

PROGRAMMA INTEGRATO DI ATTIVITA' 2018 PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Premessa

Il programma integrato di attività 2018 per l'internazionalizzazione prevede la realizzazione di tre progetti di sistema:

1. **"DELIZIANDO E TURISMO ENOGASTRONOMICO DI QUALITA'"**
2. **"COLOMBIA ATRACCIÓN: supporto alla promozione commerciale delle PMI emiliano-romagnole della filiera della meccanica agricola e post harvest"**
3. **"ITALIAN FASHION VERSO DUBAI 2020"**.

Le tre proposte sono state formulate tenendo in considerazione:

- le linee strategiche triennali di attività di Unioncamere Emilia-Romagna 2018-2020;
- l'"Accordo di programma quadro fra Regione Emilia-Romagna e Unioncamere Emilia-Romagna" (maggio 2015) che rafforza e qualifica la collaborazione, le sinergie nelle politiche e l'efficacia nell'azione comune;
- il Protocollo d'Intesa triennale con la Regione Emilia-Romagna/Assessorato Agricoltura Caccia e Pesca – in fase di nuova sottoscrizione - per la promozione di iniziative e progetti per valorizzare in Italia e all'estero, con approcci integrati, il patrimonio culturale, l'offerta turistica e i prodotti tipici e di qualità, per la collaborazione a progetti sui temi della qualità e della sicurezza alimentare e della ricerca e dell'innovazione nella filiera agroalimentare e per la collaborazione a progetti istituzionali strategici di livello regionale, nazionale ed internazionale;
- il Protocollo di collaborazione operativa con la Regione Emilia-Romagna/Assessorato Attività Produttive, in piena coerenza con gli indirizzi per la promozione internazionale delle imprese "Go Global" 2016-2018;
- quanto concordato e condiviso dal Gruppo Network Internazionalizzazione nelle riunioni del 7 marzo e del 6 giugno 2018;
- il potenziale interesse manifestato da alcune aziende dei settori produttivi target per il tramite del Consorzio Cermac (meccanica agricola di Bologna) e del Centergross (fashion) di Bologna.

I progetti rispondono all'obiettivo del sistema camerale di rafforzare le capacità organizzative e manageriali delle imprese, anche attraverso il supporto ad attività di promozione, per renderle capaci di affrontare i mercati internazionali, contribuendo a diversificare i mercati di sbocco e a incrementare la competitività del sistema produttivo regionale. I progetti rispondono altresì a quanto indicato dal D. Lgs 219/2016. Le attività proposte e che si realizzeranno sui mercati esteri vedranno come partner gli Uffici dell'Agenzia ICE dei Paesi esteri individuati e le Camere di commercio italiane all'estero nell'ambito di specifici progetti finanziati dal MiSE.

Come previsto dal Protocollo d'Intesa MiSE-Unioncamere ed indicato nelle modalità organizzative relative alla collaborazione con ICE-Agenzia, Unioncamere Emilia-Romagna sottoscriverà con ICE-Agenzia un Accordo Operativo biennale (2018-2019) e singoli Piani Operativi annuali riferiti ai progetti/iniziative che si svilupperanno in sinergia con gli Uffici delle loro sedi estere.

Per quanto attiene il Progetto relativo al settore agroalimentare, la proposta 2018 costituisce il consolidamento di quanto realizzato nel corso degli ultimi dieci anni. Relativamente invece agli altri due progetti, si tratta di iniziative di settore/Paese di interesse della Regione Emilia-Romagna e dei singoli settori produttivi. Quest'ultime due proposte saranno presentate a co-finanziamento della Regione Emilia-Romagna nell'ambito del Bando per la concessione di contributi a progetti di promozione del sistema produttivo regionale sui mercati esteri europei ed extra-europei – Attività 4.1– Annualità 2018.

Nessuna proposta progettuale rientra nell'ambito del Protocollo d'Intesa LO.V.ER. tra le Unioni regionali delle Camere di commercio di Lombardia, Veneto ed Emilia-Romagna del 2015, non essendo ad oggi ancora stato siglato il rinnovo dello stesso.

Essendo tutti e tre i progetti condivisi e co-finanziati dalla Regione Emilia-Romagna, potrà, qualora richiesta, essere prevista la presenza dei funzionari di Unioncamere Emilia-Romagna agli eventi che si realizzeranno all'estero.

PROGETTO DELIZIANDO E TURISMO ENOGASTRONOMICO DI QUALITA' 2018

Premessa



Il 2018, su direttiva del MiBACT (Ministero Beni e Attività Culturali e Turismo) e del MiPAF (Ministero delle Politiche Agricole e Forestali), è stato dichiarato l'Anno nazionale del Cibo Italiano. Dopo il successo del 2016 Anno nazionale dei cammini e del 2017 Anno nazionale dei borghi, il 2018 sarà un'occasione importante per valorizzare e mettere a sistema le tante e straordinarie eccellenze italiane e fare un importante investimento per l'immagine del nostro Paese nel mondo. Obiettivo è quello di esaltare il patrimonio enogastronomico italiano e la cucina di qualità, rendendoli strumenti di scoperta di una parte fondamentale del nostro ricchissimo patrimonio culturale, grazie alla differenziazione dei sapori e delle varietà degli stessi alimenti, figli della straordinarietà geografica e storica dell'Italia (*#annodelciboitaliano*). Il 2018 Anno del Cibo Italiano valorizzerà e promuoverà l'intreccio tra cibo arte e paesaggio, che rappresentano i migliori attrattori culturali del nostro Paese, raccontando anche la storia della nostra società, l'evoluzione del gusto, evidenziando quanto il patrimonio enogastronomico faccia parte dell'identità italiana. Tantissimi gli eventi e le iniziative dedicati proprio alla celebrazione di uno dei grandi tesori nazionali italiani, vale a dire la tradizione in cucina ed il cibo tipico delle varie zone dell'Italia. Un'occasione unica per la valorizzazione dei prodotti che rendono unica e diversa la nostra terra, regione per regione, e che sono invidiati in tutto il mondo. Il 2018 diventa quindi al contempo un anno di promozione turistica e un'occasione per portare le bellezze e la bontà del cibo italiano in tutto il mondo, per rendere giustizia all'immenso patrimonio culturale e artistico italiano che contraddistingue il nostro Paese. Il 2018 è stato altresì scelto per essere l'anno consacrato alla Dieta Mediterranea, ma anche ai singoli piatti tipici di ogni regione. Le iniziative culturali, enogastronomiche e artistiche sono allacciate al tema dei musei italiani e si punterà sulla valorizzazione dei riconoscimenti Unesco legati al cibo quali la Dieta Mediterranea e Parma città creativa della gastronomia. Allo stesso tempo, saranno attivate iniziative per far conoscere e promuovere, anche in termini turistici, i paesaggi rurali storici, per il coinvolgimento e la promozione delle filiere e ci sarà un focus specifico per la lotta agli sprechi alimentari. Lo stretto legame tra cibo, arte e paesaggio sarà inoltre il cuore della strategia di promozione turistica che

verrà portata avanti durante tutto il 2018 attraverso ENIT e la rete delle ambasciate italiane nel mondo e permetterà di evidenziare come il patrimonio enogastronomico faccia parte del patrimonio culturale e dell'identità italiana. Non si tratta di sottolineare solo i successi economici del settore agroalimentare che nel 2017 ha toccato il record di export a 40 miliardi di euro, ma di ribadire il legame profondo tra cibo, paesaggio, identità, cultura. Questo consentirà di dare avvio al nuovo progetto del MiPAF dei distretti del cibo, coinvolgendo i protagonisti a partire da agricoltori, allevatori, pescatori, cuochi. Il 2018 diventa infine un'occasione per permettere agli italiani stessi di conoscere meglio come funziona la filiera agro-alimentare, i vantaggi dell'agricoltura biologica, le tendenze del cibo, la valorizzazione dei piatti famosi delle regioni italiane e lo stretto legame fra l'arte ed il cibo nella nostra tradizione.

Sogetti Promotori

- Assessorato Agricoltura della Regione Emilia-Romagna per la promozione istituzionale e la valorizzazione delle produzioni enogastronomiche regionali a qualità regolamentata, in partnership con i Consorzi di Tutela, l'Enoteca Regionale, l'Associazione Cheftochef;
- Unioncamere Emilia-Romagna e Camere di commercio provinciali per la promo-commercializzazione dei prodotti e dei vini regionali di qualità attraverso il coinvolgimento delle aziende emiliano-romagnole;
- APT Servizi per la promo-commercializzazione di progetti di marketing e promozione turistica, in partnership con i "privati" aderenti alle tre destinazioni turistiche.

