



Città di Modica

E.1.

DELIBERAZIONE
della
GIUNTA COMUNALE
N. 234 del 12.09.2019

OGGETTO: Adesione in qualità di soggetto proponente del progetto di promozione del cioccolato di Modica "Il cioccolato IGP: L'Oro vero di Modica".

L'anno duemiladiciannove il giorno DODICI del mese di SETTEMBRE alle ore 18,20 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	
Belluardo Giorgio	Assessore	X	

Partecipa il Segretario Generale, Dott. 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, prot. n. 44445 del 12.09.2019 sottoposta dal Responsabile del VII Settore, 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 è stato espresso il parere favorevole in ordine alla regolarità tecnica, 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, e che la stessa non richiede ulteriori pareri;

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

L'ASSESSORE ANZIANO

IL SINDACO

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 12.09.2019

Il Segretario Generale

Si attesta che copia della presente deliberazione è stata pubblicata all'Albo Pretorio online del Comune di Modica, senza opposizioni e reclami, dal 13 SET, 2019 al 28 SET, 2019, 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 12.09.2019

Il Segretario Generale

Per copia conforme all'originale ad uso amministrativo.

Modica li

Il Segretario Generale

E. I.



PROPOSTA di DELIBERAZIONE
 della Giunta Comunale
 SETTORE VII
 S.U.A.P. e Attività produttive

Città di Modica

Prot. n. *64445* del 12 SET, 2019

Oggetto: Adesione in qualità di soggetto proponente del progetto di promozione del cioccolato di Modica "Il cioccolato IGP: l'Oro vero di Modica"

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

Premesso:

- Che con il ddg N. 2573/4S la Regione Siciliana ha pubblicato sul sito dell'Assessorato alle Attività Produttive l'Avviso pubblico per la concessione di contributi in conformità all'art 12 della legge 7 agosto 1990 n 241 per la realizzazione di iniziative promozionali a sostegno dei sistemi produttivi regionali per l'anno 2019 a firma del Dirigente Generale Dott. Carmelo Frittitta;
- Che detto Avviso, prevede la possibilità di richiedere il finanziamento anche nel settore agroalimentare per progetti di importo fino ad € 40.000,00;
- Che il predetto Avviso prevede come soggetti proponenti esclusivamente gli Enti Locali ubicati nel territorio della Regione Siciliana;
- *Esaminata* la bozza progettuale elaborata a tale riguardo (vedi allegato n°1) ove sono esplicitate le iniziative e le attività previste per l'edizione 2019 del progetto "Il cioccolato IGP: l'Oro vero di Modica";

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

Dato atto che il predetto Avviso prevede un cofinanziamento del 10,01% e che a tale riguardo il Comune di Modica provvederà a sostenere tale onere mettendo a disposizione servizi e quanto altro previsto in occasione dell'evento, erogati mettendo a disposizione il personale e le infrastrutture necessarie e che, pertanto, non sono previsti oneri diretti a carico del bilancio comunale;

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

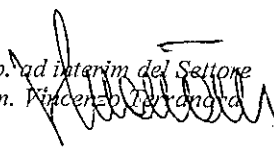
PROPONE

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 2019 emanato dall'Assessorato regionale delle Attività produttive con D.D.G. n° 2573/4 S;
- 3) Di prendere atto ed approvare l'allegato progetto "Il cioccolato IGP: l'Oro vero di Modica" redatto ai fini della partecipazione al predetto Avviso;
- 4) Di dare mandato conseguentemente al Sig. Sindaco di sottoscrivere ed inoltrare l'istanza;
- 5) Di dare atto che il presente provvedimento non comporta assunzione diretta di oneri a carico del bilancio comunale;
- 6) Di dare mandato al Responsabile del 7° Settore dell'Ente all'adozione dei conseguenti atti di gestione successivi;
- 7) Di dichiarare la presente deliberazione immediatamente eseguibile, a seguito di successiva votazione unanime, ai sensi dell'art. 12, comma 2, della L.R. n. 44/1991, attesa l'urgenza di provvedere a quanto infra riportato nell'interesse dell'Ente;

12 settembre 2019

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: favorevole /sfavorevole

Modica, li 12/09/2019

Il Responsabile del Settore 

Parere del Responsabile del settore finanziario per la regolarità contabile: favorevole /sfavorevole

Modica, li

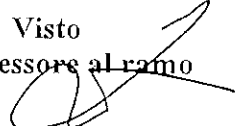
Il Responsabile del Settore Finanziario

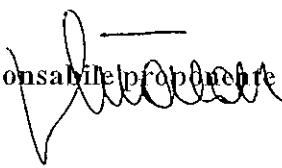
Per l'assunzione dell'impegno di spesa, si attesta la regolare copertura finanziaria, ai sensi degli artt. 153, 183, 191 del D.L.vo n.267/2000, con spesa da impegnare al cap. _____ del Bilancio 2015.

