrano quelle di ordinaria manutenzione annuale (opere di riparazione, rinnovamento e sostituzione delle finiture degli edifici e quelle necessarie ad integrare o mantenere in efficienza gli impianti tecnologici esistenti)

Materiale di consumo. Spese per l'acquisto di materiale di consumo per le attività di degustazione e per l'attività amministrativa (cancelleria varia e materiale per supporto degustazione)

Spese per personale. A riguardo per il funzionamento della struttura si rende necessaria un'adeguata forza lavoro per la gestione amministrativa e per le attività dell'enoteca relativa alla vendita e all'organizzazione di degustazioni professionali. In dettaglio si rendono necessarie le seguenti figure:

- N. 1 Personale tecnico amministrativo che si occuperà della gestione amministrativa dell'enoteca e dei rapporti con enti terzi e l'organizzazione di eventi
- N. 1 Personale di supporto alla vendita, alla gestione del magazzino, ai rapporti con clienti e fornitori e alla realizzazione di degustazioni professionali.

B. ACQUISTO DI ATTREZZATURE E STRUMENTI PER IL FUNZIONAMENTO DELL'ENOTECA

Tra queste spese rientrano quelle relative all'allestimento di due sale di degustazione e dell'area esterna (giardino del palazzo) che sarà utilizzato nel periodo primaverile estivo per la realizzazione di degustazione ed eventi promozionale. L'allestimento consiste nell'acquisto di arredi di supporto (cantinette frigo, espositori, banco

d'assaggio, sedie, tavoli e gazebo/ombrelloni per l'area esterna). Oltre all'arredo si procederà all'acquisto di attrezzature per degustazione (bicchieri, caraffe, secchielli ghiaccio, stabilizzatori termobottiglie, cavatappi, spumantiere, Suaglass, piatti, tovaglie, abbigliamento per sommelier), tali da consentire degustazioni ripetute e consecutive. Sarà necessario procedere con l'acquisto di sistemi per la degustazione e conservazione di vini in bottiglia (Coravin) che permettono di gestire e conservare diverse bottiglie di vino contemporaneamente, somministrando singoli bicchieri di vino sempre come se il vino fosse appena stappato. In questo modo, il vino mantiene inalterate le proprie caratteristiche organolettiche e qualitative per quasi un mese.

L'attività dell'enoteca prevede anche la degustazione di vini abbinati con piccoli assaggi di cucina. A tal fine è necessario l'acquisto di attrezzature per la preparazione di piatti da realizzare nell'area esterna alla del palazzo. (punto fuoco, forno, lavello per lavaggio, frigo, lavastoviglie e macchina per il ghiaccio).

La struttura necessiterà anche di un area per lo stoccaggio dei vini e quindi di un magazzino dotato di scaffalature metalliche.

Il servizio di degustazione ed esposizione sarà corredato da un sistema informativo multimediale (virtual tour) utilizzabile tramite diversi supporti audio-video.

C. SPESE PER REALIZZAZIONE OPUSCOLI INFORMATIVI

Sarà realizzato specifico materiale promozionale prodotto il quale avrà una linea grafica idonea ad evidenziare il ruolo dell'enoteca quale ambasciatrice di tutti i territori viticoli siciliani. Sarà evidenziata l'identità territoriale dei vini e dei singoli vitigni fino alle specificità dei singoli produttori. Le immagini utilizzate saranno varie ed articolate, in modo da suscitare nel lettore uno stimolo conoscitivo verso una terra ricca di tradizione, storia e cultura. Si realizzeranno diverse brochure ognuna dedicata ai vari areali, territori e marchi aziendali, contenenti tutte le informazioni di base sull'attività promozionale dell'enoteca, con i dettagli riguardo alle peculiarità produttive dei singoli marchi e dei vini a denominazione e ad identificazione geografica, evidenziando i vantaggi dei prodotti di qualità, la sicurezza alimentare ed il rispetto per l'ambiente. Con l'ausilio delle singole cantine si provvederà a realizzare specifiche scede tecniche che accompagnano i vini durante gli eventi e nello store dell'enoteca. Nell'ambito di tale attività sarà dato alla stampa un volume riguardante l'intera "civiltà del vino" con attinenza ai profili storici, culturali e agronomici del Cerasuolo di Vittoria D.O.C.G., del Nero d'Avola Vittoria D.O.C. e Frappato Vittoria D.O.C.

D. ACQUISTO DI SW E HW PER LA VENDITA

La comunicazione tradizionale verrà affiancata dalle attività relative alla "rete internet" e, in particolare, tramite la realizzazione di un sito internet e la sfera dei "social network" il cui ruolo è ormai determinante per il successo di un di un prodotto/servizio. Nell'attività promozionale e formativa il supporto web consente di accrescere la notorietà di un brand dell'enoteca e dei singoli prodotti vinicoli, in quanto consente al prodotto di esporsi su un

palcoscenico in cui i giudizi esposti sono veritieri in quanto espressi liberamente. Sarà realizzata una piattaforma integrata web e mobile d in una logica di “storytelling” del prodotto e del territorio. La piattaforma proposta sarà una piattaforma di gestione di contenuti multimediali (immagini e video), integrati con testi che descrivono i prodotti e le loro peculiarità (denominazione, disciplinari e varietà). Il sito web diventa un punto di accoglienza ed uno strumento di customer care e fidelizzazione. Dal sito si potranno promuovere le attività (fiere, eventi, wine tasting, etc.) e contestualmente raccontare il territorio, le aziende associate, i marchi. Inoltre, sarà possibile collegare il sito ad un marketplace per la vendita online dei prodotti. Il portale sarà realizzato in multilingua.

