

E.L.



Città di Modica

DELIBERAZIONE
 della
GIUNTA COMUNALE
 N. 216 del 03 AGO, 2018

OGGETTO: Adesione in qualità di partner al progetto integrato di promozione del cioccolato di Modica "l'Oro vero di Modica".

L'anno duemiladiciotto il giorno 03 del mese di Agosto alle ore 14,00 nel Palazzo di Città e nella stanza del Sindaco, in seguito ad invito di convocazione, si è riunita la Giunta Comunale, alla quale risultano presenti:

		Presente	Assente
Abbate Ignazio	Sindaco	X	
Viola Rosario	Vice Sindaco	X	
Aiello Anna Maria	Assessore	X	
Linguanti Giorgio	Assessore		X
Lorefice Salvatore Pietro	Assessore		X
Monisteri Caschetto Maria	Assessore	X	

Wce

GIORGIO PAOLO DI GIACOMO

Partecipa il Segretario Generale, Dott. ~~Giampiero~~ *Giampiero* Bella con funzioni consultive, referenti, di assistenza e verbalizzazione, ai sensi dell'art.97, comma 4, lett. a) del d. Lgs. n.267/2000.

Assunta la presidenza, il Sindaco, Ignazio Abbate, constatata la legalità dell'adunanza, dichiara aperta la seduta ed invita la Giunta Comunale all'esame della proposta di deliberazione in oggetto, in merito alla quale sono stati espressi i pareri di legge.

LA GIUNTA COMUNALE

Esaminata la proposta di deliberazione di pari oggetto, prof. n 43771 del 03/08/2018, sottoposta dal Responsabile del VII Settore e che si allega alla presente per farne parte integrante e sostanziale;

Considerato che della stessa se ne condividono tutti i presupposti di fatto e di diritto;

Preso atto che su tale proposta di deliberazione sono stati espressi i pareri favorevoli

➤ del Responsabile proponente in ordine alla regolarità tecnica

➤ del Responsabile del Settore Finanziario in ordine alla regolarità contabile

ai sensi dell'art. 1, comma 1, lett. i, della L.R. n. 48/91, come modificato ed integrato dall'art. 12 L.R. n.30/2000;

Ritenuto di dover provvedere in merito;

Visto lo Statuto Comunale;

Visto il vigente O.R.E.L.;

Vista la L.R. n. 48/1991 e successive modifiche ed integrazioni;

Visto l'art. 12, comma 2, della L.R. n. 44/1991;

Ad unanimità di voti, resi nelle forme di legge

DELIBERA

1. Di approvare e far propria la proposta di deliberazione di pari oggetto richiamata in premessa, che si allega alla presente deliberazione per farne parte integrante e sostanziale;
2. Di dichiarare la presente deliberazione immediatamente esecutiva, con successiva e separata votazione unanime, resa ai sensi dell'art. 12, comma 2, della L.R. n. 44/91, attesa l'urgenza di provvedere in merito, nell'interesse dell'Ente, per i motivi citati nella stessa proposta deliberativa.

Letto, approvato e sottoscritto

IL SINDACO

L'ASSESSORE ANZIANO

IL SEGRETARIO GENERALE

CERTIFICATO DI PUBBLICAZIONE

La presente deliberazione viene pubblicata per 15 giorni consecutivi all'Albo Pretorio online del Comune, sul sito istituzionale dell'Ente: www.comune.modica.gov.it.

Modica li

Il Segretario Generale

Il sottoscritto Gianluca Burderi, Responsabile del procedimento di pubblicazione, attesta che copia della presente deliberazione è stata pubblicata all'Albo Pretorio online del Comune di Modica, senza opposizioni e reclami, dal 6 AGO, 2018 al 21 AGO, 2018, ed è repertoriata nel registro delle pubblicazioni al n. _____.

Modica li

Il Responsabile della pubblicazione

ATTESTAZIONE DI ESECUTIVITA'

La presente deliberazione:



E' stata dichiarata immediatamente esecutiva ai sensi dell'art.12, comma 2, della L.R. 44/91.



E' divenuta esecutiva il _____ ai sensi dell'art. 12, comma 1, della L.R. 44/91, trascorsi dieci giorni dall'inizio della pubblicazione.

Modica li

Il Segretario Generale

Per copia conforme all'originale ad uso amministrativo.

Modica li

Il Segretario Generale

E. 1.



PROPOSTA di DELIBERAZIONE
 della Giunta Comunale

SETTORE VII
 S.U.A.P. e Attività produttive

Città di Modica

Prot. n. 43471 del 03 AGO 2018

Oggetto: Adesione in qualità di partner al progetto integrato di promozione del cioccolato di Modica "l'Oro vero di Modica"

Il Responsabile ad interim del Settore VII- S.u.a.p. e Attività produttive,
Geom. Vincenzo Terranova

Premesso:

-Che nella G.U.R.S. pubblicata in data 20 luglio 2018 è stato riportato l'Avviso pubblico per l'acquisizione di proposte progettuali finalizzate alla realizzazione di iniziative di sostegno e sviluppo dei sistemi produttivi regionali per l'anno 2018 come da decreto del Dirigente Generale dell'Assessorato Regionale delle Attività Produttive n°1101/4.S del 17 luglio 2018;

-Che detto Avviso, con scadenza al 4 agosto 2018, prevede la possibilità di richiedere il finanziamento per iniziative di promozione e valorizzazione dei prodotti Siciliani dei settori agroalimentare, zootecnico, biologico e dell'artigianato, della nautica, del turismo, del comparto lapideo e faschion, per progetti di importo fino ad € € 50.000,00;

-Che il predetto Avviso fra l'altro prevede che i beneficiari, una volta approvato il progetto, debbano costituirsi in ATS e/o partenariati pubblico-privati e che ogni partenariato deve essere costituito, pena la esclusione, da almeno un Ente o Organismo pubblico e Imprese private;