Partner di progetto

- in Italia: Camere di Commercio dell'Emilia-Romagna e le Aziende Speciali di Modena (Promec) e di Ravenna (SIDI Eurosportello); Enoteca Regionale Emilia-Romagna; Consorzi di tutela regionali; Fiere di Parma e/o altri Enti Fieristici; APT Servizi e "privati" aderenti alle tre destinazioni turistiche;
- all'estero: Camere di commercio italiane all'estero ed uffici ICE-Agenzia dei paesi target; Agenzie di riferimento di APT Servizi sui mercati esteri.

Paesi obiettivo della promozione

USA, Canada, Regno Unito, Europa, Italia

Settori target

- produzioni agroalimentari a denominazione d'origine e indicazione geografica protetta (DOP, IGP, STG), vitivinicole DOP e IGP, ottenute da agricoltura biologica, ottenute da agricoltura integrata a marchio QC Qualità Controllata (vedi paniere Deliziando 2018 in allegato); è in fase di valutazione il possibile allargamento del paniere dei prodotti con l'inserimento di ulteriori prodotti;
- le tre destinazioni turistiche (Romagna; Emilia; Bologna città metropolitana e Modena per il progetto turismo enogastronomico); i soggetti legati alle destinazioni turistiche e/o inseriti nell'albo APT che possono garantire la promo-commercializzazione dei pacchetti turistici.

Obiettivi

- promuovere l'identità dell'agroalimentare regionale e rafforzare l'identità e la reputazione del brand Emilia-Romagna, accrescendo la consapevolezza sulle caratteristiche ed "unicità" dei prodotti regionali;
- facilitare l'accesso e/o il radicamento delle imprese regionali sui mercati target, valorizzando i risultati e i network attivati nelle precedenti annualità e attraverso eventi di carattere nazionale e/o interregionale;
- implementare le attività sul mercato domestico, anche attraverso la promozione e/o l'inserimento in appositi portali e APP dedicati;
- 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".

Target focus

- per il settore agro-alimentare: importatore, distributore, canale HO.RE.CA., ristorazione tradizionale, ristorazione commerciale, distribuzione moderna, enoteche, gastronomie, indipendenti;
- per il settore turismo: tour operator e sistema dell'intermediato rivolto a gruppi/cliente finale/mice; cliente finale; press, influencer e PR (carta stampata, food blogger, radio, tv, opinion leader).

Strategia complessiva

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

Tempi di realizzazione

settembre 2018 > luglio 2019

Linee di intervento

Il programma di attività proposto tiene conto della continuità delle azioni realizzate nel corso degli ultimi otto anni e, al contempo, delle attività istituzionali dell'Assessorato Agricoltura Caccia e Pesca della Regione Emilia-Romagna (anche alla luce del rinnovo del Protocollo d'Intesa) e del programma di attività dei partner di Progetto, in primis APT Servizi e Enoteca Regionale Emilia-Romagna. Si valuteranno inoltre possibili sinergie con le attività degli Uffici ICE-Agenzia nei paesi target del progetto, ai sensi del Decreto Legislativo 219/2016.

AZIONE 1 – ATTIVITA' IN ITALIA

1. "TRAMONTO DiVino" – Imola, Cesenatico, Forlimpopoli, Rimini, Ferrara, Zola Predosa (BO), Scortichino (FE), Fontanellato (PR) e Piacenza. Nove tappe che dal 25 luglio al 29 settembre, lungo l'intera Via Emilia, dalla riviera ai borghi e alle città d'arte promuovono la cultura del vino e del cibo dell'Emilia-Romagna. "Tramonto DiVino", il tour del gusto dell'Emilia-Romagna, giunto alla dodicesima edizione, per tutta l'estate mette in contatto le eccellenze enogastronomiche della nostra regione con migliaia di winelover, gastronomi e addetti ai lavori, italiani e stranieri. Un ricco cartellone di eventi a sfondo enogastronomico che quest'anno presenta una serie di novità, raccontando e spettacolarizzando centinaia di vini e prodotti tipici certificati con l'aiuto di sommelier, chef, attori gastronomi, show cooking e giochi off e on line. Per alcune delle tappe nelle quali sono possibili sinergie con altri eventi, si sta valutando la possibilità di predisporre appositi pacchetti turistici, a cura dei "privati" aderenti alle tre destinazioni turistiche, con la supervisione ed il coordinamento della Regione Emilia-Romagna, di APT Servizi e di Unioncamere Emilia-Romagna. Nell'ambito della collaborazione con l'Assessorato Agricoltura Caccia e Pesca verrà effettuata un'attività di comunicazione volta a rafforzare la presenza delle cantine agli eventi in calendario, in coordinamento con tutti i partner di progetto.

2. “TERRA MADRE SALONE DEL GUSTO” – Torino, 20>24 settembre 2018

Giunto alla dodicesima edizione, il più grande evento internazionale dedicato al cibo si connoterà più che mai come l’edizione delle persone, dialogando sempre di più con i visitatori, partendo dalla più ampia condivisione della conoscenza possibile e cercando di stimolare e favorire il cambiamento delle abitudini alimentari delle persone. Tutti saranno chiamati a interrogarsi su che cibo scegliere: quali metodi di produzione mettere in pratica, quali alimenti cucinare, cosa mettere nel “carrello” della spesa (#foodforchange). Nell’ambito della collaborazione con l’Assessorato Agricoltura Caccia e Pesca verrà effettuata un’attività di comunicazione volta a rafforzare la collaborazione con Slow Food.

3. “GOOD ITALY” – Modena (Forum Guido Monzani), 29 ottobre 2018

Giunto alla sua quarta edizione, il workshop internazionale ospiterà 60 buyer specializzati nel turismo enogastronomico provenienti da tutta Europa, Russia, Usa, Canada, Australia, Nuova Zelanda, Giappone e Cina, selezionati per un efficace match domanda-offerta con i seller italiani ed emiliano-romagnoli. Al centro dell’iniziativa è il turismo food & wine e pertanto anche la tappa di Modena, dopo quelle di Colorno (PR), Rimini e Bologna, costituirà un’ulteriore occasione per vendere all’estero i pacchetti sul turismo enogastronomico realizzati nell’ambito della collaborazione con APT Servizi. Il 27 e il 28 ottobre i buyer esteri effettueranno 6 educational tour in Emilia-Romagna, con visite ad aziende e cantine inserite nei pacchetti turistici.

4. “CIBUS CONNECT” - Parma, 10 e 11 aprile **2019**, in sinergia con Fiere di Parma

Seconda edizione dell’evento che si svolgerà nei padiglioni 5 e 6 del quartiere fieristico.

Si propone la medesima modalità di partecipazione dell’edizione 2017: uno spazio collettivo preallestito “chiavi in mano” e/o basic atto ad ospitare le aziende (media circa 6-8 mq/azienda) con costi a loro carico + uno spazio comune e uno o due spazi show-cooking con cucina a vista per presentare ai visitatori i prodotti delle aziende della collettiva attraverso moduli degustazione, a carico del progetto.

5. “ATTIVITA’ IN SINERGIA CON IL PROGRAMMA DI APT SERVIZI” – 2018>2019

Di concerto con la programmazione di APT Servizi, si valuteranno possibili sinergie in occasione degli incoming e degli educational tour in Emilia-Romagna di food & wine blogger, giornalisti ed influencer esteri, nonché l’aggiornamento dei servizi sul territorio e/o la realizzazione di apposito materiale di comunicazione relativo alle tre destinazioni turistiche.

6. “ATTIVITA’ IN SINERGIA CON IL PROGRAMMA DELL’ASSESSORATO AGRICOLTURA” – 2018>2019

Nell’ambito del Protocollo d’Intesa, si valuteranno con l’Assessorato regionale gli eventi che, legati all’Anno del Cibo italiano, potranno essere di reciproco interesse.

7. “POSSIBILI ATTIVITA’ IN SINERGIA CON ASSOCAMERESTERO” – 2018>2019

Alla luce dei positivi risultati riscontrati con gli eventi realizzati nel corso del 2018, si valuteranno possibili ulteriori attività da realizzare congiuntamente.

AZIONE 2 – ATTIVITA’ ALL’ESTERO

1. “SETTIMANA DELLA CUCINA ITALIANA NEL MONDO IN CANADA” – Toronto, Ottawa/Montréal, Vancouver, 16>23 novembre 2018

Terza edizione dell’evento che si inserisce nel piano di azioni per il sostegno al settore agroalimentare e alla cucina italiana, c.d. Food Act, presentato dal MIPAAF per conto del Governo italiano e nelle attività previste dal Protocollo d’intesa per la valorizzazione all’estero della cucina italiana di qualità sottoscritto tra MAECI, MIPAAF e MIUR. La Regione Emilia-Romagna ha individuato come mercato protagonista delle attività 2018 di promozione istituzionale e commerciale il Canada. Saranno previste tre tappe, in ognuna delle quali si svolgerà un ricco programma di incontri. Sarà prevista anche la partecipazione di aziende emiliano-romagnole per incontri b2b con controparti locali a Toronto e in altra tappa da confermare. Il programma definitivo, i partner in loco, le location e le modalità di partecipazione sono in fase di definizione. Alla missione parteciperà l’Assessore all’Agricoltura Caccia e Pesca Simona Caselli; è possibile anche la presenza del Presidente Stefano Bonaccini. Unioncamere Emilia-Romagna si coordinerà con l’Assessorato per l’organizzazione della missione e in particolar modo per la partecipazione delle imprese alla missione in loco.