Si prevede, infine, l'acquisto e l'installazione di Hardware (PC, stampante, accessori – monitor ove proiettare contenuti audio/video educational) e di software per gestione magazzino e vendita, estremamente necessari soprattutto ai fini della tracciabilità fiscale e amministrativa ma importante anche ai fini statistici per il controllo delle vendite (quantità e tipologie).

E. ORGANIZZAZIONE EVENTI PROMOZIONALI

Durante le diverse annualità, oltre alla realizzazione di degustazioni professionali si provvederà a realizzare almeno un evento annuale sul territorio che diffondano la cultura del vino. Eventi che hanno la funzione di creare un viaggio nel mondo del gusto, una full immersion nella cultura del vino e della gastronomia d'eccellenza. Un'occasione per scoprire il meglio della produzione made in Sicily, con momenti dedicati alle degustazioni ma anche alla formazione, alla presenza di specialisti del settore alla guida di masterclass e show cooking per appassionati e addetti ai lavori. Le attività saranno organizzate da agenzie di eventi che provvederanno per ciascun evento alle attività promozionali, organizzative e gestionali. Si prevede la realizzazione della suddetta attività a partire dalla seconda annualità. In dettaglio sarà realizzata una prima attività fine anno 2023 che prevede animazione territoriale con l'obiettivo di animare il territorio circa l'opportunità di sviluppo dell'enoteca e promuovere le attività 2024 (animazione rivolta ad operatori del settore e consumatori). Una seconda attività sarà realizzata nel settembre 2024 volto alla promozione territoriale. La stessa prevede la realizzazione di Masterclass/Degustazioni informative, in modo da creare un valore aggiunto ai prodotti del territorio e di creare sinergie tra gli operatori del settore appositamente invitati, e di fare informazione circa gli aspetti correlati all'origine del prodotto, alle modalità di produzione degli stessi, agli antichi saperi, alla sostenibilità delle produzioni etc. Durante gli eventi parteciperanno le imprese del territorio, con i loro prodotti, appositamente selezionate attraverso le procedure previste dalla normativa di riferimento. Il programma prevede anche un'attività convegnistica e delle attività ricreative per i partecipanti.

F. ATTIVITÀ PROMO-PUBBLICITARIE

Oltre che alle sezioni dedicate allo svolgimento delle attività progettuali, la comunicazione tradizionale verrà affiancata dalle attività relative alla “rete internet” e, in particolare, tramite i “social network” (facebook, twitter,

instagram ecc..) il cui ruolo è ormai determinante per il successo di un prodotto/servizio. Saranno incaricati esperti di social media che sapranno come procurarsi dati utili, creando contenuti attraenti e costruendo community online in modo da diffondere più velocemente i messaggi promozionali, propri del sito WEB. Ciò consente di raggiungere molteplici risultati contemporaneamente e in più, consente ampi margini di operatività dal punto di vista del marketing e della comunicazione.

Realizzazione e installazione segnaletica di riferimento.

Si prevede l'installazione di frecce segnaletiche e indicatrici direzionali dalle principali vie d'accesso.

Si prevede l'installazione di cartellonistica promozionale di richiamo in posizione strategiche del territorio, dove transitano i flussi turistici, in modo da garantirne visibilità e richiamo verso l'enoteca.

Ruolo dei soggetti partecipanti con ripartizione di ruoli e responsabilità

Come accennato precedentemente, la gestione dell'enoteca è affidata all'associazione Enoteca Regionale della Sicilia - sede Sicilia Sud Orientale. Questa nell'esercizio delle sue funzioni, non persegue fini di lucro ma svolge la funzione di Ente per la promozione del vino siciliano e persegue i seguenti scopi istituzionali:

- a) presentare una selezione dei vini regionali, in sede idonea e ampia che possieda adeguati requisiti storici e architettonici anche al fine della degustazione e della vendita;
- b) valorizzare e promuovere l'immagine dei vini del territorio della Sicilia con particolare riferimento a quelli a denominazione di origine sviluppando iniziative autonome e/o concordate con l'Assessorato Regionale dell'Agricoltura, nonché con altri organismi pubblici o privati interessati al settore;
- c) esporre permanentemente nella propria sede, o in eventuali sedi distaccate, in Italia ed all'estero, i suddetti vini che l'Enoteca rappresenta, anche al fine della degustazione e della vendita.;
- d) promuovere iniziative, di qualsiasi natura e specie, volte ad ottenere un miglioramento qualitativo dei vini della Sicilia.
- e) svolgere un'azione tendente a valorizzare i vini siciliani e a promuoverne la conoscenza e il consumo, anche mediante attività di degustazione e di vendita;
- f) promuovere la cultura vitivinicola ed agroalimentare anche mediante la produzione e la divulgazione di materiale informativo ed editoriale.
- g) organizzare corsi e stage formativi legati ai vini della Sicilia;
- h) illustrare le caratteristiche ed i pregi dei prodotti enogastronomici regionali ed il loro consumo appropriato, attraverso la presentazione delle caratteristiche dei vini e degustazioni guidate di prodotti da effettuare anche in apposita sala attrezzata;
- i) creare le sinergie opportune nella presentazione dell'immagine tra vini ed i prodotti agro-alimentari tipici della regione.

