



PROGRAMMA INTEGRATO DI ATTIVITA' 2021 PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

La proposta progettuale di seguito esplicitata è stata oggetto di un confronto in occasione del Gruppo Network Internazionalizzazione riunitosi il 14 dicembre 2020, al quale erano presenti i rappresentanti degli Uffici Intern.ne di tutte le CCIAA dell'Emilia-Romagna.

Tutte le proposte, che sono state accolte favorevolmente da parte delle CCIAA durante il GNI, dovranno essere oggetto di approvazione da parte degli Organi deputati (Giunte UCER e singole CCIAA). Al riguardo si precisa che le tempistiche terranno in debita considerazione le situazioni legate agli accorpamenti di alcune CCIAA.

Il programma integrato 2021 prevede la realizzazione di 3 Progetti di sistema, unitamente ad un'integrazione relativa ad un Progetto tutt'ora in essere e nello specifico:

1. Progetto “**DELIZIANDO E TURISMO ENOGASTRONOMICO DI QUALITA' 2021**”
2. Progetto “**INBUYER PER LE IMPRESE EMILIANO-ROMAGNOLE**”
3. Progetto “**MECCANICA AGRICOLA IN AMERICA LATINA**”
4. Integrazione Progetto “**ITALIAN FASHION VERSO DUBAI 2020 – II^ ANNUALITA'**”

Le proposte sono state altresì oggetto di un primo confronto e condivisione con i competenti Assessorati della Regione Emilia-Romagna (Direzione Generale Economia della conoscenza lavoro e impresa e Direzione Generale Agricoltura Caccia e Pesca) e ad oggi alcune di esse (Deliziando e InBuyer) già certe del finanziamento regionale.

Tutte le proposte rientrano infatti nell'ambito dei Protocolli sottoscritti con la Regione Emilia-Romagna: Protocollo d'Intesa 2019-2022 con l'Assessorato Agricoltura e Protocollo di Collaborazione Operativa 2020-2023 con la Direzione Economia Conoscenza Lavoro e Impresa, in piena coerenza rispettivamente con il programma annuale di attività per la promozione delle produzioni certificate all'estero e con gli indirizzi per la promozione internazionale delle imprese “ER Go Digital” 2020-2023.

I progetti rispondono a quanto indicato dal D. Lgs 219/2016, nonché all'obiettivo del sistema camerale di affiancare e supportare le imprese per rafforzare le loro capacità organizzative e manageriali e per affrontare e/o consolidare la loro presenza sui mercati internazionali, anche attraverso l'utilizzo di tutti gli strumenti digitali necessari e indispensabili in questa delicata fase emergenziale legata al Covid-19.

Le attività all'estero vedranno intensificare ulteriormente la proficua collaborazione con ICE-Agenzia ed i propri Uffici esteri ed Assocamerestero per il tramite delle proprie Camere di commercio italiane all'estero, per i Paesi oggetto della promozione.

Tre proposte si configurano infine in continuità con le attività realizzate nel corso del biennio 2019-2020 con la stessa Regione Emilia-Romagna ed una proposta come progetto pilota che segna l'avvio di una sinergia tra Regione Emilia-Romagna/Servizio Attrattività e Internazionalizzazione, Unioncamere/sistema camerale e Promos Italia Agenzia italiana per l'Internazionalizzazione.



PROGETTO “**DELIZIANDO E TURISMO ENOGASTRONOMICO DI QUALITÀ**”
scheda tecnica 2021

