



COMUNICATO STAMPA

Successo della seconda edizione del “Sea Heritage Best Communication Campaign Award”, il Premio internazionale rivolto alle migliori campagne di comunicazione che valorizzano il Patrimonio Marittimo Ambientale ed Energetico dell’area mediterranea, svoltasi sul palco centrale di PELAGOS il 24 febbraio 2011, all’interno del Big Blu. Il successo è stato garantito innanzitutto dal numero elevato di progetti pervenuti e secondo poi, dalla natura eterogenea degli stessi, a conferma che il Mare è patrimonio universale da comunicare e diffondere. Giulio Guazzini, giornalista RAI, ha moderato il workshop monografico sul patrimonio marittimo e poi condotto la cerimonia di premiazione che ha visto come testimonial di eccezione Alan Friedman, giornalista e chairman di FBC Media, conferendo così maggiore internazionalizzazione all’evento. La Giuria, composta da qualificati e prestigiosi esponenti del mondo della comunicazione, della ricerca scientifica e della cultura (Cesare Corselli – CoNISMa; Antonio Ferro - Delegato Regionale Assorel e Presidente Extracomunicazione s.r.l.; Laura Giuliano - Scientific Advisor del Ciesm - Mediterranean Science Commission; Pietro Maniscalco - Direttore dell’Arsenale di Palermo - Museo del Mare; Michele Russo - Delegato Regionale AssoComunicazione e Delegato Mirus e StudioPiù s.r.l.; Maurizio Trogu - Capitano di Vascello del Corpo della Capitaneria di Porto) ha avuto il difficile compito di decretare i vincitori.

Gli esiti della Giuria:

Il **1° PREMIO ASSOLUTO** e della categoria relativa al **PATRIMONIO STORICO, FLOTTANTE E BENI IMMATERIALI** è andato al progetto “**Arte e storia nei mari di Sicilia**” presentato da Banca Nuova S.p.A. premiato perché *modello tradizionale di comunicazione ad elevato valore culturale e divulgativo.*

Per la categoria **PATRIMONIO MONUMENTALE E ARCHITETTONICO** premiato il progetto “**Parco della Certosa: natura e tecnologia per l’isola che rinasce dall’acqua**” presentato da Vento di Venezia s.r.l. per la *completezza ed efficacia delle strategie di comunicazione adottate.*

Per la categoria **RICERCA SCIENTIFICA E AMBIENTE MARITTIMO**, premiato il progetto “**Il Mediterraneo visto con gli occhi della scienza**” presentato da 30 Science Communication s.r.l. per la *capacità di divulgazione del messaggio scientifico attraverso piattaforme web avanzate.*

LE MENZIONI SPECIALI sono state assegnate ai progetti:

- **Unconventional team building** presentato da Argol Air Logistics S.p.A.u. *per la potenzialità di sviluppo del progetto e creatività del modello;*

- **Un mare di cultura** presentato da CAMI – Centro Artistico Musicale Italiano *per la cura ed innovazione nell'interpretazione artistica del patrimonio marittimo materiale ed immateriale;*
- **L'universo femminile nella società marinara** presentato dal Museo della Marineria Washington Patrignani di Pesaro per la *sensibilità tematica, cura nella ricerca e valorizzazione del patrimonio marittimo immateriale;*
- **Un ponte nel vento per riprendersi la vita** presentato Associazione un ponte nel vento *per l'attenzione a temi sociali di rilevanza collettiva;*
- **Una nuova specie** presentato dal Gruppo Roncaglia & Wijkander *per l'efficacia del messaggio e della strategia di comunicazione;*
- **Enea Web Tv** presentato da Enea Web Tv per la *capacità di divulgazione del messaggio scientifico attraverso piattaforme web avanzate;*
- **Occhio alla medusa** presentato da Focus per la *capacità di divulgazione del messaggio scientifico e per l'attenzione nei confronti della collettività.*

Il Sea Heritage Day ha avuto l'importante merito di generare prospettive operative e strategiche fondamentali. Ci sono state, infatti, dichiarazioni pubbliche di intenti e di impegno concreto da parte di rappresentanti del mondo delle istituzioni, della ricerca scientifica e delle imprese rispetto all'importanza di un Premio Internazionale come il "Sea Heritage Best Communication Campaign Award" quale strumento unico, originale ed indispensabile per fare sistema e puntare sul Patrimonio Marittimo, Ambientale ed Energetico per un più efficace sviluppo culturale, sociale ed economico. Da sottolineare la presenza di un'autorevole rappresentanza della rete dei comuni greci "**Efxeini Poli**", giunta per apporre un'ulteriore firma sulla Carta di Roma; l'importante documento programmatico ispirato alla necessità di porre a fattore comune la cultura marittima, la valorizzazione delle risorse ambientali, storiche e tradizionali delle realtà costiere da cui prende spunto il "Sea Heritage Best Communication Campaign Award". Documento a testimonianza di questa importante giornata il Catalogo ufficiale del Premio con all'interno la scheda di tutti i progetti iscritti, le dichiarazioni delle personalità intervenute oltre che, la possibilità di scoprire tutte le informazioni utili sui vincitori attraverso l'uso del SEMACODE, un sistema completo per la lettura di codici a barre e per gestire in tempo reale la storia e il flusso di informazioni approfondite.