-Che in tale contesto, con pec del 25/07/2018, assunta gli atti con protocollo n°43389 del 02/08/2018, è pervenuta la proposta della Logos, società cooperativa con sede in Comiso in C.so Ho Chi Min n°107/a, riguardante la disponibilità, a titolo gratuito, di disponibilità a fornire attività di assistenza nella fase di progettazione, costituzione del partenariato, organizzazione e gestione delle attività e della rendicontazione, il tutto senza oneri preliminari per l'Ente (vedi Allegato n°1);

-Che per quanto verificato agli atti dell'Ente, non risultano altre proposte pervenute da altri soggetti interessati all'argomento in questione;

-Che i residui tempi tecnici complessivamente a disposizione non consentono di procedere ad una ulteriore pubblicizzazione dell'iniziativa oltre a quella già riscontrata con la pubblicazione sulla G.U.R.S.;

Preso atto:

-della manifestazione di interesse, all'iniziativa proposta, manifestata dal Sindaco con l'annotazione a margine alla predetta proposta avanzata dalla Società "Logos" con riferimento alla possibile elaborazione di un progetto riguardante l'ambito produttivo e promozionale del cioccolato di Modica e, nello specifico, alla manifestazione "Chocomodica 2018";

-delle competenze della predetta Logos, quale società di consulenza di comprovata esperienza in

tema di internazionalizzazione, iscritta al catalogo delle competenze al servizio dell'innovazione tecnologica, strategica, organizzativa e commerciale delle PMI siciliane di cui al D.D.G. n°1633/5/2017 del Dip. delle attività produttive della Regione Siciliana;

Esaminata la bozza progettuale elaborata a tale riguardo (vedi allegato n°2) ove sono esplicitati il partenariato proposto e le attività previste per l'edizione 2018 di "chocomodica";

Ritenuta tale bozza progettuale valida e confacente alle direttive ed ai programmi dell'Amministrazione;

Dato atto che il predetto Avviso prevede un cofinanziamento del 10% e che a tale riguardo le Imprese aderenti sosterranno tale onere mettendo a disposizione prodotti di degustazione e quanto altro previsto in occasione dell'evento, mentre il Comune di Modica comparteciperà mettendo a disposizione personale e le infrastrutture necessarie e che, pertanto, non sono previsti oneri diretti a carico del bilancio comunale;

Dato atto che si provvederà successivamente alla eventuale inclusione in posizione utile della proposta progettuale avanzata alla individuazione del soggetto capofila tra quelli privati aderenti al costituendo partenariato;

Ritenuto di dover provvedere in merito;

Visto L'OREL;

Vista la L.R. n. 48/91 e s.m.i.;

Visto l'art. 12 della L.R. n. 44/91;

Tutto ciò premesso e considerato

PROPONE

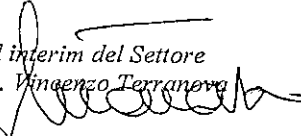
alla GIUNTA COMUNALE

- 1) Di approvare tutto quanto sopra espresso e che per *relationem* si intende di seguito integralmente riportato e facente parte sostanziale del presente atto;
- 2) Di confermare l'interesse all'Avviso pubblico per l'acquisizione di proposte progettuali finalizzate alla realizzazione di iniziative di sostegno e sviluppo dei sistemi produttivi regionali per l'anno 2018 emanato dall'Assessorato regionale delle Attività produttive con D.D.G. n°1101/4.S del 17/07/2018;
- 3) Di prendere atto ed approvare l'allegato progetto "l'Oro vero di Modica" riguardante la manifestazione "Chocomodica 2018" redatto ai fini della partecipazione al predetto Avviso;
- 4) Di dare mandato conseguentemente al Sig. Sindaco di aderire al costituendo partenariato;
- 5) Di impegnarsi a costituirsi in ATS o partenariato pubblico-privato, in caso di collocazione utile della proposta progettuale che sarà avanzata, dando atto che sarà eletto capofila uno dei soggetti privati aderenti;
- 6) Di dare atto che che il presente provvedimento non comporta assunzione diretta di oneri a carico del bilancio comunale;

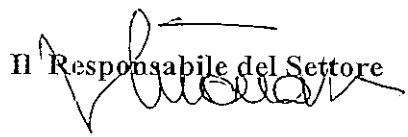
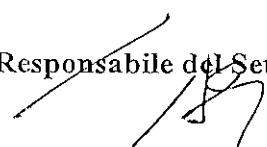
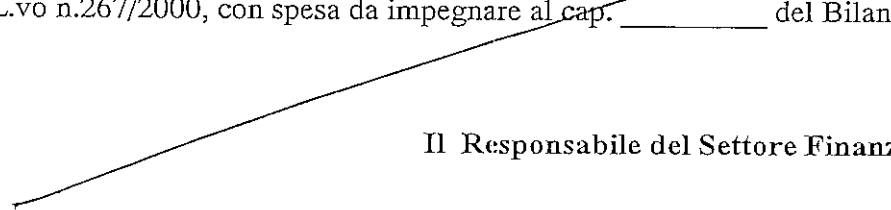
7) Di dare mandato al Responsabile del 7° Settore dell'Ente all'adozione dei conseguenti atti di gestione successivi


03 agosto 2018

Il Resp. ad interim del Settore
Geom. Vincenzo Terranova



Sulla proposta di deliberazione di cui sopra sono stati espressi i seguenti pareri, ai sensi dell'art. 1, comma 1, lett. i, L.R. n. 48/91, come modificato ed integrato dall'art. 12 L.R. n.30/2000.

Parere del Responsabile del Settore proponente per la regolarità tecnica: <u>favorevole</u> / sfavorevole Modica, li 03 agosto 2018 Il Responsabile del Settore 
Parere del Responsabile del settore finanziario per la regolarità contabile: <u>favorevole</u> / sfavorevole Modica, li 03/8/18 Il Responsabile del Settore Finanziario 
Per l'assunzione dell'impegno di spesa, si attesta la regolare copertura finanziaria, ai sensi degli artt. 153, 183, 191 del D.L.vo n.267/2000, con spesa da impegnare al cap. _____ del Bilancio 2016. Modica, li _____ Il Responsabile del Settore Finanziario 

ASSESSORE AL
RIS. P.