PREMESSA	<p>La proposta 2021 riconferma la significativa collaborazione in essere da oltre un decennio tra la Regione Emilia-Romagna/Ass.to Agricoltura Caccia e Pesca e il sistema camerale emiliano-romagnolo per il tramite della propria Unione regionale, per offrire congiuntamente una serie di servizi ed attività alle imprese del territorio. Il Progetto tiene in considerazione gli effetti dell'emergenza legata alla diffusione del Covid-19 sul commercio internazionale – che ha rallentato in maniera considerevole le esportazioni - e il conseguente quadro internazionale profondamente differenziato e mutato. In tale nuovo scenario la priorità sarà quella di limitare gli effetti negativi supportando ancora di più il tessuto imprenditoriale, associativo e fieristico emiliano-romagnolo, soprattutto in chiave di sostegno alla ripresa economica, nella quale l'export costituirà uno dei principali traini. Per raggiungere tale obiettivo sarà imprescindibile adeguare i servizi di accompagnamento e orientamento all'export ai nuovi modelli di business e al nuovo scenario internazionale, affiancando le imprese nel passaggio – reso ora vincolante – all'economia digitale, accelerando sia i processi di digitalizzazione e di utilizzo di tutti gli strumenti digitali a sostegno dell'export (in primis e-commerce, vetrine virtuali, b2b virtuali, market-place), sia i conseguenti nuovi modelli organizzativi.</p> <p>Il Progetto consente pertanto di definire una strategia di internazionalizzazione – anche innovativa - della filiera agroalimentare, che si sviluppa attraverso una ricca offerta di servizi e di attività in tema di internazionalizzazione e di digitalizzazione, consentendo di mettere a sistema gli interventi della Regione Emilia-Romagna, di Unioncamere Emilia-Romagna, di APT Servizi, di Unioncamere italiana, del Mi.S.E., di ICE-Agenzia e di Assocamerestero e delle Camere di commercio italiane all'estero, nell'ambito di rispettivi specifici accordi e progetti.</p> <p>Nella realizzazione della proposta progettuale fondamentale sarà la collaborazione con i partner territoriali di competenza, con i partner istituzionali nazionali e con i partner esteri nei paesi target oggetto della promozione.</p>
----------	---

ENTI ISTITUZIONALI PROMOTORI	<ol style="list-style-type: none">1. REGIONE ER ASS.TO ALL'AGRICOLTURA E AGROALIMENTARE, CACCIA E PESCA per la promozione istituzionale e la valorizzazione delle produzioni enogastronomiche regionali a qualità regolamentata, in partnership con i Consorzi di Tutela e Valorizzazione, Enoteca Regionale, Associazioni regionali cuochi/scuole di cucina.2. UNIONCAMERE E CCIAA EMILIA-ROMAGNA per la promocommercializzazione dei prodotti agroalimentari e vitivinicoli regionali a qualità regolamentata di qualità, attraverso il coinvolgimento delle aziende emiliano-romagnole, anche in partnership con Unioncamere e MiSE.3. APT SERVIZI per la promozione dell'immagine dell'offerta turistica regionale, l'attuazione di progetti di marketing e di promocommercializzazione turistica e la realizzazione di una rete digitale di comunicazione turistica integrata (LR nr.4/2016), in partnership con le tre Destinazioni turistiche (Romagna, Bologna città metropolitana e Modena, Emilia), gli operatori privati aderenti alle medesime ed ENIT.
------------------------------------	---



PARTNER DI PROGETTO PUBBLICI E PRIVATI	<p><u>In Italia:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Enoteca Regionale Emilia-Romagna- Consorzi regionali di tutela e valorizzazione- Associazioni di Categoria- Sistema produttivo emiliano-romagnolo: aziende di prodotti agroalimentari e vitivinicoli a qualità regolamentata (paniere Progetto “Deliziando”)- Sistema fieristico er: Fiere di Parma, Bologna Fiere, Rimini Fiera- Partner istituzionali nazionali: MAECI, MiSE, MIPAAFT, Unioncamere italiana, ICE-Agenzia- le tre Destinazioni turistiche (Romagna, Bologna città metropolitana e Modena, Emilia), gli operatori privati aderenti alle medesime, il Sistema ricettivo, ristorativo e delle “eccellenze” emiliano-romagnolo (Hotel, agriturismi, ristoranti, Alma, Casa Artusi, CheftoChef, Istituti Alberghieri e di Ristorazione, la rete de “I Musei del Gusto dell'Emilia-Romagna”, la rete de “Le Fattorie Aperte e Didattiche dell'Emilia-Romagna”, F.I.CO. Fabbrica Italiana Contadina, Piacere Modena, Strade dei Vini e dei Sapori) <p><u>All'estero</u> (nei Paesi obiettivo della proposta):</p> <ul style="list-style-type: none">- Rete diplomatica italiana (Ambasciate, Consolati, Istituti di cultura, Rapp. Permanenti)- Camere di commercio italiane all'estero- ICE-Agenzia- ENIT
---	--

DURATA	Gennaio > dicembre 2021 Il programma di attività tiene conto della continuità delle azioni realizzate nel precedente triennio e, al contempo, di sinergie con le attività dei partner di progetto.
---------------	---