Si ribadisce, inoltre che indipendentemente dal soggetto giuridico gestore sopra specificato, il comune di Vittoria (RG) rimane garante nei confronti della Regione Sicilia e dell'Unione Europea che vengano assolti tutti i compiti istituzionali previsti dalle norme che hanno consentito l'accesso ai finanziamenti per la realizzazione e la gestione dell'enoteca.

Piano finanziario per annualità

Le azioni di progetto individuate nel precedente paragrafo saranno messe in atto dal CdA dell'associazione, tenendo sempre presente i principi della trasparenza, efficienza e integrità e quant'altro previsto dalla normativa di riferimento. In particolare gli acquisti di attrezzature e servizi saranno sempre preceduti - oltre a quanto previsto dalla normativa di settore - da un'indagine di mercato che stabilirà il valore del bene e da una richiesta di almeno tre preventivi comparabili al fine di scegliere il bene o il servizio idoneo allo scopo e nel contempo attuare economicità. Tale beneficio porterà l'Enoteca ad attuare ulteriori azioni dando un servizio ai soci ed al territorio e perseguendo le finalità individuate nel suo statuto. In ogni caso, sarà possibile, in funzione dei preventivi e delle indagini di mercato, ritardare le singole voci di costo e pertanto rimodulare il piano finanziario, sempre rispettando i saldi annui ed il totale progetto.

Inoltre, potranno essere inserite in programma altre azioni progettuali in relazione alle occasioni che si prospetteranno, sempre in linea con le finalità statutarie, che prevedano la partecipazione economica dei soci o l'attivazione di convenzione con i soggetti organizzatori o la partecipazione a bandi che prevedano incentivi idonei alle azioni di promozione e valorizzazione dei territori vitivinicoli rappresentati.

Azione		Descrizione voce di spesa	Totale	I° anno	II° anno
A	Spese di gestione e funzionamento dell'enoteca	Spese di manutenzione ordinaria zona interna ed esterna	€ 14.000,00		€ 14.000,00
		Spese di personale Tecnico amministrativo	€ 11.000,00		€ 11.000,00
		Spese personale Enoteca	€ 11.000,00		€ 11.000,00
		Materiale di consumo	€ 2.000,00		€ 2.000,00
B	Acquisto di attrezzature e strumenti per il funzionamento dell'enoteca	Allestimento sala degustazione n. 1 (tavoli, Sedie, punti luce ecc...)	€ 4.000,00		€ 4.000,00
		Allestimento sala degustazione n. 2 (tavoli, Sedie, punti luce ecc...)	€ 4.000,00		€ 4.000,00
		Allestimento zona degustazione esterna (sedie, tavole banco di assaggio e gazebi)	€ 20.000,00		€ 20.000,00
		espositori vini per vendita	€ 10.000,00		€ 10.000,00
		Scaffalature magazzino	€ 5.000,00		€ 5.000,00
		Cantinette frigo	€ 3.500,00		€ 3.500,00
		Elettrodomestici (frigo, macchina ghiaccio e lavastoviglie)	€ 6.000,00		€ 6.000,00
		Punto fuoco, fornello, lavello e dispensa mobile	€ 5.000,00		€ 5.000,00
		Acquisto bicchieri per attività di degustazione	€ 5.000,00		€ 5.000,00
		Coravin per degustazione	€ 2.000,00		€ 2.000,00
		Sputacchiere, decanter e souaglass	€ 2.000,00		€ 2.000,00
		Corredi per tavoli degustazione	€ 2.000,00		€ 2.000,00
		Sito per tour virtuale e presentazione prodotti dell'enoteca	€ 4.000,00		€ 4.000,00
C	Spese per realizzazione opuscoli informativi	Libro Storico Cerasuolo di Vittoria	€ 16.000,00		€ 16.000,00
		Opuscoli informativi Enoteca	€ 3.500,00		€ 3.500,00
D	Acquisto di SW e HW per la vendita	E-commerce e gestionale vendita e magazzino	€ 4.000,00		€ 4.000,00
		PC + Stampante + accessori + monitor 70"	€ 5.000,00		€ 5.000,00
E	Organizzazione eventi promozionale	Organizzazione eventi promozionale settembre 2024 (Jazz Vino e Musica)	€ 56.000,00	€ 1.000,00	€ 55.000,00
G	Attività promo-pubblicitarie	Social Media - Media	€ 5.000,00	€ 2.500,00	€ 2.500,00
TOTALE			€ 200.000,00	€ 3.500,00	€ 196.500,00

Di seguito si riportano il piano finanziario, l'ipotesi di bilancio e il cronoprogramma delle attività.

