



**03/04 Maggio 2024
Bagheria (PA)**

V[^] Edizione Bio in Sicily 2024

BIODIVERSITA', AMBIENTE, SVILUPPO DEL TERRITORIO, ECONOMIA VERDE CIRCOLARE, SALUTE,
TURISMO SOSTENIBILE ED ENO-GASTRONNOMICO

PREMESSA

L'Associazione La Piana d'Oro propone la V[^] Edizione del Bio in Sicily che si svolgerà a Bagheria, il 03/04 Maggio 2024 un evento che intendiamo incentrato sulla strategia di valorizzazione della produzione biologica e sostenibile e la sensibilizzazione verso i temi della sostenibilità ambientale.

Un messaggio di sostenibilità ambientale da rivolgere alle giovani generazioni e ai cittadini, in maniera da recuperare la memoria storica legata alla stagione aurea della coltivazione del limone che ha segnato e ha scandito la vita economica, sociale e produttiva della nostra Città, per un secolo a partire dal primo decennio del secolo scorso.

La manifestazione "Bio in Sicily" s'inserisce all'interno di una strategia che dovrebbe portare la Sicilia, già prima regione italiana per numero di aziende agricole biologiche, con oltre 400mila ettari di superficie agricola bio e una percentuale di biologico (31,1%) che già si attesta al doppio della media italiana (15,4%) all'eliminazione di tutte le sostanze inquinanti e a completare l'eliminazione della chimica di sintesi dai campi entro un raggio temporale di cinque anni. Un tema di grande importanza per il nostro comprensorio.

Questo s'inserisce nell'ambito della difesa della salute e della promozione di uno stile di vita che parte dai consumi agroalimentari con una valenza di prevenzione rispetto a patologie legate al cattivo stile di vita e insane abitudini alimentari.

L'Associazione La Piana d'Oro propone, attraverso la 5[^] Edizione del Bio in Sicily, la messa in scena di un "dialogo collettivo" che si svolgerà a Bagheria.

L'intento è realizzare una azione di "democrazia partecipata" recuperando la memoria storica delle nostre radici comuni con il coinvolgimento delle associazioni bagheresi e dei portatori d'interesse.

Ritroviamo quindi basi comuni, ci confrontiamo con la biodiversità e la sostenibilità, per costruire insieme momenti di dialogo e di scambio finalizzati alla crescita comune.

ANALISI DEL CONTESTO DI RIFERIMENTO ALL'INTERNO DEL QUALI SI INSERISCE L'EVENTO PROPOSTO

La Città di Bagheria e il suo hinterland in questi anni ha riscontrato una crescita dell'offerta turistica attraverso le attività svolte dall'Associazione La Piana d'Oro che ha ideato eventi di sviluppo e co-marketing territoriale legati al rilancio dei prodotti tipici locali come l'Acciuga di Aspra, lo Sfincione Bianco, il Limone Verdello e l'Astratto di pomodoro, integrandoli con le ville settecentesche e il borgo marinaro di Aspra, puntando sull'offerta turistica destagionalizzata e sulla

E
COMUNE DI BAGHERIA
COPIA CARTACEA DI ORIGINALE DIGITALE
Protocollo N.0078283/2023 del 22/12/2023

ristorazione locale che nel tempo ha valorizzato pietanze e prodotti tipici della tradizione e a km zero.

L'Associazione **La Piana d'Oro**, che come obiettivo principale ha incentrare la strategia di crescita del territorio nella direzione di valorizzare le eccellenze, ha ideato e realizzato l'evento "**Bio in Sicily**", un evento che ha promosso il mondo del biologico e della sostenibilità che quest'anno nella quinta edizione 2024, sulla scorta del successo degli scorsi anni, amplia il raggio d'azione della sua attività di formazione, informazione e di divulgazione e promozione, realizzando **forum d'interesse regionale e nazionale**.