SETTORI COINVOLTI	L'attività è rivolta ai seguenti comparti: <ul style="list-style-type: none">- agroalimentare = produzioni a qualità regolamentata (DOP, IGP, BIO, PAT e QC), produzioni vitivinicole DOP e IGP, ulteriori prodotti (caffè e cioccolato);- turismo = le tre destinazioni turistiche (Romagna; Emilia; Bologna città metropolitana e Modena); i soggetti legati alle destinazioni turistiche e/o inseriti nell'albo APT che garantiscono la promo-commercializzazione dei pacchetti.
--------------------------	--

PAESI OBIETTIVO	<ol style="list-style-type: none">1. EUROPA: Germania (attività di consolidamento del biennio 2019-2020); Austria e Svizzera (ad integrazione delle attività in Germania); Regno Unito (attività di consolidamento delle attività realizzate nelle precedenti annualità)2. NORD AMERICA: Canada (attività di consolidamento delle attività realizzate nelle precedenti annualità); USA (azioni promozionali da valutare)3. EMIRATI ARABI UNITI (attività di scouting, anche a supporto della partecipazione della Regione ER all'Esposizione Universale di Dubai 2021-2022)4. SINGAPORE (attività di scouting)5. ITALIA (attività di incoming, promozionale e fieristica)
------------------------	---

OBIETTIVI	✓ rafforzare l'identità e la reputazione del brand Emilia-Romagna accrescendo la consapevolezza sulle caratteristiche ed “unicità” dei prodotti regionali, anche attraverso la promozione e/o l'inserimento in appositi portali e APP dedicati;
------------------	---



	<ul style="list-style-type: none">✓ facilitare l'accesso e/o il radicamento delle imprese regionali sui mercati target - valorizzando i risultati e i network attivati nelle precedenti azioni realizzate e gli eventi a carattere nazionale e/o interregionale – supportandole altresì nel passaggio all'economia digitale e al conseguente utilizzo degli strumenti digitali a sostegno dell'export;✓ promuovere l'Emilia-Romagna come destinazione elettiva di alto profilo per il turismo a vocazione enogastronomica, consolidando la valorizzazione del marketing territoriale e delle aziende “vocate”.
--	---

RISULTATI ATTESI	<ul style="list-style-type: none">✓ consolidamento e rafforzamento della valorizzazione delle eccellenze enogastronomiche regionali e delle imprese agro-alimentari regionali in un quadro nazionale, europeo ed internazionale, anche attraverso una pluralità di azioni che consenta di enfatizzare il primato della Regione Emilia-Romagna in termini turistico-culturali, con al centro il cibo come vero e proprio brand attrattivo;✓ adeguamento dell'erogazione dei servizi di accompagnamento e orientamento all'export ai nuovi modelli di business e al nuovo scenario internazionale mediante apposite azioni di digital export (accordi con le reti di distribuzione, e-commerce, marketplace, vetrine virtuali, b2b virtuali, ecc.);✓ massimizzazione dell'efficacia degli interventi promozionali e coordinamento dei medesimi attraverso l'implementazione della sinergia – anche finanziaria – tra tutti i soggetti deputati.
---------------------	---

STRATEGIA COMPLESSIVA	Valorizzare gli attrattori e gli eventi istituzionali a forte impatto mediatico e commerciale, anche attraverso partnership con stakeholder stranieri.
--------------------------	--

ASSI DI ATTIVITA'	<p>Il programma di attività si sviluppa attraverso tre assi di intervento:</p> <ul style="list-style-type: none">• LABORATORIO: attività orientate a definire congiuntamente tra tutti i partner le strategie di internazionalizzazione che si sviluppano attraverso azioni condivise e co-finanziate. Priorità verrà data all'implementazione dei processi di digitalizzazione dei servizi per l'export e per la promozione del Made in Italy.• MATCHING: azioni a sostegno della penetrazione dei prodotti emiliano-romagnoli nei diversi mercati, con opportunità di business concrete e collaborazioni a livello internazionale, anche in ambito turistico.• PROMOZIONE: campagne di promozione strategica ed azioni mirate per singolo paese, eventi di rilievo a carattere nazionale, specifici Accordi/Accordo di Programma con ITA-Agenzia.
----------------------	---

