



Camera di Commercio
Piacenza



VERBALE N.7

GIUNTA CAMERALE

DELIBERAZIONE N. 85 DEL 8 ottobre 2019

PROGRAMMA INTEGRATO INTERNAZIONALIZZAZIONE 2019. ESAME ED APPROVAZIONE

L'anno **2019**, il giorno **8** del mese di **ottobre** alle ore **09:30** nella sede della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Piacenza, a seguito di regolare convocazione, si è riunita la Giunta Camerale con l'intervento dei Signori in appresso indicati:

PARIETTI ALFREDO	- PRESIDENTE
CELLA FILIPPO	- in rappresentanza del settore Industria
CREMONESI GIOVANNI LUIGI	- in rappresentanza del settore Agricoltura
MAINI MARIA LUISA	- in rappresentanza del settore Artigianato
NEGRI DANIEL	- in rappresentanza del settore Servizi alle Imprese

Presiede la riunione il Rag. ALFREDO PARIETTI

Presenziano alla riunione i Revisori dei Conti: ANCESCHI LUIGI
VISCONTI VALENTINA

Hanno giustificato l'assenza:

Assiste come Segretario il Dr. ALESSANDRO SAGUATTI, Segretario Generale della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Piacenza

Il Presidente ricorda che ogni anno Unioncamere Emilia Romagna predispone un programma composto di numerose iniziative finalizzate all'internazionalizzazione delle aziende regionali. Tutte e tre le proposte progettuali saranno realizzate in sinergia con la Regione Emilia-Romagna, Assessorato Attività Produttive e Assessorato Agricoltura Caccia e Pesca e si configurano in continuità con le attività realizzate nel corso del 2019 con la stessa Regione Emilia-Romagna. Il programma per il 2019 si compone delle seguenti proposte:



1. “ITALIAN FASHION VERSO DUBAI 2020 – seconda annualità

Il progetto mira a sviluppare una serie di iniziative a carattere promozionale, nell’arco temporale dell’anno 2020, che valorizzino l’alta qualità delle maestranze emiliano-romagnole del settore, in linea con gli obiettivi del progetto della “Fashion Valley” promosso dalla Regione Emilia-Romagna che punta ad aumentare il valore del prodotto Made in Italy e a ricostruire la conoscenza dell’esperienza e del know-how delle imprese emiliano-romagnole.

Settore produttivo regionale target: imprese operanti nel settore fashion nel suo complesso ed appartenenti ai comparti: tessile; abbigliamento uomo; abbigliamento donna; abbigliamento bambino; capi in pelle; pellicce; scarpe; borse e cinture; accessori; occhiali; cappelli; guanti; intimo; abbigliamento professionale; bijoux; tessuti per la casa; tessuti innovativi e biologici.

Settori di destinazione nel paese target: principalmente il canale distributivo di prodotti fashion, intesi nella loro accezione più ampia di total look, comprendendo quindi: intermediari del settore abbigliamento; catene di negozi; buyer di grandi distribuzioni organizzate; negozi specializzati; specialisti di abbigliamento tecnico da lavoro; responsabili acquisti di shop all’interno di grandi alberghi/catene; imprenditori del settore.

Le attività previste si sviluppano in un arco temporale di 13 mesi (novembre 2019 > novembre 2020) e prevedono le seguenti azioni:

Azione 1 – Promozione della proposta progettuale

Verranno realizzati specifici incontri presso le sedi camerali e presso il Centergross di Bologna, per presentare ed illustrare l’intero percorso alle aziende potenzialmente interessate, supportati da un’ampia campagna di comunicazione attraverso i canali camerali (social e web) e dei Partner di progetto. Al termine della promozione territoriale si procederà con la raccolta delle candidature, quindi, sulla base di una prima verifica condotta in collaborazione con il partner in loco, si procederà ad una eventuale scrematura delle adesioni.

Tempistica: novembre 2019 – gennaio 2020.

Azione 2 – Assistenza personalizzata alle aziende partecipanti: informazioni e laboratori funzionali

Si svolgeranno, presso la sede di Unioncamere Emilia-Romagna e presso le singole sedi aziendali, eventi informativi e laboratori personalizzati per fornire risposte puntuali e diversificate alle aziende partecipanti, con due diverse modalità:

a) per le aziende che non hanno partecipato alla prima annualità del progetto si prevedono incontri personalizzati finalizzati ad identificarne gli obiettivi e a fornire gli strumenti necessari; check-up per approfondire la conoscenza della produzione aziendale, la presenza sui mercati internazionali e l’individuazione delle potenzialità/criticità sulle quali effettuare interventi mirati; supporto durante tutte le fasi progettuali;

b) per le aziende che hanno partecipato alla prima annualità del progetto si prevedono laboratori e assistenza personalizzati durante tutte le fasi del progetto, per facilitare una loro presenza stabile sul mercato.