STORICITÀ DELL'EVENTO "BIO IN SICILY"

La prime 3 edizioni si sono svolte ad ottobre dal 2020 al 2022 a Bagheria presso Villa Palagonia con convegni, seminari, esposizioni, laboratori, workshop: un confronto a carattere regionale e nazionale per incentivare lo sviluppo locale legato alla tradizione dell'agroalimentare, nonché delle strutture e aziende biologiche e sostenibili.

La 4^a edizione del **Bio in Sicily** svoltasi il 17/18 luglio 2023 a Bagheria che ha visto l'alternarsi di convegni, laboratori, degustazioni e press tour, ha validato la formula vincente di una strategia di sviluppo del territorio che si fonda su un mix virtuoso tra prodotti tipici locali, enogastronomia e beni culturali.

Un mix virtuoso tra prodotti tipici locali, enogastronomia e beni culturali, come formula vincente di sviluppo del territorio. Questo è stato uno degli obiettivi di "**Bio in Sicily**", organizzato in co-organizzazione con la **Condotta Slow Food** di Bagheria, col **Gal "Metropoli Est"** e con l'**A.P.O. Sicilia** (Associazione Produttori Agrumicoli ed Ortofrutticoli).

L'evento, che si ripropone ampliandolo, da subito si inserisce all'interno di una strategia che ha come obiettivo quello di sensibilizzare e far riflettere sull'importanza strategica delle tematiche legate all'ambiente e alla biodiversità, in considerazione del fatto che la maggior parte degli obiettivi del Piano Strategico per la Biodiversità 2011-2020 (gli "obiettivi di Aichi") non sono stati raggiunti entro il 2020 e che il Pianeta sta per affrontare una crisi ambientale senza precedenti, con un numero elevatissimo di specie sull'orlo dell'estinzione e che occorre invertire la rotta per imboccare la strada per un futuro sostenibile e di cui ognuno di noi è responsabilmente coinvolto.

Per raggiungere quest'obiettivo si sono confrontati in ambito regionale i rappresentanti di istituzioni, università, centri di ricerca, ordini professionali, gruppi di azione locale, giornalisti di settore, esperti di sviluppo locale, operatori del settore dell'agroalimentare,

IL PROGETTO 2024

La 5^a Edizione del **Bio in Sicily**, sarà un "dialogo collettivo e partecipativo" dei temi della sostenibilità nel settore dell'agricoltura svolgerà a Bagheria il **03/04 maggio 2024**

L'evento ha come obiettivo principale il coinvolgimento delle giovani generazioni sui temi della sostenibilità ambientale, sul recupero della memoria storica della grande tradizione agroalimentare bagherese, sulla valorizzazione delle produzioni biologiche e tipiche del territorio nonché tutte quelle legate al tema della sostenibilità produttiva e ambientale e che quest'anno si concentrerà anche sull'utilizzo di "nuove piattaforme di incontro e comunicazione", al fine di aumentare la partecipazione, limitando possibilmente la presenza per ospiti che provengono fuori la Sicilia.

All'interno delle due giornate saranno svolte delle attività collegate e correlate alla divulgazione dei temi legati al comparto del turistico sostenibile con la promozione di press-tour con la stampa specializzata.

La manifestazione s'inserisce infatti, all'interno di una strategia che mira a portare la Sicilia, ad

adottare e attuare una strategia di assoluta sostenibilità ambientale.