2. “ATTIVITA’ DI SUPPORTO AGLI EVENTI ISTITUZIONALI E/O COMMERCIALI DELL’ASSESSORATO AGRICOLTURA ALLESTERO” – 2018>2019

Nell’ambito del Protocollo d’Intesa, Unioncamere Emilia-Romagna supporterà l’Assessorato Agricoltura nell’organizzazione di possibili eventi di carattere istituzionale e/o commerciale all’estero (es. Vienna, Dubai, ecc...)

3. “EVENTI DI PROMOZIONE E DI CONSOLIDAMENTO IN CANADA/QUEBEC” – 2018>2019

Le attività promozionali rivolte al mercato canadese hanno l'obiettivo di facilitare nuovi flussi di turismo esperienziale a vocazione enogastronomica e di consolidare le attività già realizzate nel corso degli ultimi sei anni. Tutte le azioni saranno realizzate di concerto con il partner di progetto, la CCIE di Montréal e in sinergia con APT Servizi. Attraverso il portale della CCIE "Wine and Travel Italy" si realizzeranno quattro tipologie di azioni: un piano editoriale di 10 settimane dedicato al territorio emiliano-romagnolo sul portale WTI e sui social media, redatto da esperti di comunicazione (racconto tradizioni enogastronomiche, storie aziendali, contest legati al riconoscimento delle produzioni regionali a denominazione geografica, interviste, brevi video, eventi...); vetrine aziendali promozionali e di branding per le cantine e le aziende di food, con attrattori di turismo enogastronomico; pacchetti b2c che includano cantine ed aziende food della community di WTI e relative azioni di comunicazione/market push, in collaborazione con Agenzie Viaggi/Tour Operator canadesi specializzati in pacchetti on demand e a forte personalizzazione; allargamento offerta ai partner territoriali del Tour Operator canadese Tour Chanteclercs, partner di progetto da diversi anni.

4. **"BORSA DEI VINI IN IRLANDA E NEL REGNO UNITO"** – Dublino e Londra, 5 e 7 febbraio **2019**

L'evento, di consolidata esperienza, consente la partecipazione delle imprese ad una o ad entrambe le tappe. Ciascuna tappa ha la durata di una giornata. Ogni impresa ha una propria postazione e le necessarie attrezzature per far degustare i vini. L'evento è organizzato dall'Ufficio di Londra dell'ICE-Agenzia. Unioncamere Emilia-Romagna si coordinerà con Enoteca Regionale Emilia-Romagna, la quale ha inserito l'evento nel programma promozionale 2019.

5. **"I.F.E. INTERNATIONAL FOOD AND DRINK EVENT"** – Londra, 17>20 marzo **2019**

Collettiva di 6/8 aziende emiliano-romagnole alla manifestazione internazionale del settore food & beverage più importante del Regno Unito, a cadenza biennale. La fiera ha luogo nello spazio espositivo di Excel a Londra (65mila mq); i dati dell'ultima edizione del 2017 parlano di 29mila visitatori e 1350 aziende espositrici. Unioncamere Emilia-Romagna si coordinerà con l'Ufficio di Londra dell'ICE-Agenzia per la partecipazione delle aziende regionali alla fiera, che costituirà l'opportunità di consolidare la presenza delle nostre imprese sul mercato britannico.

6. **"ATTIVITA' IN SINERGIA CON IL PROGRAMMA DI APT SERVIZI"** – 2018>2019

Si stanno individuando sinergie con il programma di attività di APT Servizi nel Regno Unito e in particolare relativamente alla loro partecipazione ad eventi fieristici di settore ("WTM International Travel Trade Show" Londra, 5>7 novembre 2018) e agli eventi organizzati dalla

loro Agenzia britannica (educational tour in Emilia-Romagna individuali e di gruppo, servizio con una tv britannica sui castelli, un evento nel Regno Unito da individuare).

7. **“ATTIVITA’ PROMOZIONALI IN USA” - 2019**

7.1 è in fase di valutazione con l’Assessorato Agricoltura la possibile realizzazione di un’attività di promozione con Eataly USA in uno dei loro punti vendita, a seguito delle attività svolte in occasione della prima edizione della Settimana della cucina italiana nel mondo a New York del 2016;

7.2 è in fase di valutazione, di concerto con Enoteca Regionale Emilia-Romagna e con l’Ufficio di New York di ICE-Agenzia, la partecipazione alla manifestazione “SUMMER FANCY FOOD” di New York (30 giugno>2 luglio 2019) e relativi servizi collaterali.

Risultati attesi

- consolidamento e rafforzamento della valorizzazione delle eccellenze eno-gastronomiche 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;
- massimizzazione dell’efficacia degli interventi promozionali e coordinamento dei medesimi attraverso l’implementazione della sinergia – anche finanziaria – tra tutti i soggetti deputati.

Costi del progetto e quote forfetarie a carico delle imprese

I costi lordi complessivi del Progetto 2018 ammontano ad **euro 70.000,00**: euro 30.000,00 a carico di Unioncamere Emilia-Romagna ed euro 5.000,00 a carico di ciascuna CCIAA (per un ammontare complessivo di euro 40.000,00). Alcune delle attività vedranno il co-finanziamento dell’Assessorato Agricoltura Caccia e Pesca della Regione Emilia-Romagna e la compartecipazione finanziaria di APT Servizi per le azioni di loro pertinenza. Sono previste quote di partecipazione a carico delle imprese, differenziate per tipologia di attività, che verranno comunicate nelle rispettive circolari informative.

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

COLOMBIA ATRACCIÓN

Supporto alla promozione commerciale delle PMI emiliano-romagnole della filiera della meccanica agricola e post harvest in Colombia

Premessa

La Colombia, con una crescita del PIL dell'1,84% registrata nel 2017 e con previsioni di crescita per il 2018 tra il 2% e il 3,1%, è posizionata al quarto posto tra le economie latino-americane dopo Brasile, Messico e Argentina ed è il secondo paese più popolato del Sudamerica. L'Accordo di Libero Scambio tra UE-Colombia e Perù, in vigore dal 1° agosto 2013, ha ridotto notevolmente i dazi doganali, facilitando le esportazioni italiane verso la Colombia che, conseguentemente, sono ammontate nel 2017 a 590 mln di euro, mentre le importazioni italiane dalla Colombia a 627 mln di euro. Il grado di investimento italiano in Colombia ha conosciuto nell'anno 2017 una crescita esponenziale rispetto al 2016, registrando un totale di 29,9 mln di USD. A questa crescita degli investimenti diretti italiani in Colombia si affianca un rinnovato impegno istituzionale tra Italia e Colombia a favore di un incremento delle relazioni commerciali rappresentato, tra l'altro, dalla firma dell'Accordo sulla Doppia Imposizione fiscale e dal Memorandum d'Intesa sulle risorse energetiche, avvenuti entrambi ad inizio 2018. Il settore che sta trainando negli ultimi due anni la crescita economica colombiana è l'agricoltura e le prospettive risultano ancora più interessanti a seguito del processo di pacificazione (conseguito con la consegna delle armi da parte delle Farc), che ha reso possibile il recupero di ampie aree di terreno disponibili per la produzione agricola. Sono stati pertanto incentivati investimenti sia nazionali che internazionali. La Colombia vanta inoltre indubbi vantaggi logistici e agrometeorologici: è l'unico paese del Cono Sud ad avere sbocchi naturali sul Pacifico e sul mar dei Caraibi e permette una costante produzione agricola per tutto l'anno grazie ai cinque piani termici presenti sul territorio. Il miglioramento dell'ordine pubblico e, soprattutto, la scomparsa del fenomeno di "El Niño", sono stati determinanti nell'incoraggiare gli investimenti soprattutto in agricoltura. Lo sviluppo costante del settore, oltre a promuovere il Prodotto Interno Lordo, ha generato una crescita dell'occupazione contribuendo alla riduzione dell'inflazione e registrando congiuntamente un aumento del 7,2% delle esportazioni dei prodotti agricoli nel 2017. Tale aumento è derivato principalmente dall'esportazione di frutta tropicale (avocado colombiano in primis), nei grandi mercati internazionali (USA in particolare). Il conseguente aumento della superficie seminata richiede però tecnologie innovative e prodotti adeguati al fine di agevolarne la produttività attualmente