Ipotesi di bilancio

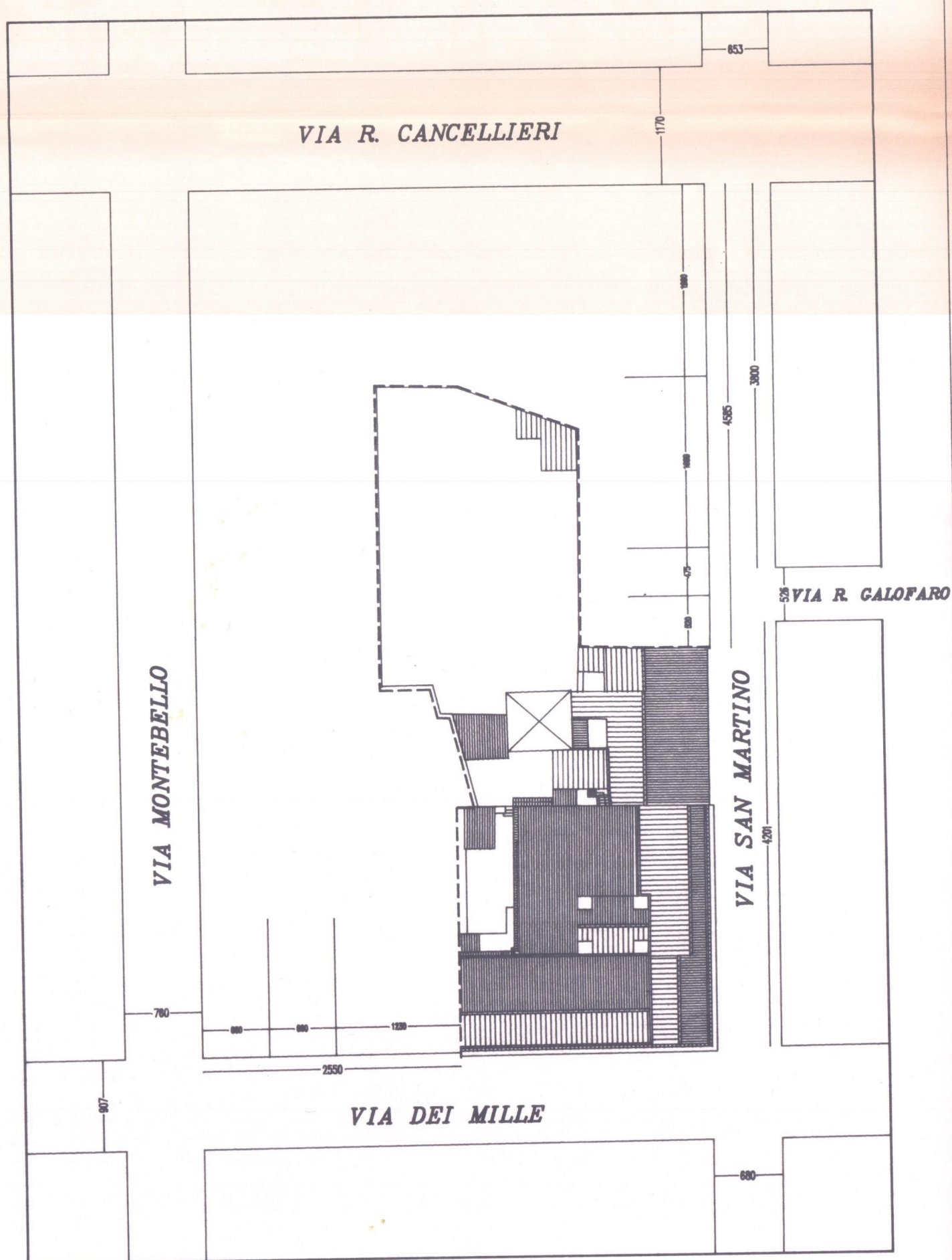
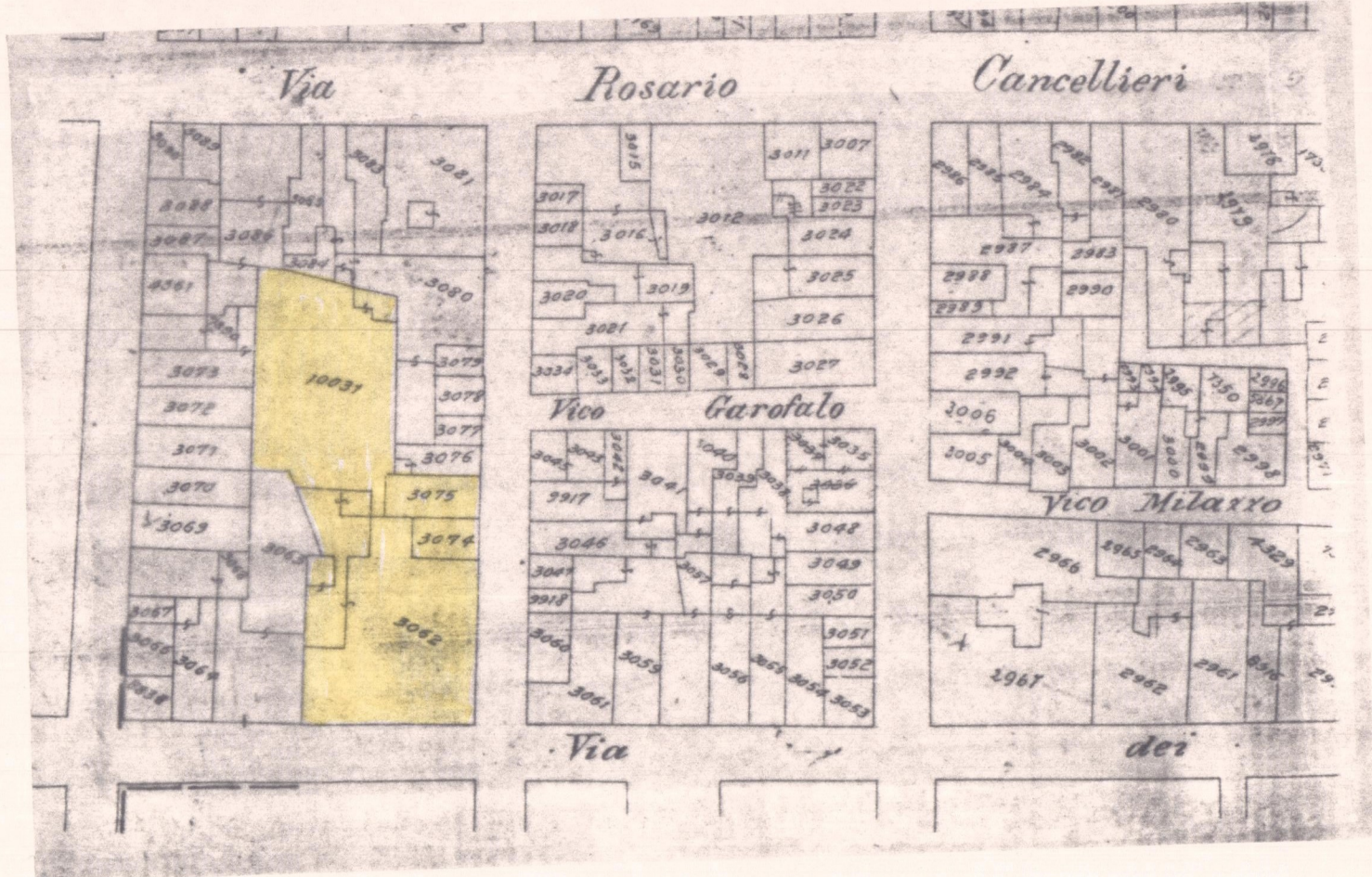
ATTIVITA	n. eventi/annui	Presenze stimate per evento	prezzo unitario	Ricavo per evento	Ricavo totale	% di costo	Costo totale
FORMAZIONE							
Corsi di degustazione professionale	20	20	€ 150,00	€ 3.000,00	€ 60.000,00	30%	€ 18.000,00
Corsi per operatori professionali	10	10	€ 100,00	€ 1.000,00	€ 10.000,00	30%	€ 3.000,00
sub totale					€ 70.000,00		
WINE-BAR	giornate di apertura	Presenze stimate per evento	prezzo unitario	Ricavo per evento	Ricavo totale		
Vendita vino a calice + degustazione	200	20	€ 10,00	€ 200,00	€ 40.000,00	40%	€ 16.000,00
sub totale					€ 40.000,00		
SHOP	giornate di apertura	Presenze stimate per evento	prezzo unitario	Ricavo per evento	Ricavo totale		
Vendita vino in bottiglia	200	30	€ 10,00	€ 300,00	€ 60.000,00	20%	€ 12.000,00
Vendita prodotti tipici	200	10	€ 5,00	€ 50,00	€ 10.000,00	20%	€ 2.000,00
Vendita prodotti artigianali	200	5	€ 10,00	€ 50,00	€ 10.000,00	20%	€ 2.000,00
sub totale					€ 80.000,00		
EVENTI PROMOZIONALEI	giornate di apertura	Presenze stimate per evento	prezzo unitario	Ricavo per evento	Ricavo totale		
Vendita biglietti per evento promozionale	2	1000	€ 10,00	€ 10.000,00	€ 20.000,00	30%	€ 6.000,00
sub totale					€ 20.000,00		
CONNESSI	giornate di apertura		prezzo unitario	Ricavo per evento	Ricavo totale		
Affitto sala per eventi	5	1	€ 1.000,00	€ 1.000,00	€ 5.000,00	25%	€ 1.250,00
sub totale					€ 5.000,00		
TOTALE					€ 215.000,00		€ 60.250,00