LINEE DI INTERVENTO	<p>Tre le linee di intervento del programma:</p> <ul style="list-style-type: none">• attività di promozione agroalimentare che valorizzano le produzioni agroalimentari regionali a qualità regolamentata, anche in abbinamento ai vini regionali, nonché lo stretto legame con il territorio di produzione e il valore dell'identità territoriale dei prodotti stessi - sia a livello nazionale sia a livello internazionale - e che consentono di promuovere l'Emilia-Romagna come destinazione elettiva di alto profilo per il turismo a vocazione enogastronomica, consolidando la valorizzazione del marketing territoriale e delle aziende “vocate”. Le attività si sviluppano attraverso l'organizzazione di
------------------------	---



	<p>degustazioni, presentazioni, eventi di show-cooking/master class dei prodotti agroalimentari certificati, modulate in base alle azioni previste e supportate da specifiche attività di comunicazione;</p> <ul style="list-style-type: none">• attività di internazionalizzazione della filiera agroalimentare mediante opportunità di business concrete e collaborazioni a livello inter.le a sostegno alla penetrazione dei prodotti agroalimentari regionali nei diversi mercati esteri;• attività di promo-commercializzazione turistica in Italia e all'estero che valorizzano il prezioso patrimonio enogastronomico regionale di qualità intercettando i flussi di turismo internazionali, avviando un processo virtuoso di accoglienza di circuiti di incoming internazionali e creando "pacchetti turistici" per lo sviluppo stabile del turismo enogastronomico e rurale emiliano-romagnolo di qualità sul mercato globale. <p>Tutte le attività si svolgeranno anche in remoto su piattaforme digitali utilizzando la modalità webinar.</p>
--	---

ATTIVITA' PREVISTE	<p>Si prevede la realizzazione delle seguenti azioni:</p> <ul style="list-style-type: none">- attività di promozione estera sui prodotti e vini regionali, in affiancamento con i Consorzi di Tutela, Enoteca reg.le, Cheftochef, Casa Artusi, anche nell'ambito del Programma MAECI "The Authentic Italian Taste" (masterclass e cooking class anche virtuali, mini capsule sulle produzioni certificate, azioni di web marketing e di comunicazione sui social media, e-commerce)- attività di promo-commercializzazione dei prodotti e vini reg.li (assistenza personalizzata, b2b virtuali, azioni di market-push e market-test con canali HO.RE.CA. e Retail, canali digitali GDO/catene specializzate, collettive alle manifestazioni fieristiche inter.li, e-commerce, azioni di follow-up)- attività di promo-commercializzazione turistica (b2b virtuali, individuazione di tour operator stranieri, azioni in/formative, comunicazione e web marketing, attività di osservazione economica, creazione di proposte turistiche, promozione del marchio "Ospitalità Italiana")- attività di incoming (compatibilmente con l'evolversi della situazione sanitaria) sia di operatori esteri sia di giornalisti/f&w blogger.- kermesse "Tramonto DiVino" in Emilia-Romagna- partecipazione online e offline alle manifestazioni fieristiche in Italia (Vinitaly, Cibus, Macfrut, Sana, Meeting)- indagine sulla valorizzazione dei prodotti DOP/IGP nella ristorazione reg.le- indagine sulle imprese agroalimentari reg.li con focus sull'emergenza CoVid-19 e sull'utilizzo del digitale
--------------------	---

COSTO DEL PROGETTO E QUOTE A CARICO IMPRESE	<p>Il costo complessivo di partecipazione al Progetto 2021 a carico delle CCIAA è pari ad euro 40.000,00 I.V.A. inclusa (euro 5.000,00/CCIAA). Alcune attività saranno 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.</p>
---	---

RESPONSABILE E REFERENTE DI PROGETTO	<p>PAOLA FRABETTI – Area Promozione dell'impresa Responsabile intern.ne agroalimentare tel. diretto 051 6377019 – e-mail: paola.frabetti@rer.camcom.it</p>
--------------------------------------	--