insufficiente. Si rende pertanto necessario aggiornare ed incrementare le tecniche di produzione per poter ottenere i prodotti agricoli conformi alle caratteristiche richieste dal mercato mondiale e, soprattutto, per non disperdere la produzione. Gli operatori colombiani conoscono l'Italia e la considerano un partner affidabile per l'alto livello tecnologico delle sue imprese. Nel 2017 l'Italia ha infatti esportato macchinari agricoli in Colombia per oltre 6 milioni di Euro di cui 2.914.000 Euro sono stati esportati solo dall'Emilia-Romagna che, a sua volta, ha registrato un aumento del 67,45% rispetto al 2016 (tale forte tendenza all'aumento si registra dal 2014). L'ampia disponibilità di terreni a vocazione agricola, lo spazio per migliorare la produttività e la gestione post-raccolta degli alimenti, le condizioni climatiche tropicali (che consentono la produzione di cibo durante tutto l'anno), prospettano un allettante potenziale per gli investimenti dei macchinari agricoli e dell'eccellenza del settore prodotto in Emilia-Romagna che si conferma la regione più importante per la produzione di macchinari agricoli in Italia (i dati del 2017 attestano 2.609 macchinari agricoli prodotti in Italia, di cui 453 prodotti in Emilia-Romagna).

Soqgetto promotore

- Unioncamere Emilia-Romagna

Partner di progetto

- ✓ in Italia: Camere di Commercio dell'Emilia-Romagna e le Aziende Speciali di Modena (Promec) e di Ravenna (SIDI Eurosportello); Cesena Fiera SpA; Università di Bologna Dipartimento di Scienze Agrarie; Associazioni di categoria di settore e consorzi di filiera;
- ✓ all'estero: Agenzia ICE Colombia; Ambasciata d'Italia a Bogotà ed eventuali altri partner locali da individuare; Aster (da verificare per possibile collaborazione con centri tecnologici colombiani).

Paese obiettivo della promozione

- Colombia

Settore produttivo regionale target

Aziende con sede o unità operativa in Emilia-Romagna appartenenti a settori merceologici della filiera della meccanica agricola e post harvest: lavorazione e coltivazione (tecnologie, attrezzature e materiali per la lavorazione del terreno, in particolare frutticoltura e orticoltura); macchine per

l'irrigazione, macchine per la raccolta, macchine per la prima lavorazione e conservazione del prodotto, macchine per il trasporto del prodotto.

Obiettivi

- dare impulso a collaborazioni economico/industriali con controparti locali
- favorire ed incrementare la penetrazione commerciale e l'avvio di collaborazioni d'investimento delle imprese emiliano-romagnole della filiera della lavorazione, trasformazione e commercializzazione di macchinari, tecnologie e prodotti per l'agricoltura in Colombia;
- proporre un approccio consapevole e strutturato al mercato colombiano attraverso una informazione puntuale sulle opportunità di business e percorsi personalizzati di accompagnamento che prevedano un supporto integrato alle PMI, con informazione, consulenza, e supporto alla promozione;
- offrire servizi di supporto alle imprese partecipanti al progetto volti al consolidamento dei contatti di business avviati nel corso di incontri B2B e/o visite aziendali in Emilia-Romagna e nel corso della fiera in Colombia;
- favorire il rafforzamento dei rapporti istituzionali, le collaborazioni in campo economico ed industriale, e più complessivamente, incrementare l'immagine del sistema Emilia-Romagna attraverso azioni di filiera;
- avviare azioni di marketing territoriale, anche con il coinvolgimento di enti pubblici, di ricerca e di promozione del territorio regionale, in occasione della missione incoming di operatori dalla Colombia in Emilia-Romagna;
- dimostrare che le eccellenze emiliano-romagnole nella produzione ortofrutticola possono migliorare la produzione agricola colombiana per poter meglio soddisfare le esigenze del mercato interno e poter ottenere un prodotto attraente e debitamente adattato per i mercati internazionali, in un'ottica di agricoltura 4.0.

Settori di destinazione nel paese target

Il progetto avrà come target di destinazione le imprese agricole, importatori, distributori e grossisti del settore dei macchinari agricoli e post harvest, delle tecnologie e dei prodotti per l'agricoltura;

i consorzi di produttori agricoli e dei fornitori delle “Centrales de Abasto” (Centrali di approvvigionamento di generi alimentari), e Centri tecnologici in Colombia.

Tempi di realizzazione

Novembre 2018 > Novembre 2019

Linee di intervento

Il progetto è impostato attraverso l’articolazione di fasi ed attività strutturate ed organiche tra loro: informazione, assistenza personalizzata, attività promozionali e di follow-up. La proposta progettuale si caratterizza quindi per una spiccata complementarità tra le azioni previste. Nel progetto saranno coinvolti anche centri tecnologici colombiani. 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 – PROMOZIONE DELLA PROPOSTA PROGETTUALE ALLE AZIENDE REGIONALI

Al fine di illustrare l’intero percorso del progetto alle aziende interessate e descriverne opportunamente fasi e obiettivi, si prevede l’organizzazione di massimo quattro incontri sul territorio, della durata di mezza giornata, a cura di esperti dei temi trattati, da svolgersi presso le sedi camerali. Al termine di ogni presentazione potranno essere organizzati incontri individuali tra le aziende partecipanti ed i relatori anche per valutare preliminarmente l’idoneità al percorso e al mercato sulla base delle specificità e fabbisogni delle imprese interessate a partecipare alle attività del progetto. La promozione alle imprese proseguirà attraverso le Camere di commercio e le Aziende Speciali emiliano-romagnole, le Associazioni e i Consorzi imprenditoriali di settore con l’obiettivo di costituire il gruppo di imprese emiliano-romagnole interessate a partecipare alle attività previste. Ulteriori azioni di promozione verranno effettuate attraverso i consueti canali di comunicazione del sistema camerale e i media disponibili sul territorio.

Luogo: quattro sedi camerali da individuare

Tempistica: novembre-dicembre 2018

AZIONE 2 – PRESENTAZIONE DELLA FILIERA ORTOFRUTTICOLA SPECIALIZZATA (MISSIONE ISTITUZIONALE ED ESPLORATIVA IN COLOMBIA)

Organizzazione di un evento di lancio per l'avvio della promozione del Progetto in Colombia, in collaborazione con il partner locale individuato e l'Ambasciata d'Italia a Bogotá. Alla presenza degli stakeholder colombiani individuati, i rappresentanti delle istituzioni camerali e regionali dell'Emilia-Romagna presenteranno il progetto e le attività che saranno realizzate a favore del settore della meccanica agricola nel mercato colombiano, individuando e verificando congiuntamente gli interlocutori che le imprese emiliano-romagnole potrebbero incontrare nella successiva missione imprenditoriale in Emilia-Romagna. Verranno altresì presentate nuove varietà ortofrutticole e nuove tecniche di coltivazione a cura di un docente/ricercatore dell'Università di Bologna, Dipartimento di Scienze Agrarie e, in collaborazione con i rappresentanti di Cesena Fiera Spa, organizzatrice della fiera Macfrut di Rimini, verrà illustrata l'offerta produttiva delle aziende emiliano-romagnole partecipanti al progetto. A completamento delle informazioni rese disponibili durante l'evento, potranno essere inoltre organizzati ulteriori incontri con Enti, Istituzioni governative e/o universitarie su possibili programmi-progetti di sviluppo che possano risultare di interesse per il settore target con l'obiettivo di favorire l'avvio di un dialogo con le controparti colombiane e l'impostazione dell'attività di collaborazione.

Luogo: Bogotá

Tempistica: 20-24 febbraio 2019

AZIONE 3 – PREDISPOSIZIONE DI UNO STUDIO DI SETTORE DELLA MECCANICA AGRICOLA IN COLOMBIA

Redazione di uno studio di settore della meccanica agricola e del post-harvest a cura del partner locale individuato, allo scopo di informare le imprese emiliano-romagnole partecipanti e gli stakeholder del nostro territorio sulle opportunità di business che gli ingenti investimenti del Governo colombiano stanno aprendo per la modernizzazione e l'implementazione dell'agricoltura e della sua meccanizzazione. Verranno inoltre forniti elementi specifici sulla base delle produzioni delle imprese partecipanti opportuni per l'impostazione di una strategia di penetrazione sul mercato colombiano.