IL RESP. PROPONENTE


ALLEGATO 1

Da "logos-italia" <logos-italia@pec.it>

A "protocollo.comune.modica@pec.it" <protocollo.comune.modica@pec.it>

Data mercoledì 25 luglio 2018 - 16:52

Avviso regionale promozione prodotti siciliani- proposta di assistenza

Egr. Sindaco,

In G.u.r.s. del 20/07/2018 è stato pubblicato l'Avviso pubblico per l'acquisizione di proposte progettuali promozionali finalizzate alla realizzazione di iniziative di sostegno e sviluppo dei sistemi produttivi regionali per l'anno 2018.

L'Avviso, con scadenza in data 4 agosto 2018, prevede la possibilità di richiedere, una un finanziamento massimo di 45.000 euro per progetti dal costo complessivo di 50.000 euro per iniziative di promozione e valorizzazione dei prodotti siciliani dei settori agroalimentare, zootecnico, biologico, dell'artigianato, della nautica, del turismo, lapideo e fashion.

Logos società cooperativa, può assisterVi senza oneri di progettazione per l'Ente.

In allegato Vi trasmettiamo una lettera di presentazione e una scheda sintetica dell'Avviso. In caso foste interessati ad intercettare il finanziamento disponibile Vi invitiamo a fissare al più presto un incontro per la definizione dei dettagli di una proposta che possa valorizzare la Vostra azione a sostegno dei comparti produttivi locali contattandoci a mezzo mail o per via telefonica ai nostri recapiti ufficiali (mail: segreteria.comiso@logos-italia.it; tel. 0932731026; fax: 0932731303).

L'occasione è gradita per porgerVi i nostri più cordiali saluti.

Il Presidente dott. Rosario Alescio

2 AGO, 2018
43389

Logos Società Cooperativa
C.so Ho Chi Min n. 107/A
97013 Comiso (RG)
tel. +39 0932/731026 - fax. +39 0932/731303
e.mail segreteria.comiso@logos-italia.it

Allegato(i)

Lettera Logos avviso regionale promozione prodotti 040818.pdf (1038 Kb)
Scheda sintetica avviso promozione prodotti regionali 040818.pdf (800 Kb)

Da "protocollo.comune.modica@pec.it" <protocollo.comune.modica@pec.it>
A "sette.quarto.comune.modica@pec.it" <sette.quarto.comune.modica@pec.it>
Data mercoledì 1 agosto 2018 - 13:38

I: POSTA CERTIFICATA: Avviso regionale promozione prodotti siciliani- proposta di assistenza

Da: Per conto di: logos-italia@pec.it [mailto:posta-certificata@pec.aruba.it]
Inviato: mercoledì 25 luglio 2018 16:52
A: protocollo.comune.modica@pec.it
Oggetto: POSTA CERTIFICATA: Avviso regionale promozione prodotti siciliani- proposta di assistenza

Messaggio di posta certificata

Il giorno 25/07/2018 alle ore 16:52:16 (+0200) il messaggio
"Avviso regionale promozione prodotti siciliani- proposta di assistenza" è stato inviato da "logos-italia@pec.it"
indirizzato a:
protocollo.comune.modica@pec.it
Il messaggio originale è incluso in allegato.
Identificativo messaggio: opec288.20180725165216.16068.412.1.68@pec.aruba.it

Allegato(i)

daticerf.xml (963 bytes)
Message.txt (2524 Kb)

Spett.le Amministrazione Comunale,

Oggetto: Avviso pubblico per l'acquisizione di proposte progettuali promozionali finalizzate alla realizzazione di iniziative di sostegno e sviluppo dei sistemi produttivi regionali per l'anno 2018 – proposta di assistenza.

In G.u.r.s. del 20/07/2018 è stato pubblicato l'Avviso pubblico per l'acquisizione di proposte progettuali promozionali finalizzate alla realizzazione di iniziative di sostegno e sviluppo dei sistemi produttivi regionali per l'anno 2018, di cui si allega scheda sintetica.

L'Avviso, con scadenza in data 4 agosto 2018, prevede la possibilità di richiedere, una volta costituito un partenariato pubblico-privato, il finanziamento di iniziative di promozione e valorizzazione dei prodotti siciliani dei settori agroalimentare, zootecnico, biologico, dell'artigianato, della nautica, del turismo, lapideo e fashion.

L'importo massimo delle iniziative per cui si richiede il finanziamento non può superare i 50.000 euro mentre il finanziamento può coprire fino al 90%.

Logos società cooperativa, società di consulenza con comprovata esperienza in percorsi di internazionalizzazione, iscritta al catalogo di competenze al servizio di innovazione tecnologica, strategica, organizzativa e commerciale delle PMI siciliane di cui al DDG del Dipartimento delle Attività Produttive della Regione Siciliana n. 1633/5 del 14/07/2017, può assisterVi nella costruzione del partenariato, nell'elaborazione progettuale, nella predisposizione della documentazione prevista dall'avviso in oggetto, nella gestione ed organizzazione delle attività nonché nella rendicontazione in itinere e finale senza oneri preliminari per l'Ente.

LOGOS SOCIETA' COOPERATIVA

www.logos-italia.it

C.so Ho Chi Min 107/a - 97013 COMISO (RG)

Tel. +39 0932.731026 - Fax +39 0932.731303

P.IVA 00857330880

e-mail: segreteria.comiso@logos-italia.it

iscrizione albo delle cooperative al n. A132426

ASSESSORATO REGIONALE DELLE ATTIVITA' PRODUTTIVE

Avviso pubblico per l'acquisizione di proposte progettuali promozionali finalizzate alla realizzazione di iniziative di sostegno e sviluppo dei sistemi produttivi regionali per l'anno 2018

Tipologia bando Per l'inclusione nei programmi promozionali dell'Assessorato, le proposte progettuali dovranno pervenire a questa Amministrazione, a pena di esclusione, mediante consegna all'Ufficio accettazione posta di questo Assessorato, entro le ore 13.30 del 4 agosto 2018.