PROGETTO PILOTA “**INBUYER PER IMPRESE EMILIANO-ROMAGNOLE**”
scheda tecnica 2021

PREMESSA E OBIETTIVI	<p>Il Progetto Pilota “<i>InBuyer per le imprese emiliano-romagnole</i>” rappresenta l’avvio di un modello di intervento pubblico a sostegno del territorio e delle imprese emiliano-romagnole, che vede la sinergia tra la Regione Emilia-Romagna/Servizio Attrattività e Internazionalizzazione, Unioncamere e sistema camerale Emilia-Romagna e Promos Italia Agenzia Italiana per l’Internazionalizzazione.</p> <p>Obiettivo del Progetto è quello di consentire alle imprese regionali di accedere alla piattaforma tecnologica digitale di Promos Italia per realizzare incontri virtuali con buyer esteri, nel corso di specifiche sessioni di lavoro settoriali, nel rispetto di elevati criteri di compatibilità dei profili, garantendo pertanto efficienza ed efficacia dell’iniziativa. L’attuale emergenza Covid-19 ha infatti imposto il ripensamento di molte attività tradizionali e il format InBuyer privilegia l’accesso a strumenti digitali e la gestione di relazioni a distanza tra gli operatori.</p> <p>La piattaforma, che si configura come una vetrina virtuale, non pone limite all’inserimento dei profili delle aziende/buyer esteri.</p> <p>Per le attività previste in questo Progetto Pilota la piattaforma prevedrà una personalizzazione dell’evento.</p>
----------------------------	---

SETTORE COINVOLTO	<p>L’attività è rivolta al comparto della MECCANICA, con particolare riferimento alle seguenti filiere: meccanica per l’agro-alimentare, automotive, meccanica tessile, meccanica per il packaging, nautica, aerospaziale. I settori sono:</p> <ul style="list-style-type: none">· trattamenti e rivestimenti dei metalli· carpenteria· meccanica di precisione· lavorazione lamiera· minuteria metallica· assemblaggio e costruzione macchine· fonderia· attrezzatura meccanica· progettazione meccanica· elettronica informatica meccanica (meccatronica)· pneumatica idraulica elettrotecnica applicata· robotica e automazione· servizi complementari alla meccanica· stampaggio materie plastiche
----------------------	---

NR. IMPRESE DA COINVOLGERE	<p>E’ previsto il coinvolgimento di un numero minimo di 30 e massimo di 60 imprese che effettueranno gli incontri.</p> <p>Le imprese saranno selezionate in base ai settori individuati.</p> <p>Le imprese si profileranno nella piattaforma; la profilazione è in inglese.</p>
----------------------------------	---

PAESI DI DESTINAZIONE	<p>I Paesi di interesse sono quelli europei di lingua tedesca: Germania, Austria e Svizzera</p>
--------------------------	---



NR. BUYER ESTERI DA COINVOLGERE	E' previsto il coinvolgimento di un numero minimo di 15 buyer esteri. I buyer esteri saranno selezionati in base ai settori individuati. I buyer esteri si profileranno nella piattaforma; la profilazione è in inglese.
PARTNER IN LOCO	I partner nei Paesi individuati saranno: 1. ITA-Agenzia (ICE) 2. Camere di commercio italiane all'estero (CCIE) 3. Società private specializzate
ATTIVITA' PREVISTE	La realizzazione del Progetto si sviluppa attraverso le seguenti fasi: a. <u>Osservatorio</u> : definizione delle imprese regionali della meccanica, individuate in accordo con la Regione Emilia-Romagna. b. <u>Promozione dell'iniziativa</u> : la promozione avverrà attraverso le singole CCIAA/Sedi di Promos Italia di Modena e Ravenna, nonché attraverso Unioncamere Emilia-Romagna (sito, social media, newsletter). c. <u>Attività di matching</u> : realizzazione di massimo 3 sessioni di incontri, della durata ciascuna di alcuni giorni, per facilitare la creazione di matching tra buyer e seller; ogni slot/incontro avrà una durata di 30 minuti. L'impresa si profila nella piattaforma, supportata – in caso di necessità – da parte dei tecnici di Promos Italia. Sia l'azienda sia il buyer estero hanno la possibilità di accettare o rifiutare l'incontro. Al termine dell'iniziativa è prevista la realizzazione di un'attività di raccolta e analisi dei dati, per monitorare il gradimento da parte imprese e buyer ed i risultati conseguiti.
TIMING	Le sessioni di incontro si svolgeranno nell'arco del primo semestre 2021.
COSTI E REGIME DE MINIMIS	L'attività del Progetto Pilota sarà finanziata dalla Regione Emilia-Romagna. Trattandosi di un Progetto Pilota non sarà chiesto alcun contributo alle imprese. In fase di verifica l'applicazione del regime de minimis per le imprese; qualora confermato, il regime si applicherà soltanto alle imprese che effettueranno gli incontri d'affari.
RESPONSABILE E REFERENTE DI PROGETTO	PAOLA FRABETTI – Area Promozione dell'impresa Responsabile intern.ne agroalimentare tel. diretto 051 6377019 – e-mail: paola.frabetti@rer.camcom.it



