



ISTITUTO REGIONALE DEL VINO E DELL'OLIO
Ente di ricerca della Regione Siciliana

DELIBERA COMMISSARIALE N° 1 DEL 6/10/44

OGGETTO:

Progett. "Fish seed Wine -
Exaltado made in Sicily"



Il Commissario Straordinario

- VISTA** la L.R. n. 64 del 18 luglio 1950 - Istituzione in Sicilia dell'Istituto Regionale della Vite e del Vino - e successive modifiche ed integrazioni;
- VISTO** l'art. 35 della L.R. n. 2 dell'8 febbraio 2007 relativo al riconoscimento di questo Istituto quale Ente di Ricerca della Regione Siciliana;
- VISTA** la L.R. 8/2000, la L.R. 10/2000, la L.R. 4/2003, la L.R. 17/04 e la L.R. 19/2005;
- VISTE** le delibere del Consiglio di Amministrazione dell'Ente n. 107 del 1 ottobre 2009 e n. 3 del 22 gennaio 2010 con le quali è stato approvato il Regolamento di Organizzazione;
- VISTA** la L.R. n. 25 del 24 novembre 2011;
- VISTA** la L.R. n. 9 del 15 maggio 2013;
- VISTO** il D. Lgs. n. 33/2013
- VISTO** il D. Lgs. n. 39/2013
- VISTA** la L.R. n. 5 del 28 gennaio 2014
- VISTA** la L.R. n. 13 dell'11 giugno 2014
- VISTA** la L.R. n. 21 del 12 agosto 2014
- VISTA** la deliberazione n.2 del Commissario Straordinario dell'Ente con la quale il dott. Lucio G. Monte viene nominato Direttore Generale dell'Istituto Regionale del Vino e dell'Olio approvata dall'Assessorato Regionale delle Risorse Agricole e Alimentari con nota n. 20060 del 17.6.2013 ;
- VISTO** il D.P. n.256/Servizio 1°/S:G: del 3 settembre 2014, con il quale il sig. Antonino Di Giacomo Pepe è nominato Commissario Straordinario dell'IRVO, fino alla ricostituzione del Consiglio di amministrazione dell'Ente e comunque per un periodo non superiore a mesi sei dalla data di adozione del predetto Decreto;
- VISTA** la nota prot. n. 6261 del 22/01/2014 dell'Assessorato Regionale dell'Agricoltura, dello Sviluppo Rurale e della Pesca Mediterranea – Dipartimento Regionale dell'Agricoltura - con la quale si autorizza, tra l'altro, la gestione dei capitoli per i progetti finanziati dalle misure comunitarie;
- VISTO** il Bando di attuazione della misura 3.4 "Sviluppo di nuovi mercati e campagne rivolte ai consumatori" pubblicato dall'Assessorato Regionale dell'Agricoltura, dello Sviluppo Rurale e della Pesca Mediterranea, Dipartimento della Pesca Mediterranea;
- VISTO** l'art.4, comma 2 del bando che prevede che le domanda di partecipazione, devono essere inoltrata al Dipartimento della Pesca Mediterranea, entro il termine perentorio di 45 giorni a decorrere dal primo giorno successivo alla data di pubblicazione del decreto di approvazione del presente bando sulla Gazzetta Ufficiale della Regione Siciliana.
- CONSIDERATO** che il bando è stato pubblicato sulla GURS n. 32 dell'08/08/2014;
- CONSIDERATO** che con decreto D.D.G. n. 589/P del 16/09/2014, il Dirigente Generale del Dipartimento alla Pesca autorizza la proroga di giorni 15 rispetto i termini previsti sulla GURS n.32/2014;
- RITENUTO** di presentare una propria proposta progettuale che prevede la promozione del pescato con i vini di Sicilia nell'ambito della partecipazione alla London Wine Fair 2015;
- CONSIDERATO** che la scadenza per la presentazione è il 7 ottobre 2014 e che pertanto per consentire la partecipazione al bando, occorre dare immediatamente esecutività alla presente deliberazione;

VISTA la proposta progettuale allegata e facente parte integrante della presente deliberazione;
RITENUTO di delegare, a ciò autorizzandolo, il Direttore Generale dell'IRVO alla sottoscrizione di tutti gli ulteriori e successivi atti relativi alla partecipazione al bando ed alla realizzazione del progetto.