Una delle attività principali sarà l'organizzazione del:

CONCORSO “TRADIZIONE, IDENTITA' E CULTURA BAGHERESE” “Il limone di Bagheria eletto dalla comunità come prodotto tipico della tradizione”

Al Concorso potranno partecipare gli istituti secondari di primo grado della Città di Bagheria. **Il concorso è finalizzato a sensibilizzare il mondo della scuola e delle giovani generazioni al valore della tradizione legata al patrimonio agroalimentare locale e specificamente del Limone Verdello.**

La partecipazione al Concorso prevede la presentazione, da parte degli alunni che frequentano scuole secondarie di primo grado **di: elaborati scritti, audiovisivi, fotografici legati alla tradizione della produzione e della commercializzazione del limone verdello di Bagheria**. Gli allievi dovranno far risaltare il valore della tradizione del comparto agroalimentare locale legato al limone come fonte di ricchezza culturale e come strumento per tramandare il valore dell'identità storica, culturale, sociale ed economica della nostra comunità e nello specifico riportare alla memoria, attraverso elaborati scritti, audiovisivi e fotografici, le testimonianze del rito collettivo, che coinvolgeva l'intera comunità bagherese. Tutti gli elaborati scritti e audiovisivi saranno acquisiti dall'associazione che li utilizzerà esclusivamente a fini didattici e divulgativi ed eventuali pubblicazioni, citando la fonte e l'autore. Si prevede la composizione di una **Commissione giudicatrice composta:** Il Sindaco di Bagheria o un suo Delegato ; Il Dirigente scolastico o un suo delegato per ognuna della 4 scuole interessate; Il Presidente dell'associazione La Piana d'Oro o un suo delegato; Il Presidente della sezione Slow Food di Bagheria.

Detta Commissione dovrà scegliere quattro lavori che verranno premiati nel corso della cerimonia di chiusura dell'evento. Ciascun Istituto scolastico selezionerà gli elaborati che riterrà meritevoli. La Commissione dovrà scegliere i migliori quattro elaborati fra quelli pervenuti e inviterà gli istituti scolastici vincitori alla premiazione nel corso della cerimonia conclusiva.

Detta Commissione dovrà scegliere quattro lavori che verranno premiati nel corso della cerimonia finale. **La cerimonia di premiazione finale si svolgerà nel mese di maggio 2024 in occasione della V^ edizione di Bio in Sicily 2024.** A ciascuna delle scuole partecipanti verrà consegnata una Targa di partecipazione, e un bonus dal per acquistare materiale didattico, mentre i ragazzi vincitori riceveranno dei premi a loro dedicati. A tutti gli allievi che parteciperanno alla cerimonia di premiazione saranno consegnati gadgets.

Nel tempo abbiamo affinato una metodologia che si è rivelata vincente ai fini del conseguimento degli obiettivi posti e che ha come presupposto la forte capacità di penetrazione mediatica dell'evento grazie agli accordi di partenariato e la realizzazione di una rete di media specializzati di settore, di categorie professionali e del comparto dei giornalisti della stampa regionale e locale. Tutto questo amplificherà il valore divulgativo dei contenuti dei seminari e degli incontri di settore.

L'evento avrà anche il supporto di figure professionali di alta qualifica, esperti delle diverse aree di attività previste dal progetto. Gli esperti saranno prescelti in base all'esperienza maturata nell'ambito di interventi finalizzati alla valorizzazione delle risorse dei settori coinvolti. Ci sarà una forte presenza di associazioni di categoria, aziende produttrici e trasformatrici del comprensorio operanti nel settore dell'agroalimentare e della sostenibilità ambientale, del turismo sostenibile e delle energie rinnovabili.

VALORIZZAZIONE DEL LIMONE DI BAGHERIA COME PRODOTTO TIPICO E DELLA MEMORIA STORICA DEL TERRITORIO DELLA PIANA DI BAGHERIA

La coltivazione del limone nella Piana di Bagheria (la pianura costiera che va dalla conca d'Oro verso est fino a giungere ad Altavilla), ha attivato già nei primi decenni del secolo scorso un' economia agricola, che produsse ricchezza e benessere diffuso; basata su una competizione virtuosa, poggiante su un sistema valoriale con forti accenti etici che affondava le radici sulla proverbiale operosità e laboriosità che ha sempre contraddistinto i bagheresi. Il limoneto ha scandito i ritmi vitali e sociali di tutta la comunità umana qui compresa da più di un secolo.