Modica, li

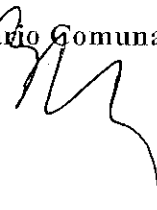
Il Responsabile del Settore Finanziario

La proposta infra riportata si compone di n. _____ pagine, incluso il presente prospetto..

Visto
L'Assessore al ramo 

Il Responsabile proponente 

La presente proposta è approvata con deliberazione della Giunta Municipale n. 234 del 12-09-2019

Il Segretario Comunale 

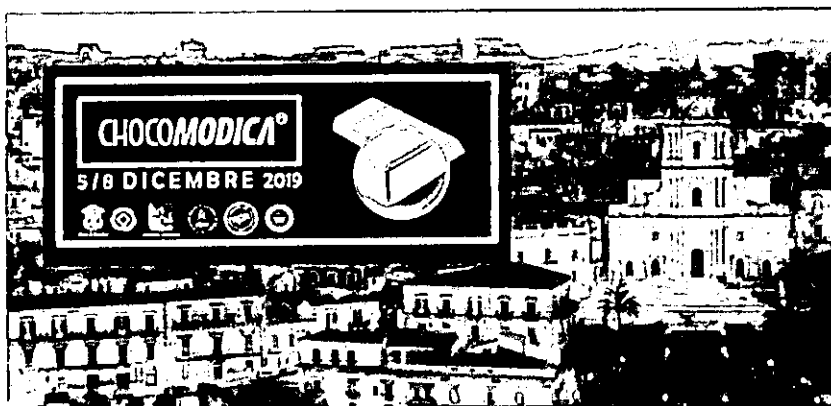
REPUBLICA ITALIANA



REGIONE SICILIANA
ASSESSORATO REGIONALE DELLE ATTIVITA' PRODUTTIVE
DIPARTIMENTO DELLE ATTIVITA' PRODUTTIVE

Avviso pubblico per la concessione di contributi in conformità all'art 12 della legge 7 agosto 1990 n 241 per la realizzazione di iniziative promozionali a sostegno dei sistemi produttivi regionali per l'anno 2019

“Il Cioccolato di Modica IGP: l'oro vero di Modica”



Piano Economico

Distribuzione budget per Azioni

Azione	Costo complessivo
A) 14° Edizione ChocoModica – eventi valorizzazione prodotti missione incoming	€ 7.000,00
B) 14° Edizione ChocoModica - Mostra mercato con Azioni di promozione e comunicazione	€ 33.000,00
TOTALE PROGETTO	€ 40.000,00

Finanziamento richiesto	€ 35.999,00
Cofinanziamento	€ 4.001,00
TOTALE PROGETTO	€ 40.000,00

Progetto L'Oro Vero di Modica

1) ChocoModica	Eventi	Valorizzazione prodotti cofinanziamento		
Selezione Buyers e operatori	5	€ 500,00	€ 2.500,00	€ 250,00
Vitto e alloggio operatori	5	€ 400,00	€ 2.000,00	€ 200,00
Spese di viaggio operatori	5	€ 500,00	€ 2.500,00	€ 250,00
Subtotale			€ 7.000,00	€ 700,00
Contributo regionale richiesto			€ 6.300,00	
2) ChocóModica Mostra mercato				
Service audio con amplificazione (musica e audio)	1	€ 500,00	€ 500,00	
Allestimenti mostra-cassette in legno stampa grafica	30	€ 220,00	€ 6.600,00	€ 1.701,00
Padiglioni da 179 mq ottagonali arco di ingresso	1	€ 5.500,00	€ 5.500,00	€ 500,00
Allestimento interno gazebo degustazione tavoli a	1	€ 2.900,00	€ 2.900,00	€ 500,00
Totem digitali con progetto grafico	5	€ 300,00	€ 1.500,00	
Video wall passo 3,9 4mt x 2,5mt HD	1	€ 1.200,00	€ 1.200,00	
Monitor LCD 50" con supporto metallico 4 gg	2	€ 250,00	€ 500,00	
Operatore video con attrezzatura per shoowcooking	1	€ 1.200,00	€ 1.200,00	
Moderatrice per shoowcooking	1	€ 600,00	€ 600,00	
Attività di ufficio stampa e media relation	1	€ 2.000,00	€ 2.000,00	
Gestione dei social network con dirette	1	€ 1.500,00	€ 1.500,00	
Dir.gastronomico(esperto preparazione, materiali de	1	€ 1.000,00	€ 1.000,00	
Dir.artistico(animazione musicale, dj, etc.)	1	€ 2.000,00	€ 2.000,00	
Azioni di promozione web	1	€ 2.500,00	€ 2.500,00	
Campagna media e social	1	€ 2.000,00	€ 2.000,00	
Materiale informativo e promozionale	1	€ 1.500,00	€ 1.500,00	
Subtotale			€ 33.000,00	€ 3.301,00
TOTALE PROGETTO			€ 40.000,00	
TOTALE COFINANZIAMENTO				€ 4.001,00
TOTALE CONTRIBUTO				€ 35.999,00