Finalità e obiettivi Realizzazione di iniziative di sostegno e sviluppo dei sistemi produttivi regionali nei seguenti settori: merceologici, agroalimentare, zootecnico, biologico, artigianato, nautica, turismo, lapideo, fashion.

Destinatari/Beneficiari Esclusivamente ATS, e/o Partenariati pubblico/privati. Ogni ATS/Partenariato deve essere composto, a pena di inammissibilità, da almeno un Ente/organismo pubblico (ad es. Comuni, Liberi Consorzi di Comuni, CCIAA, Enti pubblici in genere) e da un soggetto privato/imprese (ad es. associazioni di categoria, operatori economici per la commercializzazione dei prodotti, imprese del settore). Ogni soggetto può partecipare, a pena di esclusione dell'intera ATS/Partenariato, ad un solo progetto, sia come capofila che in associazione. *Il soggetto capofila dell'ATS/Partenariato deve, a pena di inammissibilità, essere individuato in un soggetto legittimato all'esercizio di attività di impresa, ai sensi degli artt. 4 e 7 del DPR n. 633/72.*

Azioni ammissibili

Mercato nazionale:

- a) Eventi di promozione dei prodotti agro-alimentari locali, zootecnici, con particolare riguardo a quelli realizzati in più edizioni; -
- b) Eventi riguardanti la salvaguardia e valorizzazione dei prodotti del territorio;
- c) Mostre dei prodotti siciliani;
- d) Manifestazioni fieristiche;
- e) Mostre mercato;
- f) Iniziative pubblicitarie, di comunicazione e promozione, attraverso canali radiotelevisivi e altri mezzi di comunicazione;
- g) Missioni istituzionali;
- h) Missioni commerciali;
- i) Eventi riguardanti la salvaguardia e la valorizzazione di prodotti zootecnici autoctoni.

Mercato estero:

- a) Eventi di promozione dei prodotti agro-alimentari locali, con particolare riguardo a quelli realizzati in più edizioni;
- b) Eventi riguardanti la salvaguardia e valorizzazione dei prodotti tipici;
- c) Fiere internazionali;
- d) Mostre internazionali;
- e) Iniziative pubblicitarie, di comunicazione e promozione, attraverso canali radiotelevisivi e altri mezzi di comunicazione;
- f) Missioni istituzionali all'estero;
- g) Missioni commerciali all'estero;

**Specifiche per le
singole azioni**

a) MANIFESTAZIONI FIERISTICHE

- manifestazioni fieristiche che si svolgono in Sicilia, nelle altre regioni d'Italia ed all'estero.
- per le manifestazioni fieristiche in Sicilia, è condizione essenziale per l'esecuzione la partecipazione di almeno dieci aziende siciliane;
- per le manifestazioni fieristiche in Italia o estero, è condizione essenziale per l'esecuzione la partecipazione di almeno otto aziende siciliane

b) MOSTRE/MERCATO

- mostre mercato: manifestazioni permanenti, periodiche od occasionali limitate ad uno o più settori merceologici aperte al pubblico e dirette alla promozione ed alla vendita dei prodotti esposti.
- per le mostre in Sicilia è condizione essenziale la partecipazione di almeno dieci aziende siciliane;
- in Italia o estero è condizione essenziale la partecipazione di almeno cinque aziende siciliane

c) INIZIATIVE PUBBLICITARIE DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

In tale tipologia sono comprese le attività di comunicazione e promozione attraverso canali radiotelevisivi, radiofonici, internet ed altri mezzi di comunicazione;

d) MISSIONI ISTITUZIONALI

La missione istituzionale è diretta a formalizzare con la controparte, protocolli operativi, accordi quadro di cooperazione e/o di promozione della produzione siciliana e/o dei programmi promozionali della Regione.
La missione istituzionale è condotta dall'Assessore per le Attività Produttive, o da un suo delegato.

e) MISSIONI COMMERCIALI

Le missioni commerciali sono finalizzate alla promozione della produzione siciliana, attraverso incontri tra i rappresentanti delle aziende siciliane ed una delegazione di soggetti appartenenti ad una o più categorie di operatori italiani e/o stranieri, buyers, rappresentanti di grandi catene di distribuzione, responsabili degli acquisti di aziende nazionali e/o straniere, rappresentanti delle camere di commercio, rappresentanti di governi stranieri, rappresentanti di enti, società ed associazioni italiane e straniere che operano nel settore, giornalisti, opinion leader, ecc..

Per l'esecuzione della missione commerciale è necessari la partecipazione di almeno dieci aziende siciliane.

**Livello massimo di
finanziamento e
intensità d'aiuto**

L'importo di ogni progetto non può essere superiore ad € 50.000.
Il finanziamento non può superare l'90% del progetto.

“L’oro vero di Modica”

Allegato 1 Progetto tecnico relativo all’iniziativa proposta

Avviso pubblico per l’acquisizione di proposte progettuali promozionali finalizzate alla realizzazione di iniziative di sostegno e sviluppo dei sistemi produttivi regionali per l’anno 2018