DELIBERA

Art. 1) Partecipare al Bando di attuazione della misura 3.4 "Sviluppo di nuovi mercati e campagne rivolte ai consumatori" pubblicato dall'Assessorato Regionale dell'Agricoltura, dello Sviluppo Rurale e della Pesca Mediterranea, Dipartimento della Pesca Mediterranea sulla GURS n. 32 dell'08/08/2014, in base alla proposta progettuale allegata alla presente deliberazione che prevede la promozione del pescato con i vini di Sicilia nell'ambito della partecipazione alla London Wine Fair 2015;

Art.2) Delegare, a ciò autorizzandolo, il Direttore Generale dell'IRVO alla sottoscrizione di tutti gli ulteriori e successivi atti relativi alla partecipazione al bando ed alla realizzazione del progetto.

La presente deliberazione, che è immediatamente esecutiva, verrà trasmessa, a norma di legge, all'Organo di Vigilanza di questo Istituto.

Il Commissario Straordinario
Antonino Di Giacomo Pepe

Visto per la legittimità
(ex art. 20 L.R. 19\05)
Il Direttore Generale
Dott. Lucio Giuseppe Monte

Lucio G. Monte

15 OTT 2014
IL PRESENTE DOCUMENTO
E' COPIA CONFORME ALL'ORIGINALE

*compilato e sottoscritto
compilato Pepe*

RELAZIONE TECNICA DESCRITTIVA DEI CONTENUTI PROGETTUALI

Richiedente	ISTITUTO REGIONALE DEL VINO E DELL'OLIO
Tipologia di intervento	A) Realizzazione di campagne di promozione regionali, nazionali o transnazionali dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura.

1. Obiettivi

La proposta è mirata alla realizzazione di una campagna di promozione incentrata sul connubio tra il pescato e il vino siciliano, due prodotti che verranno proposti nelle loro diverse identità in un abbinamento insolito ed innovativo.

Le attività promozionali previste dal progetto *"Fish and Wine. Excellences Made in Sicily"* di cui alla presente proposta, saranno realizzate sul mercato inglese in contemporanea con l'evento fieristico: *London Wine Fair (18-20 maggio 2015)*.

L'Istituto Regionale del Vino e dell'Olio, forte della sua esperienza nella promozione del vino siciliano, avrà così l'occasione di sfruttare la notorietà del brand Sicilia nel settore enologico, per attivare una comunicazione mirata a sottolineare la proprietà nutrizionali e di qualità di tutto il pescato siciliano ed evidenziare quanto la pesca in Sicilia abbia svolto da sempre un ruolo fondamentale nel contesto economico, sociale e culturale dell'isola, oltre a rappresentare un importante bacino occupazionale.

Promuovere il pescato di Sicilia significa tutelare le tradizioni e tramandare l'identità di un popolo e di un territorio che ha fondato nel mare parte della propria storia e delle sue risorse.

Il connubio tra terra e mare, tra vino e pesce, costituirà il fulcro della proposta progettuale in una architettura di incontri a tema, laboratori di gusto dedicati a giornalisti, operatori e ristoratori con l'obiettivo di aprire nuovi ed importanti sbocchi di mercato.

Obiettivi del progetto sono:

- La valorizzazione del settore della pesca siciliana; punto di riferimento di uno dei comparti economici più importanti del territorio;
- La valorizzazione e la promozione del pescato siciliano, ponendone in risalto caratteristiche e qualità in particolare dei prodotti dell'industria ittica conserviera ;
- La diffusione di una nuova cultura del consumo delle specie ittiche siciliane;

2. Contenuti progettuali di dettaglio

Descrivere dettagliatamente gli interventi previste in progetto e le fasi di attuazione, coerentemente con le linee di intervento di riferimento.

Il progetto di cui alla presente proposta si articola in 2 fasi di attuazione:

1. definizione contenuti di comunicazione, progettazione e realizzazione dei materiali info-divulgativi di supporto
2. realizzazione degli eventi

2.1 Definizione contenuti di comunicazione e progettazione dei materiali info-divulgativi di supporto

Alla base delle azioni previste dal progetto c'è una "alleanza" tra il Pescato Siciliano e al vino di qualità, testimonial dell'eccellenza eno-gastronomica dell'isola.