Collegare il rilancio del limone verdello come simbolo dell'identità territoriale nel tentativo di attivare una micro-filiera produttiva passa dall'organizzazione di un evento che leghi la storia, la tradizione, la memoria collettiva ai vari settori della vita economica e culturale della Città. Evento che deve essere motivato e deve nascere dall'ascolto della comunità, delle sue esigenze e dei suoi desideri, deve nascere soprattutto dalla cooperazione ordinata del settore pubblico e privato e del tessuto associativo presente e operante a Bagheria con una finalità accettata e condivisa da tutti gli attori protagonisti e da un grande lavoro di equipe.

Dal limone si possono trarre diversi spunti e collegare iniziative collaterali, tenendo conto della sua versatilità

Il Progetto Bio in Sicily tra gli obiettivi strategici si pone la presa di coscienza e la consapevolezza e metabolizzazione da parte della comunità bagherese del limone come elemento fortemente legato alla sua identità territoriale.

Coinvolgimento della rete delle scuole con attività formative e divulgative concordate con i responsabili della Rete. Questo ci consente di attivare micro-filieri produttive ma anche di legare l'evento a diversi spaccati della vita culturale della Città.

Obiettivo è lasciare il segno, stabilire una relazione duratura, inserire l'evento in un "progetto", renderlo coerente e armonico con un'idea di comunità e di città e far sì che sia il perno di un insieme di relazioni e interscambi culturali e commerciali.

Probabilmente occorre ripartire da quanto di buone e positivo è rimasto, nella consapevolezza che il limone non costituisce più massa critica in termini di produzione e di commercializzazione, ma può diventare nella versione produttiva estiva denominata verdello, riconosciuto dall'Assessorato Regionale alle risorse agricole e alimentari come prodotto agricolo che potrebbe costituire microfiliera, un elemento che connota una forte identità territoriale legata alla cultura, alla tradizione alla memoria collettiva, alla storia del territorio.

Il limone può diventare nei suoi derivati legati alla trasformazione dei prodotti della pasticceria e della gelateria di eccellenza espressa dal territorio (granite, sorbetti, gelati, oli essenziali, essenze etc) uno strumento ed un simbolo per comunicare e veicolare il territorio attraverso un'efficace attività di marketing territoriale favorendo al contempo lo sviluppo di micro-filieri produttive.

Attività di sensibilizzazione e di animazione che devono andare nella direzione di una chiara, consapevole e nitida presa di coscienza e consapevolezza di una matrice identitaria territoriale che intorno al limone ruota, con annotazioni relative alla storia dell'economia cittadina, alla trasformazione del paesaggio rurale, alle trasformazioni sociali e culturali. Occorre puntualizzare che la stagione aurea della limonicoltura a Bagheria ha permeato, plasmato ed informato la vita non solo economica della Città ma anche quella, sociale, culturale e politica.

Questa la ragione perché intorno al tema del limone verdello si può ricostituire quel humus socio-culturale che **il termine francese "milieu" rende perfettamente**; quel connotato proprio dell'identità territoriale costituito di potenzialità espresse dal territorio, le quali, tuttavia, per realizzarsi e porsi come risorse per lo sviluppo territoriale devono essere riconosciute e colte dall'organizzazione dei portatori d'interesse locali.

STRATEGIA CONDOTTA SLOW FOOD E RICONOSCIMENTO COMUNITA' SLOW FOOD DEI PRODUTTORI DEL LIMONE VERDELLO DI BAGHERIA

Tra gli accordi di partnerarito vi è quello stipulato con la Condotta Slow Food di Bagheria in grado di dare forza al processo di marketing turistico nel quale la manifestazione s'inserisce. Si precisa che nel giugno 2020 è giunto un forte riconoscimento da parte di Slow Food con la costituzione della comunità dei limonicoltori del Limone Verdello di Bagheria e della condotta locale Slow Food rafforzando la strategia di valorizzazione e di marketing del prodotto.