BOZZA

Progetto integrato di promozione

Premessa

Il settore agroalimentare è fondamentale per l'economia siciliana. A testimonianza di questo stanno i numeri: un valore aggiunto di circa 4 miliardi di euro, con un contributo al Pil regionale di 5,3%. La Sicilia poi contribuisce al settore agricolo nazionale per il 9,3 per cento e ciò la fa posizionare ai primi posti nella graduatoria delle regioni a maggiore vocazione agricola: terza dopo l'Emilia Romagna dove si produce il 10,7 per cento della ricchezza agricola e la Lombardia (10,6 per cento). Anche se la crisi economica ha colpito tutti i settori economici, ad un'analisi più attenta, si rileva che le vendite all'estero per la Sicilia sono state caratterizzate da una sensibile accelerazione. In dieci anni le esportazioni sono cresciute del 62 per cento con un tasso medio annuo del 5 per cento. La metà dell'export agroalimentare siciliano è costituita da prodotti agricoli. La restante metà è costituita da prodotti trasformati che invece fanno segnare prezzi medi alle esportazioni in costante aumento, confermando il percorso verso la qualità scelto dai produttori siciliani e il crescente apprezzamento dei mercati esteri. Sicuramente possiamo dire che oltre al fattore "Made in Sicily", un contributo importante è dato anche dai 63 prodotti a marchio riconosciuti dalla Ue (di cui 32 nel comparto food e 31 nel comparto vino nel 2017) e anche dalle azioni e politiche portate avanti dal governo regionale per promuovere il "Made in Sicily". Nel panorama agroalimentare nazionale, che annovera diverse centinaia di prodotti tipici (salumi, formaggi, vini, frutta, antipasti, ecc.) il cui marchio è riconosciuto dalla legislazione vigente (Prodotti D.O.P.; I.G.P.; S.T.G.; I.G.; ecc.), spiccano tre regioni – tra le quali la Sicilia – che superano largamente quelli di tutte le altre regioni coprendo quasi il 40% di tutti i prodotti agroalimentari DOP e IGP italiani. In particolare il territorio siciliano è caratterizzato dalla presenza di ben 28 prodotti pari all'11,25% di tutti i prodotti DOP e IGP italiani. Bisogna ricordare che nell'ambito di questi 28 prodotti di eccellenza di Sicilia qualcuno caratterizza un'intera area regionale, altri un determinato distretto territoriale, altri una ristretta area e altri ancora una piccola isola. Non va però dimenticato che, oltre a questi prodotti tipici, la Sicilia ha un grande patrimonio costituito dagli oltre 230 prodotti agroalimentari tradizionali (PAT) che va adeguatamente promosso e tutelato.

Ogni prodotto agroalimentare tipico è il risultato di una selezione cumulativa, cioè di una storia millenaria fatta di continui tentativi – miglioramenti intesi tutti ad utilizzare al meglio le risorse alimentari fornite da un dato ambiente naturale in accordo con le varie esigenze, credenze, e vicende storiche delle popolazioni che hanno vissuto in quello stesso ambiente. Ogni prodotto agroalimentare tipico presente oggi sul mercato tende a marcare una identità che è ambientale e culturale allo stesso tempo.

In un periodo in cui, molti prodotti siciliani sono soggetti ad una spietata concorrenza provocata dalla globalizzazione dei mercati, si ritiene indispensabile intervenire in modo integrato e continuo affinché questo invidiabile patrimonio regionale venga non solo pienamente riconosciuto per il suo

grande significato storico-culturale ma anche adeguatamente promosso e valorizzato anche in chiave competitiva.

Sotto questo aspetto, la presente iniziativa propone una serie di azioni integrate intese a promuovere e valorizzare il territorio modicano, con i suoi prodotti certificati IGP, ponendo al centro il cioccolato di Modica, la punta di diamante del territorio, sostenendo il processo d'internazionalizzazione delle aziende, integrando le attività produttive con quelle turistiche.

Finalità

Le finalità della presente iniziativa, in linea con quelle indicate dall'avviso di riferimento, sono le seguenti:

1) garantire un'informazione sul cioccolato di Modica e i prodotti IGP del territorio con tutte le loro caratteristiche organolettiche, le tradizionali tecniche di produzione nel pieno rispetto delle caratteristiche qualitative dell'ambiente e del loro territorio di produzione;

2) rafforzare l'immagine dell'agroalimentare modicano e creare nuove opportunità economiche attraverso una serie di azioni integrate opportunamente selezionate in base alle esigenze del settore.

Il programma promozionale individuato si sviluppa in un progetto articolato nelle seguenti azioni: realizzazione di una missione incoming nell'ambito della 13° edizione di ChocoModica, un evento di promozione dei prodotti agro-alimentari Street Food Bottega Sicula & IGP GAL Terra Barocca, una missione commerciale all'estero e un pacchetto pubblicitario di comunicazione e promozione utilizzando soprattutto il canale digitale.

Obiettivo generale

Obiettivo primario perseguito è quello di promuovere il cioccolato di Modica e i prodotti IGP e il territorio di produzione attraverso iniziative che recuperano la carenza di conoscenza da parte dei consumatori sia del prodotto in sé che del suo territorio, potenziando così il brand del prodotto stesso a prescindere dalla notorietà delle aziende produttrici.

La dinamicità del mercato attuale richiede strategie particolari per collocare un prodotto, pertanto 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 in continua evoluzione.

Il progetto intende realizzare una serie di azioni in cui la particolarità del prodotto fortemente collegato alle peculiarità del suo territorio di produzione e la tradizionale genuinità del prodotto stesso 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.

Obiettivi specifici

Per un'attuazione più efficace delle azioni individuate, sono indicati i seguenti obiettivi specifici connessi agli obiettivi generali:

- a) creare un efficiente sistema di comunicazione sul prodotto e sul suo territorio di produzione attraverso una strategica azione di web marketing.
- b) collegare il sistema produttivo locale con il sistema del turismo enogastronomico realizzando un effetto moltiplicatore ambivalente, sviluppando sinergie tra i soci del GAL che producono o valorizzano prodotti di qualità e il Cioccolato IGP, nonché tra i produttori di specialità tradizionali del territorio.
- d) incrementare le vendite attraverso strategiche azioni di penetrazione su mercati esteri (missione commerciale in Cina).