Tutta l'attività di comunicazione sarà caratterizzata da una immagine coordinata che si evidenzierà negli allestimenti, nella realizzazione dei materiali info-divulgativi di supporto, nella stesura dei messaggi per i consumatori e per la stampa.

L'attività di comunicazione sarà definita in modo strategico al fine di rispondere alle seguenti finalità

- promuovere il Pescato siciliano sul mercato inglese, uno dei mercati più rappresentativi a livello internazionale;
- attualizzarne i consumi, migliorando la comunicazione sul consumatore finale;
- incentivarne l'utilizzo accostando al pesce altri prodotti d'eccellenza e ad alto contenuto simbolico e di immagine della Sicilia;
- valorizzare i valori identitari, storici, culturali ed antropologici;
- definirne, anche giornalmente, il profilo organolettico con tutti i suoi effetti salutistici e nutrizionali che, specificatamente, connotano le risorse ittiche dei nostri mari.

La scelta strategica e ad alto contenuto comunicativo di abbinare il pesce al vino rappresenta un elemento di innovazione significativo, in grado di innalzare il potenziale di immagine e di affermare con più forza l'elemento identitario e regionale del nostro pescato, anche sul mercato estero proposto.

L'obiettivo infatti è quello di superare i limiti dati da una minore capacità comunicazionale e immaginifica di un comparto "povero" quale è quello della pesca, accostandolo alla più forte e strutturata filiera produttiva dell'agro-alimentare della Sicilia, quella del vino di qualità. L'autorevolezza qualitativa ed il prestigio internazionale del vino siciliano al servizio di un settore vitale e strategico quale è quello della Pesca che interviene non solo sulle economie locali dell'isola ma anche sull'equilibrio dell'eco-sistema costiero e per la salvaguardia della nostra cultura gastronomica e di tradizione della Sicilia.

Questa scelta consente di moltiplicare gli effetti comunicativi e di attenzione mediatica su un platea di operatori dell'informazione (generalista e specialistica), delle professioni e del commercio internazionale, della ristorazione e del pubblico, che, nella scelta di accostamento, non ha precedenti all'estero.

Partendo da queste premesse nel corso della prima fase saranno definiti nel dettaglio i contenuti dei messaggi da comunicare procedendo alla raccolta del materiale fotografico e alla definizione dei testi per brochure e altri supporti info-divulgativi, procedendo a una differenziazione sulla base dei mercati target delle attività promozionali.

2.2 Realizzazione degli eventi

London Wine Fair rappresenta sicuramente la fiera più importante inglese dedicata al mondo del vino internazionale di qualità. Basta analizzare i dati finali dall'ente organizzatore dell'evento fieristico di Londra, Brintex Events, che mostrano numeri sempre crescenti sia di visitatori, quasi tutti professionisti del settore, che di espositori e della loro internazionalità.

Non è poi da sottovalutare la presenza di un elevato numero di testate giornalistiche generaliste e specializzate nonché la quantità e la qualità dei giornalisti che vi lavorano.

Piazze mediatiche, quindi, imprescindibili per creare valore aggiunto in comunicazione e, in mercati che, se ben stimolato, possono sposare l'accostamento pesce/vino e contribuire a condizionare le scelte dei consumatori nelle principali economie avanzate.

Il London Wine Fair che si svolgerà a Londra dal 18 al 20 maggio 2015, è oggi la fiera inglese leader nel settore dei vini e dei liquori internazionali. Il numero degli espositori è cresciuto nel tempo (nell'edizione 2014 ha contato 763 espositori con 2904 produttori di 36 Paesi).

In considerazione dei livelli di esportazione vinicola italiana in Inghilterra, il mercato inglese è per le aziende italiane uno dei maggiori punti di riferimento, in termini di valore, per il loro export.

Inoltre la partecipazione alla manifestazione inglese di qualificati buyers mondiali fanno del London Wine Fair uno dei maggiori appuntamenti internazionali del settore per gettare solide basi per futuri accordi commerciali.

L'attività proposta si concretizza nella realizzazione di:

- azioni di promozione e di animazione "Fish and Wine, Excellens Made in Sicily" presso lo spazio espositivo dedicato alla Sicilia
- azioni pubblicitarie e promozionali da attuare nei tre giorni in fiera, incluso un evento specifico di abbinamento vino e pescato di Sicilia nella Pillar Room di Olympia a cui saranno inviati 4.500 operatori del settore Ho.Re.Ca.