Tempistica: febbraio-maggio 2019

AZIONE 4 – CHECK-UP DELLE IMPRESE E RILEVAZIONE LORO FABBISOGNI PROPEDEUTICI ALLA MISSIONE INCOMING

Il partner locale incaricato effettuerà un'analisi dei "company profile" compilati dalle aziende partecipanti al progetto che sarà propedeutica alla successiva missione imprenditoriale degli operatori colombiani in Emilia-Romagna. Tale analisi sarà infatti necessaria e funzionale per poter fornire una prima selezione delle opportunità identificate nel mercato. Il check-up potrà altresì essere confermato da un contatto diretto da svolgersi con i rappresentanti delle aziende e con il referente dell'ufficio locale partner, utile a finalizzare al meglio la ricerca delle controparti locali sulla base delle effettive esigenze delle aziende partecipanti. A completamento delle informazioni rese dalle controparti, verrà elaborato un report di base per ciascuna azienda partecipante ed un primo elenco di potenziali operatori colombiani selezionati ed interessati ad incontrare le aziende partecipanti. In tale occasione verrà distribuito lo studio di settore nel mercato colombiano redatto dal partner locale.

Luogo: Bogotà / Emilia-Romagna

Tempistica: marzo-aprile 2019

AZIONE 5 – MISSIONE INCOMING DI OPERATORI COLOMBIANI: ORGANIZZAZIONE DI INCONTRI B2B, VISITE AZIENDALI E VISITA ALLA FIERA "MACFRUT" A RIMINI

E' prevista l'organizzazione di una missione incoming di circa 8-10 operatori provenienti dalla Colombia selezionati sulla base delle esigenze emerse dalle aziende emiliano-romagnole partecipanti afferenti al settore dei macchinari agricoli, tecnologie e materiali per le lavorazioni in campo, e del settore del post-raccolta. Sarà realizzata preliminarmente a Bologna una tavola rotonda con i rappresentanti della Regione, delle Camere di commercio, delle Aziende Speciali delle Camere di commercio, delle Associazioni imprenditoriali, dei Consorzi di filiera del territorio, dei Centri di ricerca e i rappresentanti delle aziende partecipanti, al fine di confrontarsi e far conoscere agli operatori colombiani presenti il panorama economico dell'Emilia-Romagna, la realtà di eccellenza nella produzione della meccanizzazione agricola, unitamente alle migliori prassi ed esperienze che l'Emilia-Romagna può offrire a supporto del settore. Al termine della sessione plenaria verrà organizzato un networking tra gli operatori colombiani e le aziende emiliano-romagnole partecipanti al progetto, al fine di avviare le trattative commerciali che potranno essere successivamente approfondite durante le visite aziendali. Questo primo appuntamento "b2b" permetterà di conoscere da vicino il mercato e di acquisire meglio le opportunità offerte dagli operatori colombiani. Le visite di approfondimento presso le sedi

aziendali verranno organizzate sulla base delle esigenze emerse in tali incontri, in collaborazione e su richiesta dei rappresentanti delle aziende partecipanti. La missione degli operatori colombiani si concluderà con una visita alla fiera Macfrut di Rimini, il cui programma sarà organizzato in collaborazione con Cesena Fiera, che co-finanzierà la parte del programma attinente la visita in fiera.

Luogo: Unioncamere Emilia-Romagna, sedi delle aziende partecipanti, Rimini fiera - Macfrut

Tempistica: 7-12 maggio 2019

AZIONE 6 – PARTECIPAZIONE COLLETTIVA AD UNA FIERA SPECIALIZZATA

E' prevista l'organizzazione di uno spazio collettivo alla fiera specializzata di settore "Expo AgroFuturo" di Medellin. La fiera è stata individuata sulla base dell'esperienza acquisita da alcune aziende di settore già presenti in Colombia oltre che sulla base di precedenti esperienze effettuate da parte di alcune imprese emiliano-romagnole che hanno partecipato alle passate edizioni. Fino al 2017 coesistevano due fiere in Colombia relative al settore agricolo, una a Bogotá e una a Medellin, l'organizzazione fieristica colombiana Corferias ha acquisito la fiera di Medellin raggruppando le due manifestazioni in un unico evento annuale che si tiene alternativamente tra le due città; l'edizione del 2019 avverrà nella città di Medellin. Ciascuna azienda partecipante potrà disporre individualmente di circa 6 mq. e di un "open space" adibito a area comune atto a reception, rappresentanza istituzionale e magazzino. In collaborazione con il partner locale verranno preliminarmente raccolte le informazioni delle aziende italiane partecipanti (anagrafiche, logo, immagini e contatti), ai fini dell'inserimento nel catalogo ufficiale della fiera e alle azioni promozionali aggiuntive che s'intendono realizzare: la creazione di una pagina web informativa della collettiva emiliano-romagnola, la realizzazione di un modulo web per la gestione degli incontri BtoB e relativa agenda degli appuntamenti di web promotion. L'allestimento di base sarà completato da una grafica adeguata alla connotazione regionale e sarà enfatizzato dall'immagine identificativa del progetto. La partecipazione della collettiva emiliano-romagnola sarà agevolata da una diramazione di inviti mirati agli stakeholder locali per la visita ai produttori partecipanti.

Luogo: Medellin - Colombia

Tempistica: settembre 2019

AZIONE 7 – ORGANIZZAZIONE DI UN EVENTO DI NETWORKING COLLATERALE ALLA FIERA

Durante lo svolgimento della fiera verrà infine organizzato un evento di “networking” con l’auspicio di favorire l’interazione sociale e la dinamicità commerciale. In collaborazione con il partner locale verranno invitati clienti/fornitori del settore, stakeholder e opinion leader per effettuare un momento di esperienza e di conoscenza reciproca, nonché un’occasione di incontro tra domanda e offerta.

Luogo: Medellin - Colombia

Tempistica: settembre 2019

AZIONE 8 – FOLLOW-UP DEL PROGETTO / SERVIZI DI ASSISTENZA

Al termine della fiera – in raccordo con l’impresa aderente e con il partner locale – saranno effettuati degli interventi mirati di follow-up sui contatti avviati nel corso del progetto. L’obiettivo sarà quello di consolidare maggiormente le prime relazioni sviluppate per favorire l’avvio di possibili opportunità commerciali. Nello specifico, a tal riguardo, l’attività di follow-up sarà condotta nell’arco temporale dei 2 mesi successivi la fiera e prevedrà azioni di ricontatto/verifica con gli operatori colombiani incontrati in occasione della missione incoming in Emilia-Romagna e della fiera “Expo AgroFuturo” di Medellin. Per ciascuna impresa coinvolta verrà quindi redatto un report finale con le indicazioni sia dei possibili risultati conseguiti, sia degli eventuali ostacoli che non hanno consentito lo sviluppo di trattative commerciali, con l’obiettivo di effettuare un’ultima, complessiva analisi e valutare possibili ulteriori azioni da intraprendere sul mercato colombiano.

Luogo: Colombia - Emilia-Romagna

Tempistica: ottobre > novembre 2019

AZIONE 9 – RILEVAZIONE CUSTOMER SATISFACTION E PRESENTAZIONE DEI RISULTATI DI BUSINESS

Per ciascuna azione verranno predisposti materiali informativi ad hoc, concordati con la Regione Emilia-Romagna (brochure progetto, guida Paese Colombia, roll-up, e circolari informative con l’inserimento dei loghi dei partner), e pagine web appositamente dedicate a cui connettersi dai siti della Camere di commercio della regione, dell’Unione regionale e della Regione Emilia-Romagna stessa. Verranno altresì utilizzati i canali di comunicazione a disposizione dei partner (rivista Econerre on line, riviste del sistema camerale, newsletter delle nove Camere di commercio e dell’Unione regionale). A seguito della rilevazione dei questionari di valutazione delle attività effettuate da parte delle imprese partecipanti, è prevista una giornata conclusiva di presentazione dei risultati del progetto in Emilia-Romagna. Insieme alle imprese regionali partecipanti potranno

essere valutate le ulteriori iniziative promozionali da effettuarsi per finalizzare e/o per implementare la presenza nel mercato colombiano. L'obiettivo è quello di supportare le imprese, rendere sostenibile ed eventualmente replicabile il progetto e consolidare a livello istituzionali i contatti attivati durante le azioni di incoming e outgoing.

Luogo: sede camerale dell'Emilia-Romagna da individuare

Tempistica: novembre 2019

Costi del progetto e quota forfetaria a carico delle imprese

La proposta progettuale sarà presentata a co-finanziamento della Regione Emilia-Romagna nell'ambito del bando per la concessione di contributi a progetti di promozione del sistema produttivo regionale sui mercati europei ed extra-europei 2018-2019 – Attività 4.1 Programma regionale Attività Produttive 2012-2015 – Annualità 2018.

Il progetto è di natura commerciale.