Composizione del partenariato

Comune di Modica

Ruolo previsto nel partenariato: supporto organizzativo e logistico tramite impiego di personale e attrezzature o locali di proprietà o in disponibilità;

Consorzio di tutela del cioccolato di Modica

Ruolo previsto nel partenariato: supporto organizzativo per l'organizzazione degli eventi e animazione territoriale per il coinvolgimento attivo delle imprese locali del settore;

UNSIK

Ruolo previsto nel partenariato: supporto organizzativo e logistico e animazione territoriale per il coinvolgimento attivo delle imprese locali del settore

Spazio Zero SRL

Ruolo previsto nel partenariato: supporto organizzativo e logistico per le attività connesse alla mostra mercato nell'ambito dell'evento ChocoModica

La tipica SRL (impresa capofila)

Ruolo previsto nel partenariato: capofila, progettazione, gestione del progetto, monitoraggio e rendicontazione, organizzazione e realizzazione attività progettuali;

Le azioni

A) 13° Edizione ChocoModica – missione incoming

Che colore, che profumo, che sapore, che energia! Nulla è paragonabile alle emozioni che suscita il cioccolato. E' una delizia capace di unire tutti senza distinzione di cultura, nazionalità, sesso o età. Non tutti, però, sappiamo come nasce, dove si coltiva, i meccanismi di produzione, di scambio e di distribuzione che ci permettono di acquistarlo in un negozio e di gustarlo liquido o solido, in estate e in inverno, da soli o in compagnia. Il percorso dal seme di cacao alle nostre tavole è molto lungo.

"L'oro vero di Modica

Assimilata all'oro, la barretta del cioccolato di Modica allude a delizie e a visioni difficili da dimenticare. Il mitico cioccolato di Modica, con le sue memorabili sorprese olfattive ed emozionali, invita a scoprire il segreto dello sfolgorio di zuccherosi cristalli a firma di sapienti artefici del buono e del bello.

Nella città al sapor di cioccolato perdurano le chiese medievali dell'antica capitale della Contea e le settecentesche chiese "ricamate" nella pietra, e rivivono pure i palazzi ornati con festosi portali barocchi e con grotteschi mascheroni che sorreggono ferree e fiorite volute.

Fragranze d'aromatico richiamo conducono a vicoli, nascosti da chiassose scalinate che, simili a precipitosi torrenti, scavano i colli assiepati di case e di palazzi, secolari dirimpetta ai estremi opposti della valle, dove scivola, rannicchiandosi, il centro storico.

La magica sintonia orchestrata da affascinanti momenti di festa, di musica, d'arte e di cultura diventa virale a ChocoModica. La kermesse che mette l'oro in bocca è come il mattino da assaporare e vivere con amabile convivialità."

Con queste frasi si presenta l'evento cardine della città di Modica, che nel 2018 è arrivato alla 13° edizione. Ogni anno la festa si arricchisce di nuove idee, nuove attività.

Su questa linea, il presente progetto propone la realizzazione di una **missione incoming** concernente la selezione e l'invito di 2 giornalisti scelti tra i maggiori *influencer* tra i più carismatici ed autorevoli sulle tematiche dell'agroalimentare e del settore "cioccolato" nello specifico e 2 byers provenienti dai paesi produttori di cacao. I giornalisti contattati attraverso una accurata indagine da società specializzata al fine di garantire la riuscita dell'azione in tutti i suoi aspetti, dalla qualità degli articoli, agli editoriali, ai servizi speciali che verranno realizzati, alla loro diffusione sui media nazionali, sia specifici di settore che di comunicazione di massa. I buyers saranno scelti ascoltando le indicazioni fornite dai produttori stessi, dal Consorzio del Cioccolato. Il fine è intercettare nuovi target di clienti attraverso tecniche non tradizionali di rivolgersi direttamente al cliente ma conquistando l'audience fornendo contenuti interessanti e utili per il target di riferimento.

Il programma della Missione incoming:

1° giornata - 25 ottobre:

- arrivo della delegazione di giornalisti e buyers (pomeriggio del 25 ottobre)
- trasferimento presso hotel di categoria minimo 4 stelle

2° giornata - 26 ottobre:

- visite a ChocoModica e seminario di approfondimento tematico
- lunch break
- visite presso le aziende produttrici di cioccolato

3° giornata – 27 ottobre :

- visite presso i punti d'interesse turistico della città (collegare il prodotto al territorio)
- lunch break
- visite a ChocoModica

4° giornata – 28 ottobre:

- conferenza stampa di chiusura
- trasferimento della delegazione in aeroporto per il rientro

Il programma ufficiale della missione verrà perfezionato in via ultima e definitiva con l'Amministrazione anticipatamente di almeno dieci giorni prima della realizzazione.

Per la missione si prevede la fornitura dei seguenti servizi:

- prenotazione aerea andata-ritorno per i giornalisti italiani e di provenienza internazionale, comprese tasse aeroportuali e assicurazioni;
- assistenza all'aeroporto di arrivo e di partenza;
- soggiorno e trattamento di prima colazione presso struttura hotel di categoria almeno quattro stelle per 4 notti;
- trasferimenti, compresi quelli da e per l'aeroporto, per l'accompagnamento dei delegati alle visite;
- trasferimento per le visite aziendali e accompagnamento durante tutti i giorni della missione;
- servizio di interpretariato da/in lingua italiana;

B) 13° Edizione ChocoModica - Mostra mercato

Questa azione è finalizzata a ottenere contatti di qualità con il pubblico. L'evento permette infatti di entrare in relazione con il pubblico mettendo al centro il prodotto cioccolato di Modica e il sistema di valori sotteso alla sua produzione. Attraverso l'incontro diretto, l'obiettivo è quindi quello di trasferire ai consumatori la giusta consapevolezza sugli elementi chiave che permettono di "leggere" correttamente il prodotto e la provenienza, e di decifrarne gli aspetti qualitativi legati agli ingredienti utilizzati, alla sicurezza alimentare, all'attenzione all'ambiente.

La mostra mercato valorizzerà soprattutto sugli aspetti informativi valorizzando al contempo sistemi produttivi locali, tradizioni, tecniche produttive, tipicità, evidenziando il legame dei prodotti con il territorio di origine.