PROGETTO “**MECCANICA AGRICOLA IN AMERICA LATINA**”
scheda tecnica 2021

PREMESSA E OBIETTIVI	<p>Obiettivo dell’iniziativa è consolidare le relazioni sviluppate in Sud America e specificatamente in Colombia nell’ambito del Progetto “Colombia Atracción”, svoltosi nel 2019 con il co-finanziamento della Regione Emilia-Romagna e del Sistema delle Camere di commercio emiliano-romagnole, dando seguito anche ai suggerimenti pervenuti dalle stesse di replicare le azioni di scouting su altri paesi latinoamericani risultati potenzialmente interessanti.</p> <p>Si propone pertanto di realizzare alcuni incontri virtuali con i buyer di alcuni paesi latinoamericani, attraverso la piattaforma tecnologica digitale di Macfrut, già utilizzata per la manifestazione Macfrut Digital di settembre 2020. L’attuale emergenza Covid-19 ha infatti imposto il ripensamento di molte attività tradizionali privilegiando l’accesso a strumenti digitali e la gestione di relazioni a distanza tra gli operatori.</p>
----------------------------	---

SETTORE COINVOLTO	L’attività è rivolta al comparto delle tecnologie per il campo, delle tecnologie per il post-raccolta e dell’irrigazione.
----------------------	---

NR. IMPRESE DA COINVOLGERE	E’ previsto il coinvolgimento di un numero massimo di 50 imprese che effettueranno gli incontri. Le imprese saranno selezionate in base ai settori individuati. Sulla base dei profili e delle esigenze, verranno selezionati gli operatori esteri.
----------------------------------	---

PAESI DI DESTINAZIONE	<p>ARGENTINA Le esportazioni di frutta fresca argentine sono cresciute del 6% nei primi dieci mesi del 2020 rispetto allo stesso periodo del 2019. Le esportazioni sono soprattutto agrumi, e pomacee. I mercati principali sono i paesi dell’Unione Europea; la Federazione Russa e gli Stati Uniti. Stanno aumentando le esportazioni di mirtilli, uva, kiwi e ciliegie.</p> <p>URUGUAY Il mercato ortofrutticolo uruguayano sta crescendo in termini di volumi prodotti e quota esportata. I prodotti principali sono arance, mandarini, mele, mirtilli rossi, pere, meloni, uva, pesche, patate dolci, piselli secchi, cipolle, zucche e zucca, patate e fave. La produzione di agrumi ha una lunga tradizione nel paese e gran parte di essa è destinata all’esportazione. I principali fattori che favoriscono la crescita del mercato sono le politiche governative favorevoli come l’assenza di restrizioni sulle esportazioni di prodotti agroindustriali.</p> <p>ECUADOR L’Ecuador per molti anni rimaneva legato principalmente all’esportazione di banane, mentre negli ultimi anni è in corso un processo di diversificazione per aumentare il potenziale di esportazione di ortofrutta del paese. Sono in corso sforzi strategici per recuperare la produzione storica di ananas e per migliorare la produzione di mango. Si sta puntando anche sulla frutta tropicale come avocado, che sta guadagnando sempre di più importanza nel mercato mondiale.</p> <p>CILE</p>
--------------------------	---