Uno step importante che delinea una strategia unitaria e condivisa che conferisce visibilità e riconoscibilità alla valutazione dei consumatori attenti alla qualità del prodotto, al loro legame alla storia di un territorio e all'eticità di valori rappresentati da Slow Food, una grande associazione internazionale no profit impegnata a ridare il giusto valore al cibo, nel rispetto di chi produce, in armonia con ambiente ed ecosistemi, grazie ai saperi di cui sono custodi territori e tradizioni locali.

OBIETTIVI FINALI

1. Dare vita ad una manifestazione che costituisca una vetrina per le attività legate allo sviluppo territoriale del comprensorio della Piana di Bagheria che riguarda l'economia rurale, **biodiversita' ambientale, sviluppo delle aree verdi, valorizzazione essenze tipiche e storiche del territorio, il turismo sostenibile, l'economia verde circolare, valore salutistico del limone verdello e della dieta mediterranea**, la valorizzazione dei prodotti tipici, il turismo sostenibile, il marketing territoriale, e la promozione della cultura contadina e marinara.
2. **Definire in maniera organica e unitaria la strategia di sviluppo con la presenza nella veste di protagonisti**: gli operatori commerciali i professionisti che operano nel campo del turismo sostenibile, dell'economia volta alla svolta ambientale e verde le associazioni che promuovono il territorio, i soggetti istituzionali, degli enti di promozione dello sviluppo ambientale.
3. **Esportare ed evidenziare all'esterno l'immagine e il concept territoriale**, attraverso la presenza di un novero qualificato di giornalisti di settore, debitamente selezionati e rappresentativi in ambito nazionale
4. **Favorire la comunicazione e le relazioni tra i portatori d'interesse** al fine di rendere efficace la strategia di marketing territoriale, evitando frammentazioni e parcellizzazioni assicurando così la qualità della spesa di promozione del territorio
5. **sensibilizzare i partecipanti rispetto alle peculiarità enogastronomiche locali**, gli abbinamenti più opportuni, le caratteristiche organolettiche dei cibi e gli apporti nutrizionali dei piatti;

COMUNICAZIONE

Tutti i messaggi devono essere veicolati attraverso una forma grafica semplice e di immediata ed inequivocabile lettura. Di importanza fondamentale sarà promuovere fortemente i vantaggi legati al consumo di prodotti ittici regionali e locali, facendo riferimento sia alla qualità che alla sostenibilità del prodotto, e ricadute positive che ciò potrebbe avere per l'intera collettività.

Sarà organizzata un'attività di animazione territoriale a carattere gastronomico che costituirà una grande vetrina espositiva, reale e mediatica, la cui organizzazione seguirà i principi e le tecniche del moderno marketing territoriale.

L'attenta progettazione della strategia ottimale per una buona riuscita delle iniziative deve essere seguita da un servizio di coordinamento puntuale e preciso nella produzione e distribuzione dei

materiali, nonché nella scelta delle tattiche operative che rispondano al meglio alle necessità ed alle problematiche emerse nel corso dell'attuazione del progetto allo scopo di raggiungere i migliori obiettivi qualitativi nella attivazione e nello sviluppo delle iniziative previste.

I destinatari individuati per le attività di comunicazione e disseminazione, afferiscono principalmente a quattro macro settori di interesse:

1. Opinione pubblica (consumatore finale)
3. enti e amministrazioni istituzionali,
4. media.

Affinché l'iniziativa abbia la più ampia risonanza, si è programmato un articolato piano di comunicazione integrata che raggiunga in modo capillare i target individuati.