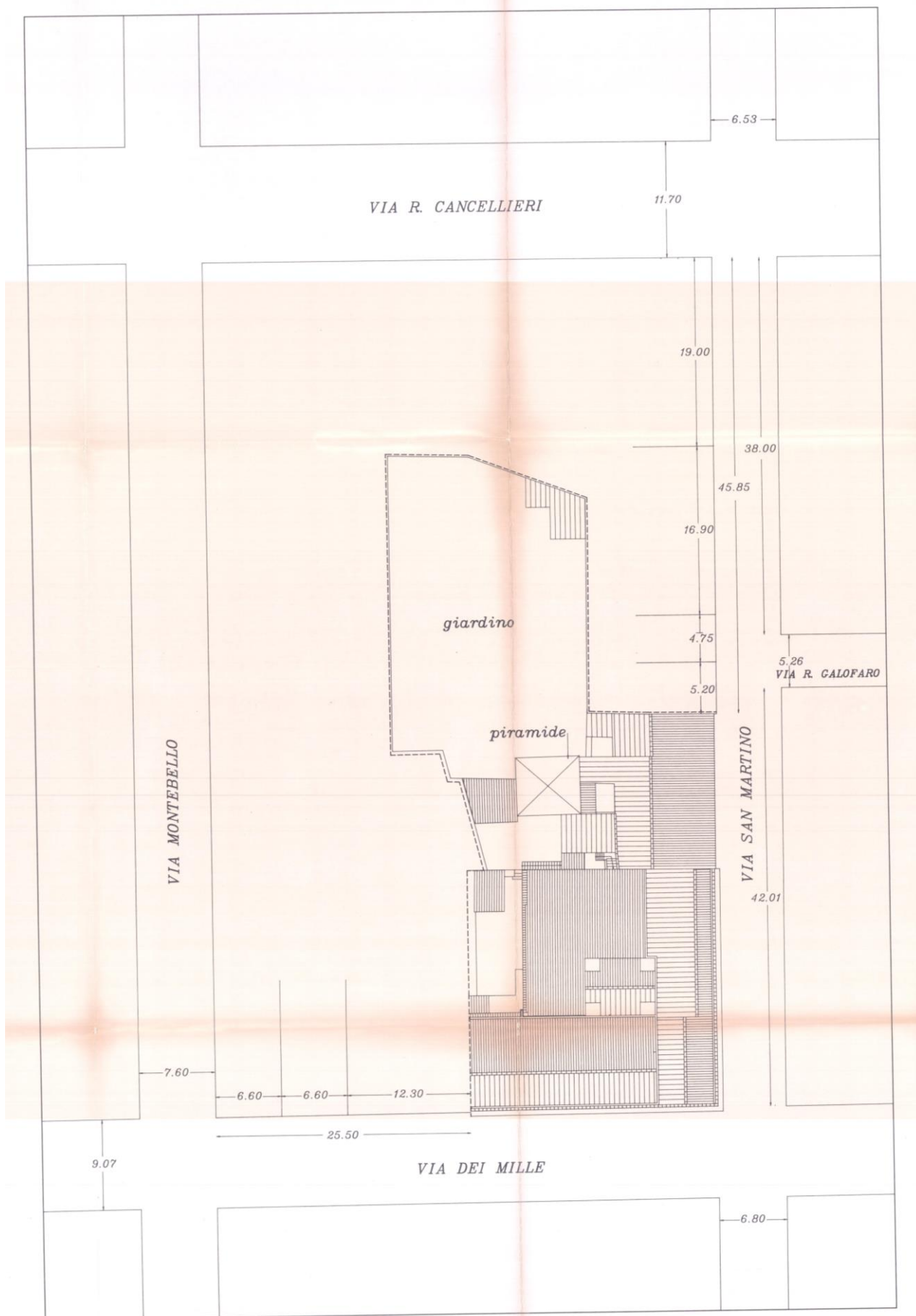
Cronoprogramma

Il progetto previsto avrà una durata massima di 2 annualità 24 mesi. Di seguito cronoprogramma

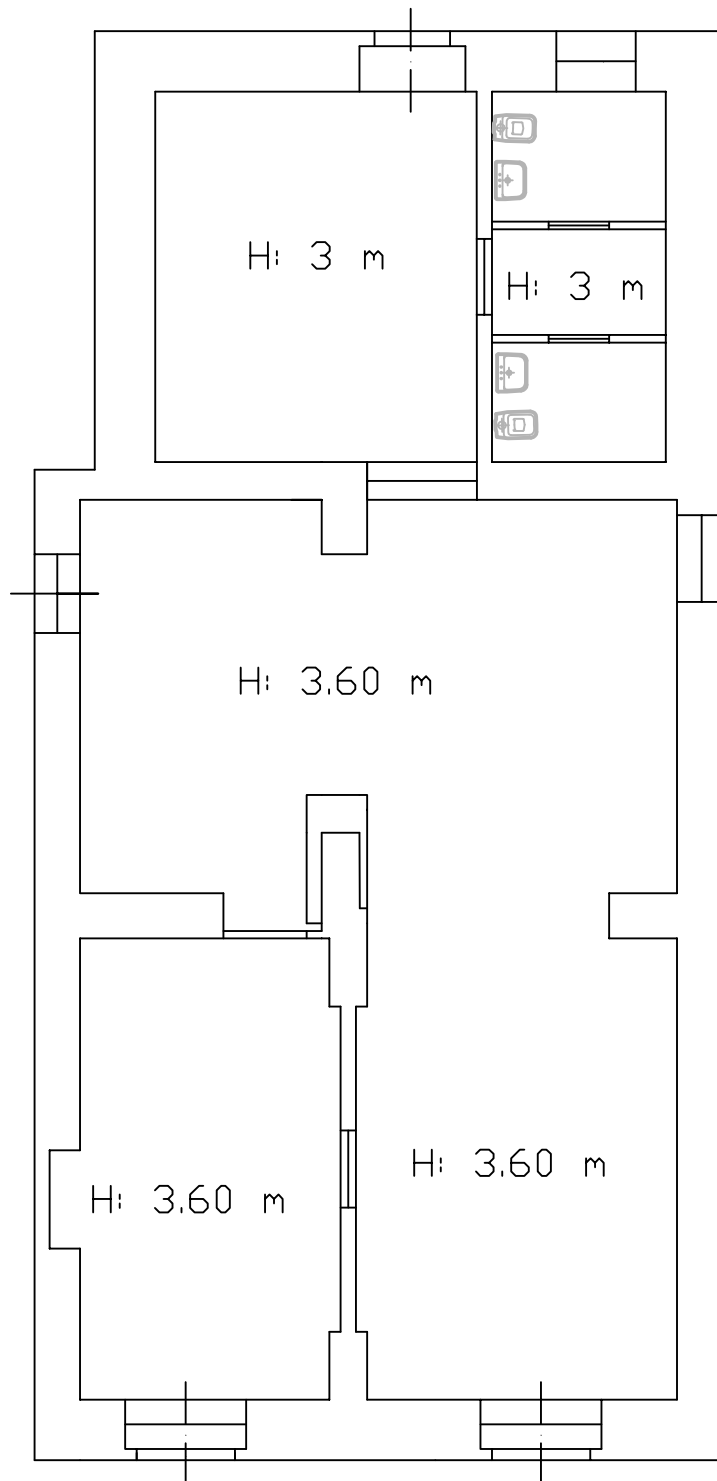
[illegible]