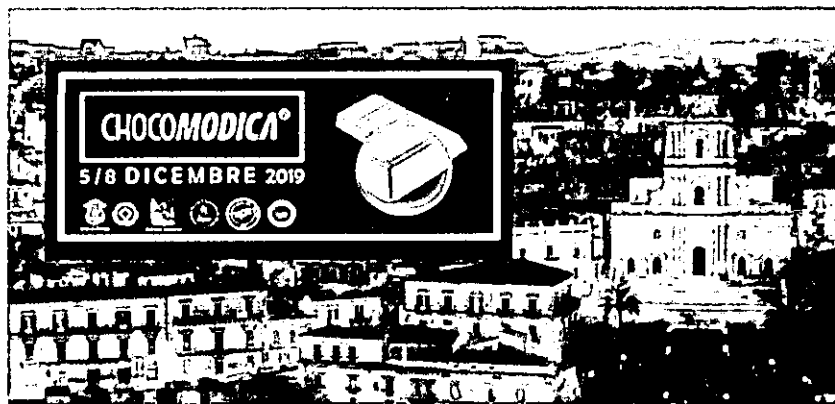
REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE SICILIANA
ASSESSORATO REGIONALE DELLE ATTIVITA' PRODUTTIVE
DIPARTIMENTO DELLE ATTIVITA' PRODUTTIVE

Avviso pubblico per la concessione di contributi in conformità all'art 12 della legge 7 agosto 1990 n 241 per la realizzazione di iniziative promozionali a sostegno dei sistemi produttivi regionali per l'anno 2019

“Il Cioccolato di Modica IGP: l'oro vero di Modica”



RELAZIONE TECNICA

PROPOSTA CON AUTOVALUTAZIONE DEI CRITERI

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, ponendo al centro il cioccolato di Modica IGP, 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 IGP con tutte le sue caratteristiche organolettiche, le tradizionali tecniche di produzione nel pieno rispetto delle caratteristiche qualitative dell'ambiente e del 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. Agli aspetti commerciali si uniscono le finalità di massimizzare le ricadute dell'intervento progettuale anche in ambito turistico, ragione per cui si è optato per il rafforzamento dell'iniziativa territoriale ChocoModica, affermato attrattore culturale, gastronomico e turistico e veicolatore delle specificità del bacino territoriale interessato.

Il programma promozionale individuato si sviluppa in un progetto integrato, articolato nelle seguenti azioni: realizzazione di una missione incoming nell'ambito della 14° edizione di ChocoModica, un evento di promozione dei prodotti agro-alimentari IGP anche attraverso la realizzazione di una mostra mercato esclusivamente dedicata alle 21 aziende certificate IGP dalla CSQA.

Obiettivo generale

Obiettivo primario perseguito è quello di promuovere il cioccolato di Modica 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 sua tradizionale genuinità 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, 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 gli attori del territorio che producono o valorizzano prodotti di qualità e il Cioccolato IGP, nonché tra i produttori di specialità tradizionali del territorio.

SOGGETTO PROPONENTE

Comune di Modica

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

SOGGETTO COLLABORATORE

Consorzio di tutela del cioccolato di Modica

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

Descrizione dell'iniziativa

1 Storicità dell'iniziativa

L'iniziativa proposta è alla 14[°] Edizione consecutiva dal 2005, svolgendosi nel 2018 all'insegna, per la prima volta, del riconoscimento della Indicazione Geografica Protetta, ottenuta il 18 ottobre 2018.