Si prevedono pieghevoli con la presentazione dell'iniziativa con l'elenco delle aziende conserviere presenti e le informazioni nutrizionali di alcune ricette siciliane a base di pesce.

L'attività di promozione sarà accompagnata da una specifica attività di informazione e comunicazione rivolte al mondo giornalistico (generalista e specializzato).

3. Caratteristiche progettuali con riferimento ai *criteri di ammissibilità* previsti dal bando

a) Interesse comune

Descrivere in che modo gli interventi progettuali proposti determinano un interesse comune o di un gruppo di beneficiari o della popolazione in generale.

Gli interventi progettuali rispondono all'obiettivo specifico della misura che è destinata all'attuazione di una politica di "valorizzazione e promozione" nonché allo "sviluppo di nuovi mercati per i prodotti della pesca", sfruttando l'effetto di traino di altri prodotti d'eccellenza di alto contenuto simbolico e di immagine della Sicilia.

Le azioni proposte, come più volte sottolineato nei paragrafi precedenti, individuano il proprio interesse comune nella promozione del "Pescato siciliano" sui mercati più rappresentativi a livello internazionale. Gli obiettivi specifici sono rintracciabili nel miglioramento della comunicazione sul consumatore finale; nella valorizzazione dei valori identitari, storici, culturali ed antropologici e nella divulgazione del profilo organolettico con tutti i suoi effetti salutistici e nutrizionali connotano le risorse ittiche dei nostri mari l'interesse comune.

b) Ricaduta del progetto

Specificare la localizzazione degli interventi progettuali, la ricaduta sul territorio nazionale e/o transnazionale, o l'interesse su tutto il territorio regionale e/o interregionale di riferimento.

Gli interventi progettuali saranno realizzati sul territorio europeo (Londra, Regno Unito). I risultati attesi avranno ricadute positive a livello regionale non soltanto sul settore della pesca e dell'industria ittica conserviera ma sul settore della gastronomia in generale, con la possibilità di incrementare le opportunità commerciali sui mercati target individuati.

c) Prodotti ittici promossi

Specificare i prodotti ittici oggetto dell'attività di promozione, evidenziando l'assenza di denominazioni commerciali e il riferimento a zone geografiche o paesi specifici, fatta eccezione per i prodotti riconosciuti ai sensi del Regolamento (CE) n. 510/2006.

Pesce confezionato:

filetti di alici;

filetti e tranci di tonno e di sgombro all'olio di oliva;

carpaccio di pesce spada e di tonno;

pesce spada e tonno affumicato;

paté di pesce spada e di tonno prodotti ittici da farcitura;

preparati ittici per condimenti.

d) Ricaduta commerciale diretta

Evidenziare la mancanza di ricaduta commerciale diretta. In caso contrario, stimare il profitto che potrebbe generarsi in fase di attuazione del progetto.

L'allegato progetto prevede l'attuazione di una serie di azioni di sui tre maggiori mercati europei, volte alla promozione delle caratteristiche qualitative dei prodotti dell'industria ittica conserviera. Sicuramente tra gli obiettivi di lungo periodo c'è il miglioramento dell'interscambio commerciale con l'estero, attraverso il passaggio da una impostazione tradizionale dell'attività delle imprese selezionate, legate spesso soltanto a un mercato locale c/o regionale, a una gestione strategica dell'impresa *market-oriented*

in grado di rafforzare il livello di apertura, di internazionalizzazione dei prodotti, di raggiungimento di nuovi mercati e di soddisfacimento dei bisogni dei consumatori.

Trattandosi comunque di attività di tipo informativo e divulgativo su un prodotto e non su un marchio commerciale specifico, non potrà esserci una ricaduta commerciale diretta, semmai indiretta legata a un incremento del livello di notorietà dei prodotti protagonisti degli eventi proposti.

4. Caratteristiche progettuali con riferimento ai criteri di selezione previsti dal bando

Fornire gli elementi di dettaglio necessari all'attribuzione del punteggio di merito in base ai criteri di selezione di cui al paragrafo 11 del Bando.