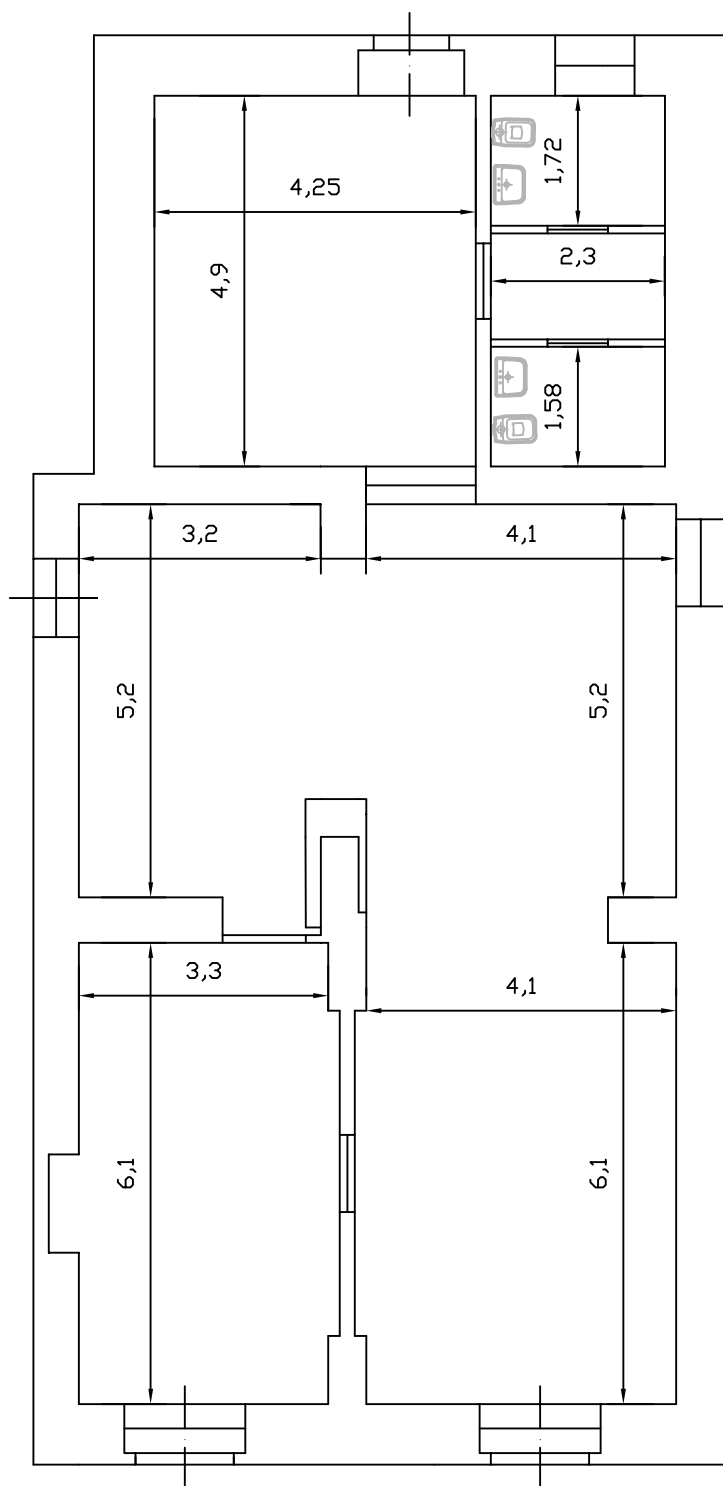
PLANIMETRIE LOCALI
ENOTECA REGIONALE SUD EST SICILIA SEDE VITTORIA (RG)