2 Idea progettuale

"ChocoModica"

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.

"Il cioccolato IGP: 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 dirimpettati agli 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 2019 è arrivato alla 14° edizione. Ogni anno la festa si arricchisce di nuove idee, nuove attività. Su questa linea, il presente progetto propone, in termini di consolidamento ed espansione.

A)– Missione Commerciale di Encoming

Si tratta della realizzazione di eventi per la valorizzazione dei prodotti del territorio tramite una **missione commerciale 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 5 operatori specializzati (tra buyers e fornitori così da assicurare almeno 3 incontri per azienda) provenienti dai paesi produttori di cacao e dai principali mercati di espansione nazionali e internazionali. I giornalisti saranno selezionati attraverso una accurata indagine condotta dal consorzio di tutela del cioccolato di Modica IGP, 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/fornitori saranno scelti ascoltando le indicazioni fornite dai produttori stessi e 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. La missione commerciale consente infatti di creare tutti i presupposti per l'effettuazione di una serie di incontri fra operatori reciprocamente interessati alle rispettive proposte commerciali. Inoltre, la missione commerciale incoming permette di far conoscere non solo i prodotti degli operatori economici ma anche le aziende che li producono, i metodi di lavorazione, la cultura e i valori aziendali, il capitale umano fattori critici di successo per ogni azienda.

Fatta questa premessa di ordine generale il *modus operandi* per l'organizzazione dell'evento – che come previsto dall'avviso prevede almeno 10 aziende produttrici beneficiarie dell'azione – è il seguente:

1. individuazione nella gamma dei prodotti di ogni azienda di quali devono/possono diventare oggetto di promozione nel mercato/paese in cui si intende attivare l'azione di promozione;
2. verifica nei mercati/paesi di eventuali barriere all'entrata (commerciali/sanitarie/religiose) per tali prodotti;
3. definizione dei possibili soggetti da invitare e che comporranno la delegazione ospite. Per tale azione ci si servirà di soggetti qualificati nell'ambito del marketing operativo che supporteranno il soggetto proponente nella costruzione della lista dei soggetti da invitare;
La scelta di tali soggetti (da effettuare nell'ambito delle diverse tipologie coerenti con i prodotti offerti dalle aziende siciliane) andrà comunque a ricadere nell'ambito dei buyers e degli giornalisti di settore.
4. Parallelamente alla definizione dei soggetti da invitare si procederà alla stesura di un programma della missione. Questi – sulla scorta delle precedenti esperienze del soggetto proponente –

dovranno mixare sapientemente i momenti di lavoro con i momenti di conoscenza del territorio che di fatto costituiscono un presupposto base per creare le migliori condizioni per creare rapporti di lavoro.

Il programma della Missione incoming:

1° giornata – 05 dicembre:

- arrivo della delegazione di giornalisti e buyers (pomeriggio del 05 dicembre)
- trasferimento presso hotel di categoria minimo 4 stelle

2° giornata – 06 dicembre:

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

3° giornata – 07 dicembre:

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

4° giornata – 08 dicembre:

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

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) - Mostra mercato

Anche questa azione si inserisce, a rafforzamento, consolidamento ed espansione, all'interno della manifestazione ChocoModica. L'obiettivo in questo caso è di 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 vuole 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 gli aspetti informativi promuovendo al contempo sistemi produttivi locali, tradizioni, tecniche produttive, tipicità ed evidenziando il legame dei prodotti con il

territorio di origine.

La puntuale organizzazione di un evento di questo genere infatti garantisce immediati ritorni di cassa atteso che il target presente lo è in quanto intenzionato all'acquisto.

Dunque le variabili chiave per la riuscita dell'evento sono:

- a. Presentare una gamma di prodotti diversificati che possa trovare dunque la soddisfazione di gusti diversi;
- b. La possibilità di presentarsi con prezzi competitivi non dovendo calcolare la quota di profitto destinata ai punti vendita;
- c. Una presentazione degli stand / spazi dedicata alla vendita uniforme, omogenea e dal gradevole impatto estetico;
- d. Una adeguata campagna promozionale a livello locale;
- e. La possibilità di prevedere anche momenti di intrattenimento negli spazi comuni al fine di prolungare la presenza del pubblico.