Sarà inoltre svolta un’attività di coordinamento generale per garantire una visione omogenea rispetto alle attività da svolgere ed alle finalità da perseguire, unitamente ad un’azione di follow-up per verificare l’andamento del progetto e la soddisfazione delle aziende.

Tempistica: febbraio>novembre 2020

Azione 3 – Promozione e consulenza di immagine e accordi per l’avvio di un marketplace operante in medio oriente



Nel periodo marzo-novembre 2020 verranno fornite alle aziende partecipanti informazioni su come impostare, sostenere e promuovere l'immagine dei prodotti, finalizzate all'avvio di accordi per un posizionamento temporaneo dei brand aziendali in un marketplace operante in Medio Oriente (es. Namshi e TheModist).

Si valuterà inoltre la realizzazione di alcune attività collegate al tema della logistica, quali l'avvio di una trattativa con almeno un operatore logistico per definire condizioni e costi del servizio per il gruppo di aziende emiliano-romagnole.

Verranno altresì realizzate attività volte a promuovere all'estero il brand di progetto, anche attraverso il coinvolgimento di "fashion influencer" locali.

Azione 4 – Organizzazione di incontri B2B

Nel periodo marzo-aprile 2020 verrà organizzata una missione commerciale negli EAU (Dubai e/o altra città) per incontri b2b con operatori di settore fashion. I partner da incontrare saranno precedentemente ricercati, valutati e contattati per presentare il progetto e invitarli a conoscere direttamente le aziende e i loro prodotti.

Azione 5 – Evento a Expo Dubai

Nel periodo ottobre-novembre 2020 verrà realizzato un evento a Dubai, durante "Expo Dubai 2020". Si ipotizza la realizzazione di una sfilata di moda o di un altro evento che consenta di promuovere, in maniera innovativa, i brand/prodotti delle aziende partecipanti, anche con il supporto degli influencer, il tutto supportato da un'adeguata campagna di comunicazione.

Azione 6 – Attività di comunicazione

Durante l'intero progetto verranno utilizzati sia il brand di progetto già elaborato nella prima annualità, sia strumenti di comunicazione consoni a ciascuna azione e strategie di promozione incisive e condivise che mirino ad aumentare efficacemente la visibilità delle produzioni delle aziende partecipanti.

Costi del progetto e quote forfetarie a carico delle imprese

Il costo complessivo del progetto, per la partecipazione di 20 imprese, è pari ad euro 159.960,00 oltre IVA. Il mancato raggiungimento di almeno 8 imprese nel totale delle attività del progetto determina l'annullamento dello stesso. **A carico di ciascuna Camera di commercio** è previsto un **contributo minimo** fisso **di partecipazione** al progetto di **euro 1.000,00 ed un ulteriore contributo** integrativo **pari ad euro 2000,00/azienda** in base al numero di imprese partecipanti per singola provincia.

La quota forfetaria di partecipazione a carico di ciascuna impresa è pari ad euro 2.000,00 oltre IVA.

2. "FOOD IS AN ART FORM: L'EMILIA ROMAGNA SI GUSTA IN CANADA"

L'obiettivo strategico del progetto è di consolidare il posizionamento del comparto agroalimentare made in Emilia-Romagna sul mercato canadese, agendo sull'intero processo di internazionalizzazione ed attivando partnership commerciali strategiche sui territori target. Gli obiettivi specifici mirano a facilitare l'accesso al mercato canadese per un nuovo paniere di prodotti e a sostenere il processo di radicamento delle aziende agroalimentari già presenti, agendo sia attraverso il canale Retail, sia attraverso il canale Ho.Re.Ca.

Settore produttivo regionale target

Nel rispetto degli obiettivi specifici, due sono le tipologie di produzioni individuate, alle quali saranno dedicate specifiche azioni:

1. prodotti ottenuti da agricoltura biologica, prodotti per celiaci, prodotti vegani, prodotti lattiero-caseario (nuovi prodotti da inserire sul mercato canadese);
2. prodotti a denominazione d'origine e indicazione geografica protetta (DOP, IGP, STG), prodotti ottenuti da agricoltura integrata a marchio QC Qualità Controllata, prodotti



tradizionali (PAT), prodotti di panetteria/da forno/pasticceria, pasta, prodotti conservati, condimenti, marmellate e composte, caffè, cioccolato (prodotti già presenti sul mercato canadese).

Settori di destinazione nel paese target

Il progetto avrà come target di destinazione principalmente il canale distributivo di prodotti agroalimentari, comprendendo pertanto: buyer di grandi distribuzioni organizzate, distribuzione moderna, catene di negozi, negozi specializzati, importatori/distributori, canale HO.RE.CA, ristorazione tradizionale e commerciale, gastronomie, indipendenti.