Criteri di selezione		(A) Peso	Condizione	(B) Valore	(AxB) Punti
A)	Operazioni volte alla realizzazione di campagne di promozione regionali, nazionali o transnazionali dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura	3	NO	0	30
			SI	10	
F)	Operazioni volte alla certificazione di qualità, compresa la creazione di etichette e la certificazione dei prodotti catturati o allevati con metodi di produzione rispettosi dell'ambiente	4	NO	0	
			SI	10	
H)	Realizzazione di indagini di mercato	3	NO	0	
			SI	5	
I)	Operazioni finalizzate alla partecipazione a fiere	3	NO	0	
			SI	5	

5. Cronoprogramma¹

Fasi del progetto	Mesi			Costo (€)
	Aprile	Maggio	giugno	
1. definizione contenuti di comunicazione e progettazione dei materiali info-divulgativi di supporto	x	x		50.000
2. realizzazione eventi		x		50.000
Totale				100.000

Allegato si trasmette Preventivo della LONDON WINE FAIR OLYMPIA, prot.IRVO n. 9824 del 6/10/2014

Palermo, li 06 OTT. 2014

- 6 OTT. 2014



**IL PRESENTE DOCUMENTO
E' COPIA CONFORME ALL'ORIGINALE**

Richiedente²
Il Commissario Straordinario
Istituto Regionale del Vino e dell'Olio
Dr. Antonino Di Giacomo Pepe

¹ Per ogni fase del progetto, segnare i rispettivi tempi di realizzazione e indicare il costo.

² Timbro e firma non autenticata del legale rappresentante del soggetto richiedente il contributo, con allegata copia fotostatica del documento di identità in corso di validità.

PIANO DEGLI INVESTIMENTI

RICHIEDENTE	Istituto regionale del Vino e dell'Olio - Palermo
--------------------	---

VOCI DI COSTO	DESCRIZIONE ¹	IMPORTO ²
a) Costi per agenzie pubblicitarie e altri fornitori di servizi nell'ambito della preparazione e della realizzazione delle azioni		
b) Acquisto o affitto di spazi per iniziative affidate ai mass media, la creazione di slogan o di marchi, per la durata delle azioni	Area allestita nel Padiglione Italiano di circa 70 mq inclusiva di postazioni per 10/12 aziende, area istituzionale e magazzino. Inclusi nel costo: calici, personale, trasporto, campioni, allacciamenti elettrici	50.000,00
c) Spese per le pubblicazioni e il personale esterno necessari per le azioni		
d) Costi per l'organizzazione e la partecipazione a fiere ed esposizioni	azioni di promozione e di animazione "Fish and Wine, Excellens Made in Sicily" presso lo spazio espositivo dedicato alla Sicilia	50.000,00
	azioni pubblicitarie e promozionali da attuare nei tre giorni in fiera, incluso un evento specifico di	

¹ Sintetizzare le caratteristiche del bene o servizio e indicare i riferimenti del preventivo per ciascun bene o servizio (fornitore, numero e data del preventivo). Per i costi del personale e le consulenze esterne specificare, la qualifica, le giornate lavorative/uomo e il costo giornaliero.

Il numero di righe è orientativo: eliminare o aggiungere nuove righe a piacimento.

² Gli importi devono essere indicati al netto dell'IVA, se recuperabile dal beneficiario, ovvero inclusa IVA, se non recuperabile e realmente e definitivamente sostenuta.

	abbinamento vino e pescato di Sicilia nella Pillar Room di Olympia a cui saranno inviati 4.500 operatori del settore Ho.Re.Ca.	
	Stampa locandine e materiale pubblicitario	
e) Altro (specificare)		
Subtotale		
f) Spese generali (max 12%)		
TOTALE		100.000

Specificare se le spese per le quali si richiede la concessione del contributo sono assoggettabili a regime IVA:

recuperabile

esente ai sensi della seguente base giuridica: Art.196 Direttiva 2006/112/EC

Contributo richiesto: € 100.000,00

Luogo e data PALERMO 06 OTT. 2014

Il Richiedente³

Il Commissario Straordinario
Istituto Regionale del Vino e dell'Olio
Dr. Antonino Di Giacomo Pepe

**IL PRESENTE DOCUMENTO
E' COPIA CONFORME ALL'ORIGINALE**

- 6 OTT. 2014

*campi da 2
accanto campo
pepe*

³ Timbro e firma non autenticata del legale rappresentante del soggetto richiedente il contributo, con allegata copia fotostatica del documento di identità in corso di validità.