Nell'ambito della manifestazione sarà previsto l'allestimento di un mini villaggio espositivo nel quale saranno organizzati momenti di show cooking con preparazione di alimenti a vista. L'allestimento con show cooking comprenderà:

- gazebo personalizzati graficamente
- Impianto elettrico/luci e audio con amplificazione
- Area preparazione della degustazione fornito di tavoli e attrezzature da cucina idonee alla preparazione
- Area degustazione fornita di panche e tavolini
- roll-up
- totem multimediale per la consultazione in modalità interattiva di informazioni sul prodotto di qualità e metodi di produzione
- monitor LCD 50" con supporto metallico e impianto di ripresa video degli show cooking
- maxi schermo LCD con sistema portante da collocare nel retro del tavolo di preparazione
- hostess
- esperto per la preparazione
- addetti alla preparazione
- moderatore per gli show cooking
- Animazione musicale
- Materiali di consumo per le degustazioni
- Trasporto dei materiali
- Attività di ufficio stampa e media relation con gestione dei social network con dirette

C) Street Food & IGP GAL Terra Barocca

Il fenomeno del "cibo di strada" si è sviluppato negli ultimi anni diventando quasi una cultura. Ma come suggerisce il suo nome, non può prescindere dalla strada e dal vissuto sociale in cui è nato. Così, pur riproponendo le vecchie tradizioni, recuperando cibi scomparsi o in via di estinzione, Street Food & IGP GAL Terra Barocca si propone di essere un'alternativa sana e sostenibile alla globalizzazione, uno strumento di socializzazione, un mezzo per fare impresa e promuovere il territorio. Inoltre, sarà un distintivo di qualità e genuinità sempre più riconoscibile e riconosciuto e non certo un modo per massificare e uniformare modi e gusti del nostro paese.

Street Food & IGP nasce dall'idea di affrontare i temi e le nuove esigenze legate alla richiesta di una più variegata offerta del turismo enogastronomico in relazione alle risorse locali e all'identità della comunità. In tal senso l'evento offre un'attività di promozione territoriale in chiave sia di proposte innovative e di richiamo verso le tradizioni e i prodotti territoriali che sotto il profilo occupazionale e socio-economico. Impostando l'evento come un percorso che inizia dalla promozione e valorizzazione delle peculiarità gastronomiche, in particolare quelle dello streetfood locale, si vuole utilizzare il cibo come strumento catalizzatore per l'intera offerta turistica integrata. L'evento vuole così ricreare un Laboratorio culturale a cielo aperto incentrato sulla valorizzazione

del cibo da strada e, a partire da questo, animare la discussione e il dialogo sulle opportunità offerte sia in termini di sviluppo turistico che di internazionalizzazione territoriale.

Il tema dello streetfood sarà il cioccolato di Modica in tutte le sue forme e utilizzi, ma anche pietanze tradizionali realizzate con prodotti IGP. Una platea di produttori, aziende enogastronomiche saranno coinvolte a questa iniziativa, scelte attraverso un bando pubblico a cura di Bottega Sicula.

L'evento si attiverà in sinergia con la comunità e gli stakeholder locali puntando ad un processo inclusivo e attento alle peculiarità turistiche territoriali. Su queste, il progetto vuole incardinare stabili relazioni volte a valorizzare ed incrementare l'accessibilità di elementi enogastronomici, ma anche identitari, paesaggistici e culturali.

L'approccio metodologico vuole attivare un comparto di azioni integrate per l'avvio dell'evento, la sua gestione in termini organizzativi e di marketing per poi concludersi con adeguato monitoraggio e valutazione.

Le azioni previste compongono un programma che punta all'innovazione e alla novità; vetrina delle particolarità territoriali, delle caratteristiche peculiari e attento al coinvolgimento ed alla partecipazione dei visitatori e della comunità. L'evento, se pur concentrato in soli 3 giorni, vuole infatti diffondere un proprio carattere riconoscibile e continuativo puntando sull'attrattività e sul fascino.

Le principali attività previste per il Ciocco Street Food nelle 3 giornate, oltre alle iniziative di ciascuna delle imprese partecipanti, sono:

1° giorno

Apertura ufficiale della street enogastronomica

Cooking show: "Il cioccolato pret a manger -- ricette innovative con il cioccolato di Modica"

Seminario all'aperto: "Cioccolato di Modica tra tipicità e tradizione" a cura del GAL presso la sua sede, ovvero il Convento dei Carmelitani in Piazza Matteotti, sede prestigiosa attrezzata per il

Cooking Show, le conferenze e le mostre.

2° giorno

Laboratorio con le scuole (Istituto Alberghiero): "Impariamo a cucinare<una ricetta tradizionale eventualmente che ha ingrediente il cioccolato>"

Apertura concorso di degustazione dei cibi street

Seminario all'aperto: "L'effetto moltiplicatore dell'IGP: come si possono mettere in campo strategie di co-marketing collegando fra di loro i prodotti IGP" a cura del GAL Terra Barocca

3° giorno

Degustazione e premiazione dei cibi street

Chiusura dell'evento

D) Missione commerciale in Cina, 15-23 settembre 2018

La missione è multisettoriale, ma con un focus più specifico su Turismo ed Agroalimentare, e prevede anch'essa tre tappe:

- Pechino
- Chengdu, in occasione della XIII Business & Technology Fair e della XVII Western China Fair, dove quest'anno l'Italia sarà ospite d'onore
- Shanghai

Le missioni commerciali rappresentano lo strumento attraverso cui rafforzare i processi di internazionalizzazione. L'impianto progettuale di questa fase prevedrà un insieme di servizi logistici e di strumenti consulenziali, atti a supportare adeguatamente le imprese siciliane del settore agroalimentare, scelte sulla base di un bando ad evidenza pubblica, nelle fasi di avviamento dei processi di internazionalizzazione. In questo modo si avvierà lo sviluppo di legami con operatori economici stranieri, provenienti dall'area di interesse strategico per il settore di intervento.

Gli Obiettivi specifici della missione commerciale sono quelli di:

- ♦ realizzare un'azione di marketing territoriale rafforzando la capacità di attrazione da parte del comparto siciliano dell'agroalimentare;
- ♦ affiancare gli operatori nella fase più critica di primo contatto facilitando il processo di match-making, i primi incontri e la successiva finalizzazione;
- ♦ approfondire ed evidenziare le dinamiche di crescita, i punti di forza e le opportunità di cooperazione economica nel comparto oggetto dell'intervento, generando interesse verso i sotto-settori ad elevato potenziale;
- ♦ facilitare la sottoscrizione di accordi e/o contratti di cooperazione in grado di garantire la più ampia ed efficace collaborazione tra i soggetti coinvolti;
- ♦ incentivare la definizione di partnership stabili e mantenibili nel tempo con operatori qualificati.

