

# PROGRAMMA CISS<sup>©</sup>

## CISS

Compagnia Italiana del Sole del Sud



Il progetto de “La **Compagnia Italiana del Sole del Sud**” apre la strada ad una nuova concezione della strategia di promozione del territorio meridionale. Infatti tutto l’impianto progettuale si poggia sul richiamo di una suggestione, universalmente riconosciuta, rendendola tangibile attraverso un appeal evocativo. Tale richiamo viene affidato ad un **Logo** e ad un **Nome**, *MISS*: MARCHIO ITALIANO del SOLE del SUD.

Nome e Logo veicoleranno al tempo stesso:

- 1) la suggestione dell’eco geografica dei luoghi di provenienza;
- 2) la certificazione delle produzioni, espressioni identitarie dei luoghi.

La **Compagnia Italiana del Sole del Sud** è strutturata in forma consortile ed abbraccia tutti i produttori di beni e servizi dell’Italia meridionale. Normata da uno statuto fondativo e da un regolamento di gestione, la **CISS** stabilisce il disciplinare di attribuzione del LOGO *MISS* e ne cura la gestione annuale, vigilando sulla genuinità e sulla veridicità dell’uso del Marchio.

Tutti i dettagli sono da sviluppare nell’ottica tracciata già dall’impostazione.



## PROGRAMMA CISS<sup>®</sup>

Il Consorzio della **CISS** è titolare del LOGO *MISS*



### MARCHIO ITALIANO del SOLE del SUD

La **Compagnia Italiana del Sole del Sud** fa di questo Logo *MISS* un *brand-umbrella*, ovvero un Marchio attribuibile ad ogni produzione ed offerta, qualitativamente valida e competitiva, dei vari settori: da quello agro-alimentare ed eno-gastronomico a quello artigianale e turistico, per finire a quello artistico e di tradizione.

Detto marchio non sostituisce e non si scontra con altre attribuzioni di “qualità”, di “denominazione”, di “origine”, di “protezione”, di “distretto”, di “brevetto”. Infatti il Logo *MISS* deve interpretare l'importante riferimento ad una precisa e soleggiata **macroarea** italiana. A tale Logo viene affidata la *mission* di evocare - soprattutto a distanza - usi e costumi, odori e sapori, luminosità e ritmi del Meridione d'Italia.

La **Compagnia Italiana del Sole del Sud** cede, dunque, il Logo *MISS* dietro un controvalore ai produttori di beni e servizi del Meridione d'Italia, al fine di dotare questi ultimi di carica emozionale e suggestiva, come valore aggiunto. Ed attraverso questa potenziarne la connotazione identitaria, l'attrattiva d'acquisto, la promozione territoriale in genere.