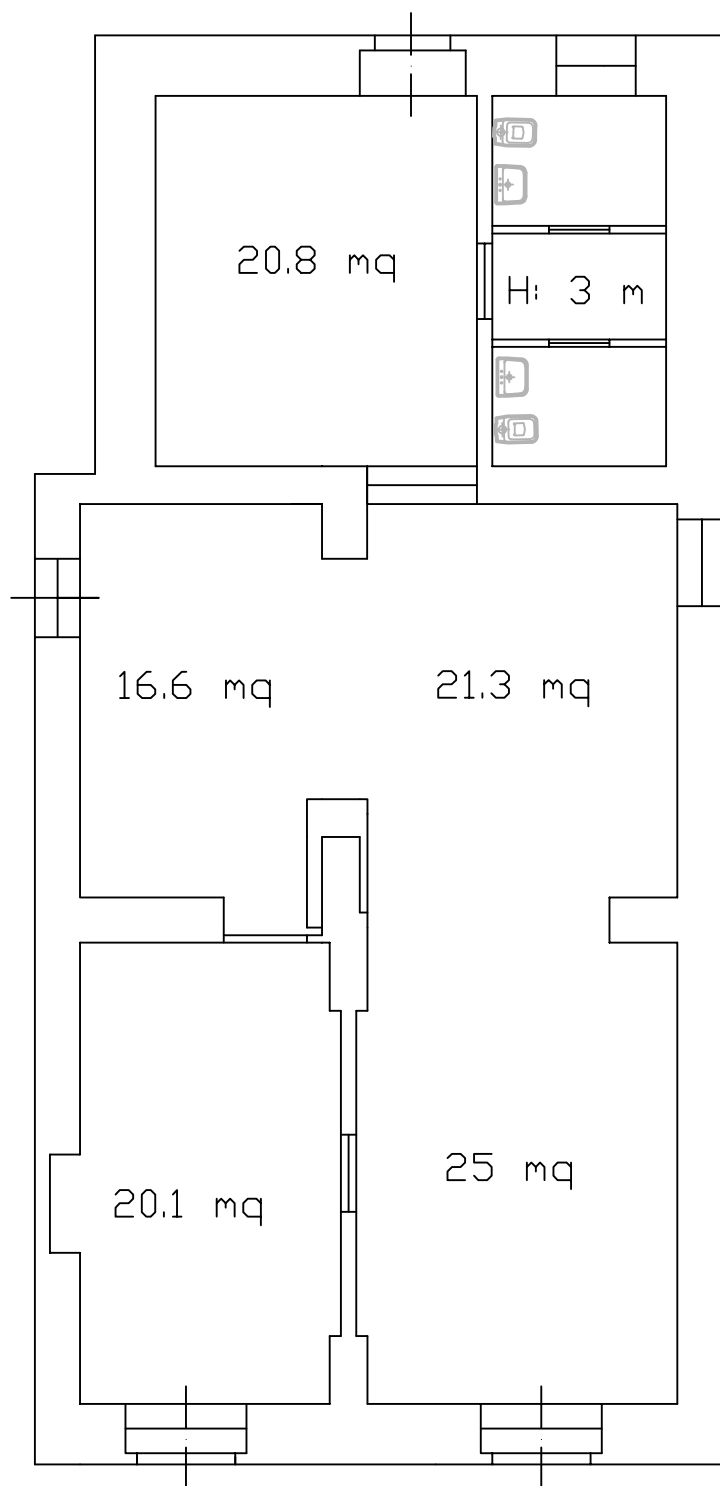


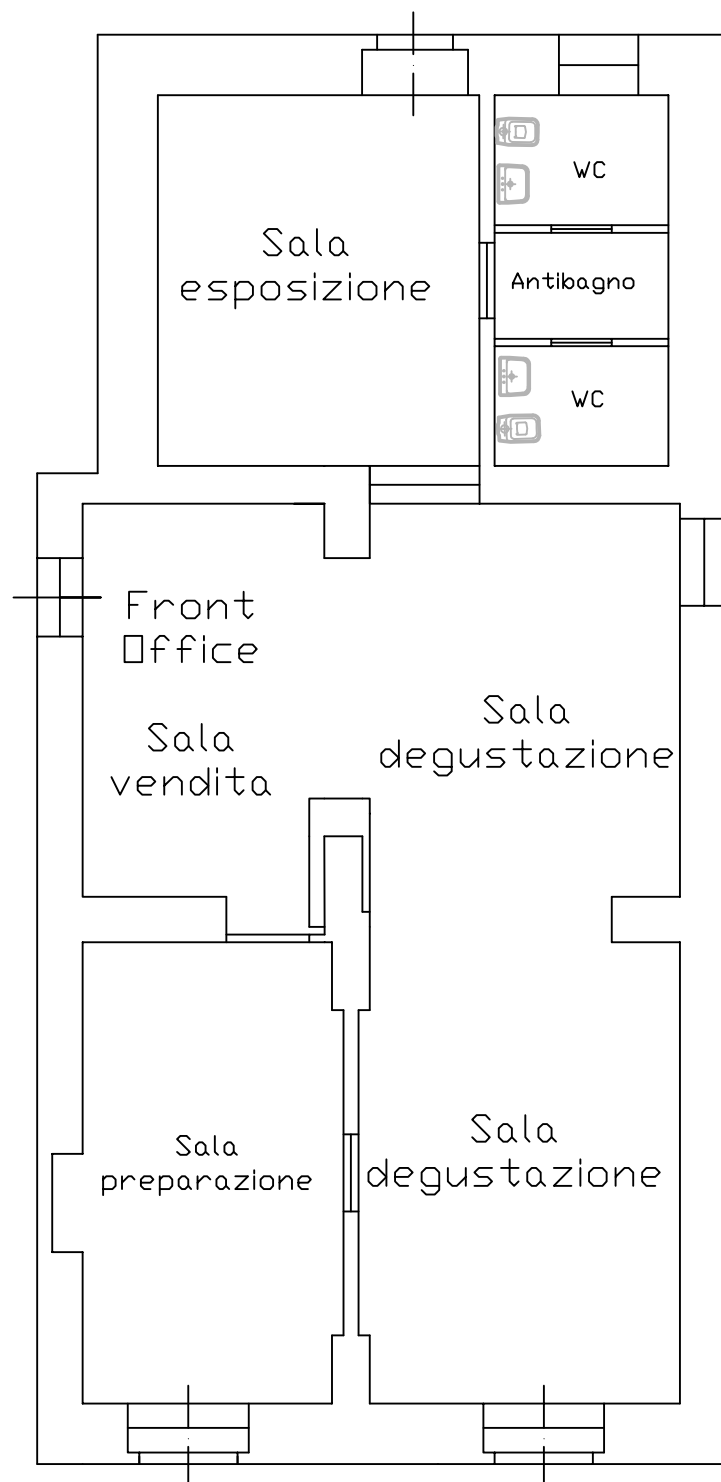


STRALCIO PLANIMETRICO Rapp. 1:200









IMMAGINI LOCALI

ENOTECA REGIONALE SUD EST SICILIA SEDE VITTORIA (RG)