Le attività previste si sviluppano in un arco temporale di 13 mesi e prevedono le seguenti azioni, con il coinvolgimento di minimo 8 e massimo 12 imprese regionali:

Azione 1 – Sensibilizzazione e primi orientamenti

Tra novembre e dicembre 2019 verranno realizzati incontri, presso le sedi camerali, per presentare ed illustrare l'intero percorso alle aziende potenzialmente interessate, nonché per offrire i primi orientamenti al mercato canadese. Gli incontri saranno supportati da un'ampia campagna di comunicazione attraverso i canali camerali (social e web) e quelli degli altri Partner di progetto. Si procederà poi con la raccolta delle candidature e, sulla base di una prima verifica condotta in collaborazione con il partner in loco, ad una eventuale scrematura delle adesioni.

Azione 2 – Accesso al mercato per prodotti biologici e/o lattiero-caseari

Nel periodo gennaio-ottobre 2020 si realizzeranno quattro fasi tra loro correlate temporalmente:

1. mappatura della domanda e selezione delle categorie di prodotti a maggiore potenzialità di mercato;
2. selezione dei partner commerciali (minimo 3 buyer/distributori canadesi); il numero di operatori canadesi potrebbe aumentare nel caso si confermasse l'azione di co-marketing con Fiere di Parma;
3. incoming dei partner commerciali (in fase di valutazione se in occasione di "Cibus" Parma 11-14 maggio 2020) per incontri diretti con le aziende, visite aziendali/industriali di approfondimento ed attività di debriefing finale con il team di progetto;
4. programmazione ordini e successiva attività di market test a cura dei buyer/distributori canadesi.

Le fasi 1, 2 e 4 si svolgeranno in Canada (Province del Québec e della British Columbia) mentre la fase 3 si svolgerà invece in Emilia-Romagna.

Azione 3 – Partecipazione alla manifestazione fieristica "S.I.AL. Canada"

Sarà prevista una partecipazione in collettiva alla manifestazione fieristica internazionale "S.I.AL. Canada" che si svolgerà a Montréal (Palais des Congrès) dal 15 al 17 aprile 2020. La partecipazione sarà prevalentemente rivolta alle aziende già presenti sul mercato canadese e pertanto strettamente correlata alle azioni di market-push previste nella successiva azione. Verranno altresì realizzate attività di b2b (distributori, Ho.Re.Ca.) e di branding territoriale.

Azione 4 – Attività di market-push per prodotti già presenti sul mercato canadese

Nel periodo aprile-giugno 2020 si realizzerà, in entrambe le Province canadesi, un'attività di market-push in co-marketing con gli importatori/distributori rivolta alle aziende già presenti in Canada. Le azioni saranno indirizzate sia al canale Retail sia al canale Ho.Re.Ca. (per quest'ultimo canale limitatamente alla provincia del Québec), valorizzando gli eventi previsti nel programma nazionale "The Authentic Italian Taste". Le azioni per il canale Retail includono degustazioni guidate in rete di boutique alimentari/negozi specializzati/corner GDO e masterclass per chef/Scuole di cucina. L'attività di market-push per il canale Ho.Re.Ca. in Québec, collegata alla manifestazione fieristica "S.I.AL.



Canada, include un mese di market-push dei prodotti già presenti sul mercato in un gruppo di ristoranti dell'area metropolitana di Montréal e di Québec City.

Azione 5 – Attività di follow-up e disseminazione dei risultati conseguiti

Nel periodo ottobre-novembre 2020, al termine delle attività previste, verranno effettuati degli interventi mirati di follow-up sui risultati raggiunti e sui contatti avviati. L'attività di follow-up prevedrà azioni di ricontatto/verifica con le imprese locali incontrate in occasione delle azioni realizzate. Per ciascuna impresa coinvolta sarà effettuata un'attività personalizzata di "debriefing", attraverso incontri one-to-one. Verrà altresì redatto un report finale con le indicazioni sia dei risultati conseguiti sia degli eventuali ostacoli che non hanno consentito lo sviluppo di trattative commerciali. Si svolgerà infine un'attività di disseminazione dei risultati conseguiti, che saranno veicolati tramite gli strumenti di comunicazione dei partner per darne opportuna diffusione.

Costi del progetto e quote forfetarie a carico delle imprese

Il costo complessivo del progetto, per la partecipazione di 12 imprese, è pari ad euro 125.000,00 oltre IVA. Il mancato raggiungimento di almeno 8 imprese nel totale delle attività del progetto determina l'annullamento dello stesso. **A carico di ciascuna Camera di commercio** è previsto un **contributo minimo** fisso di **partecipazione** al progetto di **euro 1.000,00 ed un ulteriore contributo** integrativo **pari ad euro 2.000,00/azienda** in base al numero di imprese partecipanti per singola provincia. La quota forfetaria di partecipazione a carico di ciascuna impresa è pari ad euro 2.000,00 oltre IVA.