Il progetto prevede la realizzazione di una missione commerciale che avranno l'obiettivo di promuovere il tessuto produttivo locale, nonché i prodotti e le aziende del settore agroalimentare, selezionate con apposito bando ad evidenza pubblica, ad una platea di selezionati operatori esteri. Gli obiettivi specifici da raggiungere, sono:

- Generare accordi commerciali di carattere internazionale;
- Sviluppare sinergie con aziende locali;
- Effettuare un'analisi più concreta del mercato e del settore;
- Individuare nuove tecnologie, prodotti o servizi da applicare a livello locale;
- Individuare interlocutori d'interesse per operare nel mercato target.

Programma di massima della missione commerciale:

1° giornata:

- arrivo della delegazione siciliana
- trasferimento presso hotel di categoria minimo 4 stelle

2° giornata:

- seminario di approfondimento tematici e degustazione
- incontri B2B
- lunch break
- ripresa incontri B2B

3° giornata:

- partecipazione alla conferenza
- rientro in Italia

E) Azioni di promozione e comunicazione

L'intero impianto è orientato a diffondere un'informazione semplice e trasparente sulle diverse tematiche in modo da aiutare i consumatori, quando si trovano nel punto vendita, a scegliere consapevolmente.

Gli obiettivi specifici sono individuati rispetto alle due macro-azioni (informazione e promozione) che andremo a realizzare:

Attività di informazione

- Informare sulle caratteristiche peculiari del cioccolato di Modica e dei prodotti IGP della provincia di Ragusa
- Informare su temi di interesse, quali: caratteristiche organolettiche, sicurezza alimentare, qualità certificata e specificità dei metodi di produzione nella provincia di Ragusa
- Diffondere la conoscenza dei sistemi produttivi locali, le tradizioni, le tecniche produttive, la tipicità e il legame con il territorio di origine

Attività di promozione

- Promuovere il consumo dei prodotti siciliani nell'ottica della valorizzazione del territorio d'origine
- Promuovere l'educazione al buon cibo
- Promuovere il consumo di cioccolati di Modica e dei prodotti IGP prodotti in provincia di Ragusa

Il nostro progetto d'informazione e promozione si rivolge soprattutto alle **famiglie**, in particolare ai **responsabili di acquisto**, ma sarà declinato anche tenendo conto delle esigenze degli altri membri del nucleo familiare, in primis i bambini e gli adolescenti, ma anche gli anziani.

Particolare attenzione sarà rivolta ai **giovani**, fascia della popolazione particolarmente attenta alla qualità, alla salute, alle caratteristiche con cui viene prodotto il cibo.

Per questo, oltre ai media e ai "punti di contatto diretto" che permettono di intercettare le famiglie, nel nostro progetto di comunicazione prevediamo l'utilizzo di una serie di strumenti online e offline estremamente versatili e capaci di raggiungere le altre categorie di target.

I territori interessati all'iniziativa sono la regione Sicilia e il mercato nazionale.

Campagna pubblicitaria nazionale

Una campagna integrata che raggiungerà il più vasto pubblico di consumatori con un duplice obiettivo di comunicazione:

- incoraggiare il consumo del cioccolato di Modica e dei prodotti IGP prodotti in provincia di Ragusa;
- valorizzare il territorio di produzione e la sua valenza turistica e naturalistica

Presidio dei Social Network

Il cioccolato di Modica **come simbolo di qualità e innovazione**: saranno questi alcuni dei concetti chiave su cui punterà la strategia di comunicazione social, la quale non solo sarà tesa a informare puntualmente la stampa generalista e di settore, ma anche a stimolare l'interazione con il grande pubblico sensibilizzando, coinvolgendo e appassionando.

Facebook è la piattaforma maggiormente utilizzata per stimolare interazioni e fidelizzare. Presidiare Facebook significa inoltre offrire agli utenti uno spazio di immediato confronto e scambio di esperienze. Per questo, attraverso la gestione dei social, si garantirà un presidio continuativo su temi quali caratteristiche di qualità della filiera e della produzione certificata, sicurezza alimentare, sostenibilità.

Twitter: Il profilo twitter condividerà strategia e obiettivi della fan Page di Facebook, declinando modalità di condivisione e azioni in base al linguaggio specifico dello strumento. Tutti i contenuti verranno accompagnati da hashtag ufficiale e da hashtag inerenti i temi trattati al fine di rendere visibili e virali i contenuti della pagina sul web.

Azioni mirate con materiali informativi

I materiali informativi avranno lo scopo di informare i consumatori sui prodotti delle aziende aderenti al progetto e in particolare aiutarli a riconoscere il marchio del cioccolato di Modica e dei prodotti IGP della provincia di Ragusa.

Prevediamo la realizzazione di un kit informativo e promozionale che potrà essere distribuito nei punti vendita convenzionati, composto da:

- Opuscolo informativo con ricettario
- Locandina sulla qualità e sicurezza
- Corner in cartone ondulato autoportante personalizzato da collocare nei punti vendita con tasca porta opuscolo e/o in occasione di eventi

F) Distribuzione budget per Azioni

Azione	Costo complessivo
A) 13° Edizione ChocoModica – missione incoming	7.000,00 €
B) 13° Edizione ChocoModica - Mostra mercato	27.000,00 €
C) Street Food	3.000,00 €
C) Gli IGP del GAL Terra Barocca	4.000,00 €
D) Missione commerciale in Cina, 15-23 settembre 2018	3.000,00 €
E) Azioni di promozione e comunicazione	3.000,00 €
Coordinamento, gestione e organizzazione dell'iniziativa	3.000,00 €
TOTALE PROGETTO	50.000,00-€

Finanziamento richiesto	45.000,00 €
Cofinanziamento	5.000,00 €
TOTALE PROGETTO	50.000,00 €