	<p>In Sud America, il Cile è responsabile del 60% di tutte le esportazioni di frutta. Esportatore principalmente di mirtilli freschi, uva, prugne e mele. È anche esportatore di avocado, ciliegie, noci e lamponi. Le esportazioni cilene di frutta e verdura fresca nel 2015 ammontavano a 4,28 miliardi di dollari e questo ha posto il Cile come quarto esportatore di frutta e verdura al mondo, in termini di valore.</p> <p>PERU'</p> <p>Nel 2018, la frutta e la verdura esportate dal Perù hanno raggiunto un valore di più di 2,5 miliardi di dollari. Uva da tavola, avocado e mirtilli rappresentano il 65% della frutta esportata. Il paese è uno dei maggiori produttori mondiali di asparagi. I principali mercati di destinazione di questi prodotti sono stati gli Stati Uniti e l'Unione Europea.</p>
NR. BUYER ESTERI DA COINVOLGERE	<p>E' previsto il coinvolgimento di un numero massimo di 6 buyer per ciascun paese target. I buyer esteri saranno selezionati in base ai settori individuati.</p>
PARTNER	<p>CESENA FIERA SPA che provvederà ad effettuare il servizio di b2b nella piattaforma già utilizzata da Macfrut Digital e ad incaricare partner locali per l'individuazione degli operatori.</p>
ATTIVITA' PREVISTE	<p>Si propone un servizio di live streaming per due giornate. Sono previsti minimo 3 incontri b2b per azienda precedentemente calendarizzati. Ogni slot/incontro avrà una durata di 30 minuti. Gli incontri si svolgeranno utilizzando la piattaforma tecnologica digitale messa a disposizione da Cesena Fiera (e già utilizzata per la manifestazione Macfrut Digital di settembre 2020), nel corso di specifiche sessioni di country presentation organizzate da Cesena Fiera. E' altresì prevista la creazione di una pagina dell'iniziativa (Landing Page) con le informazioni relative all'iniziativa, dettagli e modalità di partecipazione.</p>
TIMING	<p>Marzo > aprile 2021</p>
COSTO DEL PROGETTO E QUOTE A CARICO DELLE IMPRESE	<p>Il costo complessivo dell'iniziativa a carico delle CCIAA è di euro 30.400,00 (IVA inclusa). Si propone di suddividere i costi prevedendo una quota fissa di partecipazione per ciascuna CCIAA pari ad euro 1.000,00 e di ripartire i restanti costi tra le CCIAA in base al numero effettivo delle imprese partecipanti. Gli importi saranno richiesti da Unioncamere alle CCIAA come nota istituzionale.</p> <p>Da valutare con Cesena Fiera SpA se prevedere una quota di partecipazione a carico delle imprese partecipanti. Unioncamere non incasserà quote di partecipazione da parte delle imprese. L'iniziativa rientra nell'ambito delle attività istituzionali dell'Ente.</p>
RESPONSABILE E REFERENTE DI PROGETTO	<p>MARY GENTILI – Area Promozione dell'impresa tel. diretto 051 6377023 – e-mail: mary.gentili@rer.camcom.it</p>



INTEGRAZIONE PROGETTO “ITALIAN FASHION VERSO DUBAI 2020 –
II^ ANNUALITA’ “
scheda tecnica 2021

PREMESSA E OBIETTIVI	La seconda edizione del Progetto si è posta l'obiettivo di consolidare i rapporti commerciali avviati con la prima edizione svoltasi nel 2019 e di instaurare nuove forme di collaborazione consone al mercato di riferimento. A seguito della riprogrammazione delle attività dovute alla situazione connessa all'emergenza sanitaria da Covid-19, il Progetto ha iniziato le attività previste da maggio 2020 e ad oggi, in accordo con la Regione Emilia-Romagna, è previsto il completamento entro il 30 aprile 2021. Si è reso pertanto necessario un potenziamento delle azioni in modalità digitale ed in particolar modo un rafforzamento della comunicazione e promozione dei brand delle aziende partecipanti per poter sfruttare appieno la visibilità nell'area target nella modalità concessa e risultata più efficace. Al fine di supportare il Progetto ed i brand delle aziende partecipanti, si propone di proseguire e rafforzare le azioni di comunicazione nel periodo gennaio>marzo, ovvero prima della realizzazione dell'evento promozionale previsto tra marzo e aprile 2021, in modo da mantenere alta l'attenzione dei potenziali clienti (operatori e consumer). Congiuntamente le imprese continueranno ad essere supportate nella predisposizione del materiale fotografico e nell'invio dei campioni per lo shooting delle influencer emiratine coinvolte nella promozione locale.
----------------------------	--

NR. IMPRESE DA COINVOLGERE	E' previsto il coinvolgimento di 13 aziende che hanno confermato le attività del Progetto rimodulato e riprogrammato delle 14 che avevano inizialmente inviato l'adesione. Le aziende coinvolte sono 8 della provincia di Bologna, 3 della provincia di Parma e 2 della provincia di Forlì-Cesena: Artico Sas (Bo) A&A Srl (Bo) Einstein Group Srl (Bo) C.Alla (Bo) Orequo Srl (Bo) La Venenta Soc Coop Sociale (Bo) Susy Mix Srl (Bo) M.C. Srl (Bo) Labam Srl (Pr) Modaf Designs (Pr) Cris Conf Spa (Pr) MP di Rosanna Pellegrini & C. Sas (Fc) Boccalatte Sas (Fc)
----------------------------------	--