Il piano si avvarrà dei seguenti mezzi e strumenti: un ufficio stampa coordinato da un giornalista che gestirà media e press relations ed organizzerà la conferenza stampa. È prevista la pianificazione di pagine, banner e manifesti pubblicitari. È necessario pianificare una strategia di comunicazione innovativa e personalizzata che preveda interventi articolati, integrati e massicci e che permetta di coinvolgere attivamente i target di riferimento della campagna. Tale strategia dovrà prevedere interventi tipici delle campagne informative e azioni di coinvolgimento diretto, favorendo la partecipazione attiva nel corso del progetto.

CRONOPROGRAMMA

Il cronoprogramma terrà conto della tempistica prevista per l'uscita delle graduatorie di approvazione e potrà, conseguentemente, subire le necessarie modifiche o l'inserimento di altre sedi per accogliere più ospiti.

1. Nei mesi di Gennaio e Febbraio espletamento delle fasi preliminari del concorso che coinvolge gli alunni delle scuole e il monitoraggio delle diverse fasi del concorso
2. Tutto il mese di Marzo e Aprile: Fase di pianificazione strategica degli eventi e di organizzazione, direzione e coordinamento delle attività necessarie all'espletamento dell'evento e il coinvolgimento di stakeholders e media.
3. Fase di realizzazione (**periodo 03/04 Maggio 2024**): due giorni consecutivi, gli eventi verranno organizzati in modo sinergico al fine di garantire massima risonanza e risultati in termini di audience e coinvolgimento.

RIASSUNTO E ARTICOLAZIONE DEL PROGRAMMA NEL DETTAGLIO

La prima giornata 03 Maggio 2024

- **Svolgimento cerimonia di premiazione del concorso del CONCORSO "TRADIZIONE, IDENTITA' E CULTURA BAGHERESE"** "Il limone di Bagheria eletto dalla comunità come prodotto tipico della tradizione" con il coinvolgimento delle scuole secondarie di 1° della città di Bagheria, dopo avere svolto le attività di animazione così come precedentemente descritto
- **Tavole rotonda sui temi:**
 - Strategie regionale del marketing agroalimentare
 - L'evoluzione del mercato bio del limone
 - Strategie legate alla valorizzazione dei prodotti tipici
 - Il percorso di riconoscimento dell'IGP del Limone della Conca d'Oro

La seconda giornata 4 maggio 2024

Si svilupperà il tema del Turismo Sostenibile e Gastronomico attraverso l'organizzazione press-tour

1. **Organizzazione di un press-tour con il coinvolgimento della stampa specializzata di settore** al fine di documentare e divulgare il modello di sviluppo economico sostenibile implementato nel territorio e incentrato sul turismo enogastronomico che valorizza l'offerta agroalimentare del comprensorio bagherese. Ci avvarremo

dell'esperienza maturata nel tempo grazie alla quale abbiamo affinato una metodologia che si è rivelata vincente ai fini del conseguimento degli obiettivi posti e che ha come presupposto la forte capacità di penetrazione mediatica dell'evento grazie agli accordi di partenariato e la realizzazione di una rete di media specializzati di settore, di categorie professionali e del comparto dei giornalisti della stampa regionale e locale.

INDICATORI:

Le azioni progettuali tenderanno a dare continuità e rafforzare l'azione di marketing strutturandola con chiari indicatori di risultato dati da:

- **continuità temporale dell'evento** giunto già alla V^a edizione
- **numero coinvolgimento degli alunni** delle scuole secondarie di 1° grado di Bagheria
- **numero di filiere produttive coinvolte** dal progetto (Agroalimentare: Turistico- ricettiva, Enogastronomica)
- **numero di aziende del comparto enogastronomico, agroalimentare e turistico-ricettivo coinvolti**
- **quantità di partner coinvolti** a sancire la sistematicità di rete, la capacità di coinvolgimento e di condivisione
- **capacità degli operatori di realizzare economie di scale** nell'azione di marketing e di promozione
- **la capacità di creare sinergie virtuose tra settore pubblico e privato**

FIRMA