Il costo complessivo del progetto, per la partecipazione di 12 imprese, è pari ad **euro 103.000,00 oltre IVA**, con un contributo regionale pari al 50% dei costi indicati, oltre a spese generali e del personale forfetarie. Si precisa che 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/CCIAA ed un ulteriore contributo integrativo pari ad euro 1.875,00/azienda in base al numero di imprese partecipanti per singola provincia. Entrambi i contributi sono assoggettati a ritenuta d'acconto del 4% di cui all'art. 28 DPR nr.600/73 e successive modifiche e verranno richiesti alla Camera di commercio soltanto ad avvenuta approvazione della proposta progettuale da parte della Regione Emilia-Romagna e dell'effettiva partecipazione del numero minimo di imprese al progetto.

La quota forfetaria di partecipazione a carico di ciascuna impresa è pari ad euro 1.500,00 oltre IVA.

Responsabile e referente di progetto

MARY GENTILI – Area Promozione dell'impresa

Tel. diretto 051 6377019 – e-mail: mary.gentili@rer.camcom.it

ITALIAN FASHION VERSO DUBAI 2020

Premessa

Il progetto presentato ha come focus country gli Emirati Arabi Uniti, ancorché l'obiettivo finale del progetto sia un'espansione più vasta dell'attività commerciale delle aziende del fashion emiliano-romagnolo. Gli Emirati Arabi Uniti (EAU) rappresentano infatti uno dei mercati prioritari per la Regione Emilia-Romagna, essendo considerati come uno dei più promettenti e attraenti per gli investimenti internazionali. Gli Emirati sono una nazione della penisola araba, affacciata per la maggior parte sul Golfo Persico (Arabico), che sta vivendo un periodo di continuata crescita economica da molti anni a questa parte. Seppur piccolo – la sua superficie è di solo 83.600 Km² – il paese conta su una popolazione residente di oltre 10 milioni di persone. Di essi, tuttavia, solo circa il 15% è costituita da autoctoni. La popolazione restante è costituita da lavoratori espatriati residenti nel paese, dei quali il 50% proviene dal subcontinente indiano. Il paese è costituito da 7 differenti emirati: Abu Dhabi, Dubai, Sharja, Ras al-Khaima, Fujaira, Umm al-Qaywayn, Ajman. È dalla unione di essi che, nel 1971, è nato lo stato unitario che porta il nome di Emirati Arabi Uniti. La suddivisione rimane a livello amministrativo, con le famiglie regnanti che godono di una certa autonomia sul loro territorio. Il paese ha comunque un governo unitario, che ha sede in Abu Dhabi. La forma di governo è una Monarchia Elettiva Federale. Si tratta di una nazione ben inserita nella comunità internazionale ed è membra di numerose organizzazioni regionali ed internazionali, come il Consiglio di Cooperazione del Golfo (GCC), la Lega Araba, ONU, WTO, OPEC. Sono presenti sul territorio nazionale alcune interessanti costruzioni che divengono poi anche particolarmente attrattive turisticamente. Ad Abu Dhabi, la capitale insulare, si trova la Grande moschea di Sheikh Zayed, con i suoi lampadari di cristallo e i grandi spazi capaci di ospitare più di 40.000 fedeli. A Dubai sorge il più alto grattacielo del mondo l'ultramoderno Burj Khalifa, immensi centri commerciali e stravaganti luoghi per l'intrattenimento. Gli EAU sono nati e cresciuti sui proventi del petrolio, ma grazie ad una politica oculata, anno dopo anno, hanno diversificato i propri business, mantenendo un PIL elevatissimo.

Il settore tessile-abbigliamento in Emilia-Romagna riveste un ruolo significativo, rappresentando il secondo comparto manifatturiero per valore delle esportazioni e il quarto per numero di occupati. L'industria dell'abbigliamento regionale occupa una posizione di primo piano anche a livello nazionale, collocandosi al secondo posto, dopo la Lombardia, per valore delle esportazioni (21,2%

dell'export italiano di questi prodotti nel 2017) e al primo posto per saldo attivo della bilancia commerciale. La dinamica delle esportazioni regionali rispetto alla media italiana è migliore, con una particolare accelerazione negli anni più recenti, il 2016 e il 2017, nei quali l'export regionale è cresciuto del +5,2% e +5,1% e quello nazionale del +2,7% e + 4,7%. Sia l'export regionale che quello nazionale hanno ampiamente superato il valore pre-crisi (rispettivamente +30% e +20%), con un trend costantemente positivo dal 2010 al 2017. L'andamento delle esportazioni di abbigliamento nelle principali province della regione (fig. 1.4), evidenzia una crescita dei centri di Bologna e Piacenza, nei quali si concentrano imprese di servizio specializzate nella gestione degli interscambi commerciali con l'estero delle imprese di abbigliamento di maggiori dimensioni. Occorre, tuttavia, considerare che questi due poli logistici regionali gestiscono i flussi di import-export di imprese di abbigliamento non necessariamente localizzate in Emilia-Romagna, per cui anche le dinamiche delle esportazioni regionali potrebbero non esprimere fedelmente la capacità competitiva delle imprese manifatturiere regionali. Le province di Reggio Emilia e Rimini, dove sono localizzate imprese di abbigliamento di grandi dimensioni, vedono assolutamente una dinamica positiva dell'export. La filiera produttiva emiliano-romagnola comprende una vasta gamma di produzioni, garantendo quindi la possibilità di un fashion total look: dal tessile e maglieria, alle confezioni, alle calzature uomo e donna, agli accessori. I principali comparti sono quelli del tessile e abbigliamento, delle calzature e degli accessori. Per quanto riguarda tessile e abbigliamento, il distretto di Carpi (Modena) è caratterizzato principalmente da imprese di piccole e medie dimensioni, mentre quello di Bologna e Reggio Emilia da imprese di dimensioni medio-grandi, spesso conosciute a livello internazionale. Per le calzature, è nota l'area di Forlì-Cesena (San Mauro Pascoli, Savignano, Gatteo) e Rimini, specializzate nelle calzature di lusso, mentre Bologna si occupa perlopiù di calzature maschili di pregio. Una forte concentrazione di aziende produttrici di accessori moda si nota invece a Modena, Carpi in particolare, e a Bologna, a cui poi seguono Parma, Rimini e Reggio Emilia. Il tessuto imprenditoriale emiliano-romagnolo del fashion è perlopiù caratterizzato da imprese di piccole-medie dimensioni. Nel mese di settembre 2015 erano 22.700 le imprese e 90 mila gli addetti. Tuttavia, rispetto al 2008, il sistema moda della regione ha subito una contrazione, portando l'Emilia-Romagna a perdere il 7,8% circa delle imprese e il 10,4% degli addetti (circa 10mila). Nonostante questi dati, quest'industria svolge ancora una funzione importante all'interno del mercato del lavoro, in quanto contribuisce, in misura significativa, al sostegno dell'occupazione, in particolare quella femminile. Nonostante il

momento economico presenti delle difficoltà, gli indicatori raccontano che il settore nel suo complesso si sta riprendendo soprattutto grazie alle imprese che operano a livello internazionale. I dati dimostrano che il sistema moda in Emilia-Romagna rappresenta ancora un segmento fondamentale per l'economia regionale, fondando la propria competitività sulla qualità, la tecnologia avanzata, le peculiarità territoriali e l'abilità creativa. La Regione Emilia-Romagna crede fortemente in questo settore e punta molto su questa filiera produttiva, tanto da mettere in atto un progetto che mira alla creazione di una vera e propria Fashion Valley. Infatti sono state avviate numerose iniziative per supportare e incentivare l'internazionalizzazione del fashion regionale, la nascita di nuove imprese e la promozione dell'innovazione anche in quelle piccole e artigianali. Nel territorio emiliano-romagnolo si trovano brand di fama internazionale sia nel campo dell'abbigliamento che nel calzaturiero, con archivi storici unici al mondo e con un sistema accademico e formativo che incentiva la creatività e l'acquisizione di alte competenze. E' importante dunque valorizzare il sistema moda della regione, rispettandone l'identità e promuovendone le eccellenze anche all'estero.