PAESE DI DESTINAZIONE	EMIRATI ARABI UNITI E AREA GCC
--------------------------	--------------------------------

PARTNER DI PROGETTO	Roncucci & Partners, ICE Ufficio di Dubai, Twister Communications Middle East
------------------------	---



ATTIVITA' PREVISTE	Le azioni proposte sono le seguenti: press release ed advertising, con particolare attenzione alle nuove collezioni P/E, in collaborazione con l'Agenzia di p.r. e comunicazione Twister Communications; posizionamento del prodotto attraverso fashion influencer, key opinion leader e stampa specializzata; interviste mirate alle aziende emiliano-romagnole da pubblicare sulle riviste specializzate; contatto con distributori locali per la promozione dei brand; supporto alle aziende nella preparazione e nella traduzione dei contenuti distintivi da valorizzare nei comunicati stampa e nelle attività di promozione.
TIMING	Primo semestre 2021
COSTO DEL PROGETTO E QUOTE A CARICO DELLE IMPRESE	<p>Il costo complessivo delle azioni supplementari sarà a carico delle 3 CCIAA competenti (Bologna, Parma e Romagna) è di euro 1.000,00 I.V.A. inclusa per azienda partecipante. Nello specifico: CCIAA Bologna: € 8.000,00; CCIAA Parma: € 3.000,00; CCIAA Romagna: € 2.000,00.</p> <p>Le quote alle Camere di Commercio competenti saranno richiesti con ritenuta d'acconto trattandosi di attività commerciale.</p> <p>Tali azioni supplementari saranno realizzate soltanto se confermata la partecipazione finanziaria di tutte le tre Camere di commercio coinvolte.</p> <p>Non sono previsti ulteriori costi per le imprese</p>
RESPONSABILE E REFERENTE DI PROGETTO	MARY GENTILI – Area Promozione dell'impresa tel. diretto 051 6377023 – e-mail: mary.gentili@rer.camcom.it



TABELLA RIASSUNTIVA COSTI PROGRAMMA INTEGRATO INTERN.NE 2021

PROGETTI	IPOTESI COSTI A CARICO DELLE CCIAA							
	BO	FE	ROM	Promos I. MO	PR	PC	Promos I. RA	RE
Deliziando e turismo enogastronomico di qualità	costo di partec. IVA inclusa 5.000,00	costo di partec. IVA inclusa 5.000,00	costo di partec. IVA inclusa 5.000,00	costo di partec. IVA inclusa 5.000,00	costo diartec. IVA inclusa 5.000,00	costo di partec. IVA inclusa 5.000,00	costo di partec. IVA inclusa 5.000,00	costo di partec. IVA inclusa 5.000,00
InBuyer per le imprese dell'ER	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Meccanica agricola in America Latina	costo di partec. IVA inclusa 1.000,00	costo di partec. IVA inclusa 1.000,00	costo di partec. IVA inclusa 1.000,00	costo di partec. IVA inclusa 1.000,00	costo di partec. IVA inclusa 1.000,00	costo di partec. IVA inclusa 1.000,00	costo di partec. IVA inclusa 1.000,00	costo di partec. IVA inclusa 1.000,00
Integrazione Progetto Italian Fashion verso Dubai 2020 – II^ annualità	contributo fisso di partec. 8.000,00	0,00	contributo fisso di partec. 2.000,00	0,00	contributo fisso di partec. 3.000,00	0,00	0,00	0,00
TOT.	14.000,00	6.000,00	8.000,00	6.000,00	9.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
TOT. COMPL.	61.000,00							

NOTA: per il *Progetto Meccanica Agricola America Latina* è previsto un costo fisso di partecipazione di euro 1.000,00/CCIAA ed un ulteriore costo di partecipazione/azienda (minimo euro 450/massimo euro 1.150) in base al numero effettivo di aziende partecipanti e nel limite minimo di 20 e massimo di 50 aziende.

Responsabile del programma integrato 2021

PAOLA FRABETTI – Area Promozione dell'impresa – Responsabile intern.ne agroalimentare
tel. diretto 051 6377019 – e-mail: paola.frabetti@rer.camcom.it

Bologna, 11 gennaio 2021