3. DELIZIANDO E TURISMO ENOGASTRONOMICO DI QUALITÀ (Paesi obiettivo: Regno Unito, Germania, Canada, Giappone, Italia).

ATTIVITA' PREVISTE

- attività di comunicazione a supporto della kermesse itinerante "Tramonto di Vino 2019". Giunta alla 14^a edizione, in collaborazione con Ass. Agricoltura, AIS Emilia e AIS Romagna, Enoteca Regionale, i Consorzi di tutela, le Scuole di Cucina regionali. Dieci le tappe previste, di cui per la prima volta una all'estero: Milano Marittima (18.07), Imola (31.07), Forlimpopoli (04.08), Cesenatico (08.08), Ferrara (04.09), Piacenza (07.09), Fontanellato PR (14.09), Scortichino FE tappa della solidarietà (21.09), F.I.CO. (20.10) e Francoforte (15.11). Il format classico della spettacolarizzazione dei prodotti sarà affiancato in questa edizione da alcune novità finalizzate a coinvolgere le imprese regionali selezionate dai rispettivi Consorzi di tutela e il pubblico presente;
- supporto alla realizzazione delle attività, presenza in loco e coinvolgimento di un gruppo di aziende emiliano-romagnole in occasione degli eventi che l'Ass. Agricoltura realizzerà in Germania (Berlino, Monaco di Baviera e Francoforte) dal 9 al 17 novembre 2019 durante la IV edizione della Cucina Italiana nel Mondo;
- collettiva di aziende emiliano-romagnole al 20^a Salone Internazionale dell'Alimentazione "CIBUS" che si svolgerà a Parma dall'11 al 14 maggio 2020. L'attività si colloca nelle azioni sinergiche con l'Ass. Agricoltura e con Fiere di Parma;
- attività rivolte al comparto turistico e realizzate con la Camera di Commercio Italiana in Canada di Montréal: individuazione di ulteriori tour operator canadesi, implementazione di pacchetti turistici rivolti al mercato canadese e promozione delle attività inserite nel portale "Wine and Travel Italy";
- supporto alle ulteriori attività in Italia e all'estero che l'Ass. Agricoltura realizzerà e che potranno risultare di reciproco interesse, nell'ambito del Protocollo d'Intesa; in



particolare 20 attività di verifica delle opportunità offerte dal mercato giapponese a seguito dell'Accordo di libero scambio (E.P.A. Economic Partnership Agreement) entrato in vigore dal 1 febbraio 2019 tra i paesi dell'Unione Europea e il Giappone e che porterà gradualmente all'azzeramento dei dazi (e della altre barriere non tariffarie) vigenti sui prodotti agroalimentari;

- possibili attività in sinergia con l'Ufficio ITA-Agenzia di Londra ai sensi del Decreto Legislativo 219/2016, nonché con il programma di attività in Italia e all'estero di Assocamerestero e di APT Servizi e/o con altri programmi dei partner di progetto che dovessero essere proposte.

Costi del progetto e quote forfetarie a carico delle imprese

Il costo complessivo del progetto è di euro 40.000,00 I.V.A. inclusa (**euro 5.000,00 per ciascuna Camera di Commercio**). Alcune attività saranno co-finanziate dall'Ass. Agricoltura e/o dai partner di progetto. Saranno previste, per alcune attività, quote forfetarie di partecipazione a carico delle imprese partecipanti, differenziate per tipologia di evento, che verranno comunicate nelle rispettive circolari informative.

La Giunta è chiamata a valutare la possibilità di aderire al programma, tenendo in considerazione che i costi minimi complessivamente stimati a carico della Camera di commercio di Piacenza ammontano ad euro 7.000,00.

LA GIUNTA

- sentito il relatore,
- esaminato il programma integrato di internazionalizzazione presentato da Unioncamere Emilia Romagna;
- ritenuto proficuo il coinvolgimento delle imprese piacentine alle azioni di internazionalizzazione realizzate congiuntamente a livello regionale dal sistema camerale;
- visto lo Statuto camerale vigente;

all'unanimità

DELIBERA

1. di approvare e aderire al programma integrato di internazionalizzazione presentato da Unioncamere Emilia Romagna;
2. di stabilire che le risorse minime necessarie e ammontanti ad euro 7.000,00, saranno reperite nel budget del Dirigente dell'Area Promozione economica e servizi alle imprese con distinti provvedimenti, corrispondenti ai diversi programmi da realizzare.

IL SEGRETARIO GENERALE
Dr. Alessandro Saguatti

IL PRESIDENTE
Rag. Alfredo Parietti