Soggetto promotore

- Unioncamere Emilia-Romagna

Partner di progetto

- ✓ In Italia: Camere di Commercio dell'Emilia-Romagna e le Aziende Speciali di Modena (Promec) e di Ravenna (SIDI Eurosportello); CENTERGROSS S.r.l.; RONCUCCI&PARTNERS S.r.l.
- ✓ All'estero: ITA (ICE) -ITALIAN TRADE AGENCY di Dubai

Paese obiettivo della promozione

EMIRATI ARABI UNITI, paese con priorità regionale. Nonostante un leggero calo nelle esportazioni italiane nel 2017 (-1,4% rispetto all'anno precedente), gli Emirati continuano a rappresentare un importante mercato per le produzioni italiane, essendo il primo paese di destinazione nell'area del Golfo (5,3 miliardi di Euro nel 2017), con un export opportunity index pari a 68/100. uno dei principali settori italiani che vedrà aumentare le proprie esportazioni nel paese emiratino (+4% nel periodo 2018-2021, giungendo a 327 milioni di Euro) è proprio quello del tessile e dell'abbigliamento, che rappresenta attualmente il 6% del totale export verso gli EAU. Gli Emirati Arabi Uniti vogliono ritagliarsi il ruolo di "Paese cerniera" tra tutti i Paesi del Golfo Persico e

l'Europa, innanzitutto. Expo Dubai 2020 è quindi un'opportunità unica di portata internazionale. Sarà la prima Esposizione Universale a tenersi in Medio Oriente e soprattutto sarà la prima ad ospitare una maggioranza di visitatori proveniente da paesi stranieri. Si prevede un afflusso di visitatori notevolissimo; le previsioni più ottimistiche parlano addirittura di 100 milioni di visitatori in arrivo nella nuova area urbana chiamata Dubai South (prima conosciuta come Dubai World Central). Essere presenti significherà essere visibili a livello globale. Quale dunque migliore occasione per promuovere i prodotti della nuova Fashion Valley emiliano-romagnola a tutto il Medio Oriente, fino al Sud Est Asiatico. Vi sono numerose possibilità di promuovere questa filiera produttiva locale, ricercando diverse occasioni di sponsorizzazione e visibilità, che non si riducano solo all'area dell'esposizione, ma possano allargarsi anche ad altre zone del territorio emiratino.

Settore produttivo regionale target

Imprese con sede legale e/o operativa in Emilia Romagna, 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.

Si prevede il coinvolgimento di un minimo di 20 fino ad un massimo di 30 piccole-medie imprese emiliano-romagnole operanti nel settore fashion, nella sua accezione più ampia.

La decisione di sviluppare un progetto di promozione commerciale focalizzato sul settore del Fashion negli EAU durante l'Expo DUBAI 2020, deriva dalla riflessione che i prodotti appartenenti al mondo dell'abbigliamento e della moda rappresentano il Made in Italy italiano e sono veicolo di promozione del nostro paese in qualsiasi contesto. Quale occasione migliore di farsi notare durante un evento internazionale che ospiterà forse 100 milioni di persone. La regione Emilia-Romagna inoltre vanta una storia imprenditoriale lastricata di successi in questo settore, nonché l'esistenza di competenze distintive in ambito industriale e artigianale. La crisi purtroppo degli ultimi anni ha impoverito il settore riducendo il numero delle aziende manifatturiere o favorendo vendite oltre confine. Ciononostante il settore regionale tessile abbigliamento ha trovato nuova linfa e la determinazione di innovarsi, invertendo il trend negativo e concentrandosi sui mercati internazionali. Il presente progetto vuole essere un ulteriore strumento di crescita per il settore fashion, fornendo metodologie pratiche di gestione e occasioni concrete di business internazionali.

Obiettivi

Il progetto strategico mira a sviluppare una serie di iniziative a carattere promozionale, nell'arco temporale dell'anno 2019, potendo poi concludersi con la partecipazione all'esposizione universale di Dubai 2020. La presente iniziativa sarà focalizzata sulla Fashion Valley, ovvero sul settore tessile abbigliamento della regione Emilia-Romagna, con l'intento di concertare una strategia condivisa di internazionalizzazione dell'aggregazione, di innalzare le competenze manageriali delle singole aziende, di gestire una presenza digitale coordinata, di migliorare le performance economiche delle imprese regionali, ed infine di riportare l'attenzione del mondo e dei mercati sui prodotti fashion emiliano-romagnoli.

In sintesi quindi possiamo evidenziare i seguenti obiettivi:

- a) definizione di accordi per la presenza organizzata a EXPO DUBAI 2020;
- b) sviluppo della centralità e funzionalità di CENTERGROSS, inteso come piattaforma logistica regionale;
- c) aumento delle transazioni internazionali delle singole imprese partecipanti.

Il progetto si pone poi l'obiettivo di internazionalizzare un sistema locale settorialmente identificato, quale quello della Fashion Valley inclusivo di tutte le realtà imprenditoriali ad esso funzionali e afferenti. Ciò si traduce nella valorizzazione delle capacità e delle competenze del territorio oggetto del progetto, nel trasferimento di relativo know-how e nella diffusione di opportunità di lavoro e business, attraverso l'implementazione di strategie di sviluppo estero. Dal momento che la competizione internazionale non si gioca più solo sulla capacità di una singola impresa di affrontare i mercati internazionali, bensì su quella dell'intero sistema a cui essa appartiene, l'opportunità di implementare uno scambio, tra Centergross e grandi operatori arabi della distribuzione o intermediari, rappresenta una grande occasione di crescita.

Attorno al mondo del fashion ruotano molte attività economiche, manifatturiere (etichette, finiture, assemblaggi, packaging, shopper, espositori, manichini, etc..) e di servizi (logistica, lavaggio, tintura, stiro, comunicazione, promozione, stampa, etc..) che verrebbero direttamente o indirettamente beneficate dall'implementazione dell'iniziativa, valorizzando ulteriormente il territorio e il motore produttivo di base.

Settori di destinazione nel paese target

Il progetto avrà come target di destinazione 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.

Tempi di realizzazione

Novembre 2018 > Novembre 2019

Linee di intervento

Il progetto rappresenta l'inizio di un percorso di avvicinamento a Dubai 2020 ed intende coinvolgere, attraverso strumenti mirati ed adeguati, le PMI della filiera tessile abbigliamento nell'approccio al mercato emiratino, mettendo a punto percorsi di accompagnamento personalizzati, all'interno di una strategia di sistema capitanata da Centergross. Saranno avviate attività strutturate e coordinate tra loro, come: informazione specializzata, formazione, identificazione di controparti locali, assistenza personalizzata, attività promozionali e di follow-up. Il progetto mira sia ad aiutare le imprese a trovare immediate e valide opportunità commerciali, sia a fornire strumenti idonei per vincere la sfida di un consolidamento all'estero a lungo termine. Nel corso del 2019, se si verificheranno le condizioni, sarà possibile attivare, con le medesime modalità e i medesimi partner, un secondo progetto che porterà alla partecipazione attiva alla manifestazione di Dubai. Le attività previste si sviluppano in un arco temporale di 13 mesi (novembre 2018 > novembre 2019), saranno gestite secondo la metodologia del project management e prevedono la realizzazione di 8 attività, dopo aver costituito il Team e svolto il kick off di progetto.

AZIONE 1 – PROMOZIONE DELLA PROPOSTA PROGETTUALE

In accordo con le Camere di Commercio, verranno effettuati degli incontri presso le sedi camerali per presentare ed illustrare l'intero percorso alle aziende potenzialmente interessate. Tali azioni saranno supportate da un'ampia campagna di comunicazione attraverso i canali camerali (social e web) e quelli degli altri Partner di progetto. Un'ulteriore presentazione sarà realizzata all'interno del Centergross di Bologna. All'incontro parteciperanno i partner di progetto. Si prevede un collegamento via web con gli esperti a Dubai. Al termine della promozione territoriale si procederà

con la raccolta delle candidature. Successivamente, sulla base di una prima verifica condotta in collaborazione con il partner in loco, si procederà eventualmente ad una scrematura delle adesioni.

Luogo: sedi delle Camere di Commercio dell'Emilia-Romagna; Centergross

Tempistica: novembre-dicembre 2018

AZIONE 2 – ATTIVITA' DI INFORMAZIONE E FORMAZIONE PER LE AZIENDE PARTECIPANTI

Attività di informazione e formazione delle aziende partecipanti per una opportuna conoscenza del mercato target e delle principali tematiche relative al commercio estero e alle modalità di internazionalizzazione delle PMI. Si prevede di svolgere le seguenti attività: incontro di gruppo per la reciproca conoscenza e costituzione del team; incontri personalizzati per azienda; incontri di formazione; incontri di coordinamento per la gestione del progetto. Si intende fornire ai partecipanti approfondimenti circa il paese target, le opportunità fornite da Expo Dubai 2020, le tecniche minimali di commercio estero necessarie per affrontare colloqui con gli operatori esteri in Italia e negli EAU.

Luogo: Centergross e/o Unioncamere Emilia-Romagna

Tempistica: novembre>dicembre 2018

AZIONE 3 – MISSIONE RISTRETTA A DUBAI PER INCONTRO CON CONTROPARTI LOCALI

Organizzazione e partecipazione di una missione ristretta a Dubai per identificare modi e tempi di partecipazione ad Expo Dubai 2020 da parte del raggruppamento italiano, incontrare organismi locali e internazionali per definire la presenza del raggruppamento di progetto sul territorio emiratino, visitare partner locali per organizzare il successivo incoming in Italia. A tale missione parteciperanno alcuni rappresentanti del Team di Progetto e una/qualche azienda rappresentativa. Questa attività risulta essere particolarmente importante per gettare le basi sia per la definizione della collaborazione strutturata istituzionale che per l'identificazione di partner commerciali. Si prevede di organizzare la missione, organizzare gli incontri btob, definire i contenuti delle proposte commerciali desiderate, impostare una strategia di comunicazione condivisa, realizzare la missione, elaborare documenti di follow up, condividere i risultati con i partecipanti al progetto e svolgere i necessari follow up.