Sulla scorta della partecipazione di almeno 10 aziende produttrici del cioccolato di Modica certificate IGP, individuata la location dell'evento il piano di lavoro è il seguente:

1. Perfezionamento dell'iter autorizzativo, del pagamento delle concessioni e approntamento del piano di sicurezza e contestuale progettazione degli stand e pianificazione su planimetria degli spazi da occupare;
2. Realizzazione del progetto per raccolta delle adesioni (flyer o altro) con le condizioni di partecipazione;
3. Realizzazione e attuazione del piano promo-pubblicitario in uno con la programmazione degli eventi di intrattenimento.

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 fornita di tavoli e attrezzature da cucina idonee alla preparazione
- Area degustazione fornita di panche e tavolini
- 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
- 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

3.Coerenza rispetto al Piano di Azione del print approvato con DGR 192/2019

Il posizionamento obiettivo da sostenere è il cibo sicuro che fa bene". Il Piano di azione per il settore agroalimentare, intende spingere il posizionamento della produzione siciliana sul segmento del "cibo sicuro" secondo la filosofia del "buono e che fa bene" e per fare questo sarà necessario adottare e utilizzare tutti gli strumenti possibili, ciò nella consapevolezza che tale scelta sia vincente in molte delle aree estere obiettivo.

L'iniziativa come detto precedentemente mira a mettere in risalto un prodotto che negli ultimi anni oltre ad avere ottenuto il riconoscimento come primo ed unico cioccolato europeo a marchio IGP si è affermato come un prodotto salutistico sulla base di relazioni scientifiche, da ultimo sottoscritte dal Prof. Giorgio Calabrese eminente nutrizionista e dalla Prof.ssa Naomi Fisher della Università di Boston.

Con questo progetto si intende realizzare una serie di azioni in cui la particolarità del prodotto fortemente collegato alle peculiarità del suo territorio di produzione e la sua tradizionale genuinità ed unicità possono/devono essere "un unicum" da collocare su un mercato sempre più sensibile alla "diversità".

4.Coerenza della proposta rispetto alla produzione e commercializzazione del prodotto territoriale

Il progetto proposta si pone l'obiettivo di mettere in risalto gli aspetti produttivi del prodotto certificato IGP e di creare le condizioni per il rafforzamento della rete commerciale, attraverso la diffusione della conoscenza a livello regionale che a livello internazionale.

Il progetto mira a realizzare eventi che hanno l'obiettivo di migliorare il brand del prodotto cioccolato di Modica, attraverso le testimonianze degli stakeholder specializzati ed autorevoli, che hanno un fortissimo impatto mediatico.

5.Capacità di attrazione e promozione del territorio nell'ambito dell'integrazione delle attività produttive e/o turistiche e/o culturali"

L'evento rappresenta per il territorio una occasione per la creazione di una rete di offerta omogenea riguardante l'offerta turistica, culturale e produttiva.

I numeri degli anni passati hanno visto una crescita esponenziale di visitatori, che hanno potuto godere dei servizi integrati della città.

I risultati sono frutto del fatto che il prodotto all'interno dell'evento, sempre più conosciuto nel mondo, diventa attrattore turistico. Confermando l'assunto secondo cui Modica viene riconosciuto nel mondo tramite il suo cioccolato. Per effetto di tale riconoscimento a pieno titolo Modica è stata denominata "Capitale Europea del Cioccolato".

Per lo sviluppo della promozione del territorio e della sua rete saranno sviluppate 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 nei punti vendita, a scegliere consapevolmente.

Gli obiettivi specifici sono individuati rispetto a due macro-azioni: informazione e promozione.

Attività di informazione

- Informare sulle caratteristiche peculiari del cioccolato di Modica IGP
- Informare su temi di interesse, quali: caratteristiche organolettiche, sicurezza

alimentare, qualità certificata e specificità dei metodi di produzione;

- 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 della barretta del cioccolato di modica nell'ottica della valorizzazione del territorio d'origine ad essa associata;
- Promuovere l'educazione al buon cibo
- Promuovere il legame tra il cioccolato e le risorse turistiche e culturali del territorio Patrimonio Unesco.

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 IGP;
- valorizzare il territorio di produzione e la sua valenza turistica e naturalistica.

Presidio dei Social Network

Il cioccolato di Modica IGP **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 IGP.

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.

6.Cofinanziamento pubblico o privato anche attraverso la fornitura di beni e servizi

A fronte del progetto complessivo pari a 40.000 euro il cofinanziamento deliberato dal comune è pari a 4.001,00 euro come da delibera.