Luogo: Bologna, Dubai

Tempistica: organizzazione e realizzazione missione a Dubai novembre>dicembre 2018; follow-up missione e condivisione risultati con aziende partecipanti dicembre 2018>gennaio 2019

AZIONE 4 – MISSIONE INCOMING DI OPERATORI ESTERI IN EMILIA-ROMAGNA

Organizzazione e realizzazione di un incoming in Emilia Romagna di un gruppo di operatori provenienti dagli emirati e/o da zone immediatamente limitrofe. Si prevede di selezionare un gruppo di 10 operatori, distributori, buyer, responsabili di catene distributive o grandi mall, che soggiorneranno in regione per 3-4 giorni. Gli invitati si recheranno presso le aziende italiane partecipanti e sarà inoltre organizzato un momento collettivo presso Centergross, in quanto organismo rappresentativo del gruppo e promotore della Fashion Valley. In questa occasione sarà gradita una presenza della Regione Emilia-Romagna. Si prevede di organizzare l'incoming, accogliere gli ospiti, organizzare la logistica, organizzare il programma di lavoro presso le singole aziende, svolgere un incontro collettivo presso Centergross, informare gli ospiti sui valori e sulle caratteristiche della regione Emilia-Romagna, proiettare video promozionali e fare una visita delle principali attrazioni locali.

Luogo: Bologna, e sedi delle singole aziende partecipanti

Tempistica: organizzazione incoming ed incontro con aziende partecipanti gennaio>febbraio 2019; realizzazione incoming marzo>aprile 2019

AZIONE 5 – IDENTIFICAZIONE E SUCCESSIVA REALIZZAZIONE DI SPECIFICI PERCORSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE PERSONALIZZATI

Identificazione e successiva realizzazione di specifici percorsi di internazionalizzazione personalizzati, da svolgersi all'interno del "contenitore" Centergross, per le aziende aderenti, utilizzando metodologie consolidate di analisi e supporto alle decisioni imprenditoriali. Si prevede di sviluppare una strategia commerciale personalizzata per ciascuna azienda partecipante, somministrare alcuni strumenti di analisi utili per focalizzare le potenzialità di ciascuna azienda aderente, svolgere incontri individuali con i consulenti di progetto ed identificare azioni congiunte durante Expo 2020, con i partner commerciali ospitati in Italia e con altri eventualmente selezionati in azioni successive.

Luogo: sedi delle singole aziende partecipanti

Tempistica: gennaio>giugno 2019

AZIONE 6 – DEFINIZIONE DI UN PIANO PROMOZIONALE CONDIVISO

Definizione di un piano promozionale condiviso tra i partecipanti (materiali, web marketing, logo condiviso etc.). All'interno "dell'evento degli eventi" che si realizzerà a Dubai nel 2020 non ci si potrà muovere senza una strategia di comunicazione condivisa. Si intende dunque coordinare una immagine comune o un brand ombrello che possa essere usato da tutte le aziende partecipanti, per valorizzare i singoli prodotti, la Fashion Valley e il Made in Italy. Si prevede di svolgere riunioni di coordinamento, impostare una strategia di comunicazione condivisa, definire un logo comune, programmare una politica di web promotion, creare un network tra aziende, stakeholder, promotori, partner e valutare la creazione di un sito specifico del progetto per Dubai 2020.

Luogo: Bologna

Tempistica: gennaio>giugno 2019

AZIONE 7 – MISSIONE IMPRENDITORIALE NEGLI EAU

Missione commerciale collettiva negli Emirati Arabi Uniti per la definizione e firma di accordi commerciali e partecipazione ad eventi locali come aggregazione. La missione imprenditoriale avrà una durata di cinque giornate, due le tappe (Dubai e Abu Dhabi) e sarà organizzata in collaborazione con l'Ufficio ICE locale. Verranno identificati e selezionati partner emiratini in base ai company profile delle aziende e verranno organizzati b2b personalizzati con visite dirette presso le controparti locali. Il servizio offerto comprende nel dettaglio: ricerca e selezione di partner locali sulla base delle esigenze delle aziende; organizzazione di agende personalizzate di incontri d'affari B2B e visite dirette presso controparti locali; servizio di logistica per la realizzazione degli incontri d'affari e delle visite in loco; assistenza e supporto in loco da parte di personale dei partner italiani ed esteri coinvolti. Naturalmente la missione avrà come intento il consolidamento dei rapporti con gli operatori che hanno partecipato al precedente incoming. Il viaggio d'affari permetterà altresì di conoscere da vicino il mercato e di comprendere meglio le opportunità, nonché di sviluppare le dovute occasioni di networking con interlocutori ed operatori locali selezionati secondo le esigenze emerse durante l'analisi dei company profile. La missione avrà come scopo generale la creazione dei presupposti per essere visibili durante l'Expo Dubai 2020.

Luogo: Dubai, Abu Dhabi

Tempistica: maggio>luglio 2019

AZIONE 8 – ATTIVITA’ DI FOLLOW-UP DEL PROGETTO/SERVIZI DI ASSISTENZA SPECIALISTICA, ELABORAZIONE E DISSEMINAZIONE DEI RISULTATI FINALI

Follow-up a livello aziendale. Al termine della missione imprenditoriale saranno poi effettuati degli interventi mirati di follow-up da parte del partner italiano sui contatti avviati durante la trasferta. L’obiettivo sarà quello di consolidare maggiormente le prime relazioni sviluppate per favorire l’avvio di possibili opportunità commerciali. Nello specifico, a tal riguardo, l’attività di follow-up sarà condotta nell’arco temporale dei due mesi successivi alla missione e prevedrà azioni di ricontatto/verifica con le imprese locali incontrate in occasione della missione. Per ciascuna impresa coinvolta potrà nello specifico essere 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, con l’obiettivo di effettuare un’ultima complessiva analisi. Si svolgerà infine un’attività di disseminazione dei risultati conseguiti. Tali risultati saranno veicolati tramite gli strumenti di comunicazione dei partner per darne opportuna diffusione.

Follow-up a livello di raggruppamento. Sulla base dei risultati raggiunti e delle relazioni costruite sarà messa a punto la documentazione necessaria per la partecipazione all’Expo, nelle forme e nelle modalità che emergeranno nelle fasi precedenti del progetto. Inoltre, sarà condotta un’analisi di fattibilità per valutare l’opportunità di aprire un Temporary Store a Dubai. Tale opportunità sarà presentata a tutte le aziende facenti parte del raggruppamento.

Tempistica: settembre>novembre 2019

Disseminazione delle informazioni e dei risultati - Come già evidenziato, per ciascuna fase verranno predisposti materiali informativi ad hoc, concordati con la Regione Emilia-Romagna (brochure progetto, roll-up, circolari informative con l’inserimento dei loghi dei partner), promozione attraverso i social network e i siti delle Camere di Commercio della regione, dell’Unione regionale e della Regione Emilia-Romagna stessa. Verranno altresì utilizzati i canali di comunicazione a disposizione dei partner (rivista Econerre, riviste del sistema camerale, newsletter delle nove Camere di Commercio e dell’Unione regionale).

Costi del progetto e quota forfetaria a carico delle imprese

La proposta progettuale sarà presentata a co-finanziamento della Regione Emilia-Romagna nell’ambito del bando per la concessione di contributi a progetti di promozione del sistema

produttivo regionale sui mercati europei ed extra-europei 2018-2019 – Attività 4.1 Programma regionale Attività Produttive 2012-2015 – Annualità 2018.

Il progetto è di natura commerciale.

Il costo complessivo del progetto, per la partecipazione di 30 imprese, è pari ad **euro 160.000,00 oltre IVA**, con un contributo regionale pari al 50% dei costi indicati, oltre a spese generali e del personale forfetarie. Si precisa che 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/CCIAA ed un ulteriore contributo integrativo pari ad euro 800,00/azienda in base al numero di imprese partecipanti per singola provincia. Entrambi i contributi sono assoggettati a ritenuta d'acconto del 4% di cui all'art. 28 DPR nr.600/73 e successive modifiche e verranno richiesti alla Camera di commercio soltanto ad avvenuta approvazione della proposta progettuale da parte della Regione Emilia-Romagna e dell'effettiva partecipazione del numero minimo di imprese al progetto.

La quota forfetaria di partecipazione a carico di ciascuna impresa è pari ad euro 1.850/2.000,00 oltre IVA.

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