



Bilancio dei primi sei mesi 2011 del progetto che mette le nostre aziende in contatto con i mercati

DELIZIANDO: UN MODELLO VIRTUOSO PER LA PROMOZIONE DELL'AGROALIMENTARE

Dall'Emilia-Romagna un sistema ormai collaudato mette insieme domanda e offerta. Operatori stranieri, mercati e opinion leader esteri: ecco come il Pubblico lavora per il Privato e rafforza l'economia di un settore importante nella regione come quello agroalimentare

Dall'estero **oltre 200 operatori** e **una decina di giornalisti**, **9 attività di promozione** a livello internazionale, **220 aziende agroalimentari** coinvolte, il tutto accompagnato da importanti campagne di comunicazione e promozione in **6 Paesi** nel mondo. Sono i numeri che spiccano nel bilancio del primo semestre 2011 del **progetto Deliziando**, iniziativa di promozione del panier agroalimentare dell'Emilia-Romagna partita nel 2008, guidata dalla Regione in collaborazione con Unioncamere Emilia-Romagna, il sistema camerale regionale ed ICE con il patrocinio del Ministero dello Sviluppo Economico.

Numeri importanti che rappresentano le virtù di un sistema nato per facilitare l'incontro tra domanda e offerta di un settore che a livello internazionale subisce sempre di più il peso della concorrenza da tutto il mondo. Un modello che con iniziative di vario genere – dalle attività fieristiche a quelle di incontri business to business – ha saputo mettere in contatto un numero significativo di aziende agroalimentari impegnate nella produzione di alimenti Dop e Igp con i compratori dei più significativi mercati.

«Il progetto Deliziando è un successo non solo traducibile in numeri – spiega l'Assessore regionale all'agricoltura, **Tiberio Rabboni** – ma, cosa che ci sta a cuore, nella soddisfazione delle aziende coinvolte nelle attività del progetto». Per quanto riguarda il 2011 i workshop di Vinitaly e di Parma a fine giugno, hanno dato ampia visibilità e opportunità concrete alle aziende partecipanti, gran parte delle quali hanno ottenuto contatti ed accordi di grande interesse.

«Gli stessi operatori esteri – continua Rabboni – in più occasioni hanno espresso soddisfazione per la qualità delle nostre aziende e delle loro produzioni».

Dal 2008, primo anno di attività del progetto, ad oggi, **Deliziando ha investito oltre 5milioni di euro** per promuovere l'agroalimentare regionale coinvolgendo in quattro anni **oltre 2mila tra operatori e giornalisti esteri** del settore durante i momenti di fiera e **oltre 400 operatori** in incontri diretti con le aziende durante i vari work-shop e gli incontri B2B, direttamente svolti tra aziende e compratori esteri.

Sono state oltre **1.200** le presenze agli eventi realizzati da parte delle aziende del panorama agroalimentare dell'Emilia-Romagna. Senza dimenticare l'importanza della formazione, voce per la quale il progetto ha investito risorse, avviando alla conoscenza dei prodotti alimentari del territorio **circa 400 studenti di istituti alberghieri** di tutto il mondo. Infine, sono **una quindicina i Paesi** coinvolti nelle attività di promozione del progetto, tra cui: il Regno Unito, la Scandinavia, il Brasile, l'Austria e la Svizzera, la Russia, l'Asia con il Giappone e Hong Kong, Singapore e Taiwan quali porte d'entrata del mercato cinese.

E dopo i risultati importanti dei primi sei mesi del 2011, tutto è pronto per il ricco programma del secondo semestre che partirà da settembre con l'incoming di altri operatori e giornalisti stranieri in alcuni territori della regione, per far conoscere da vicino non solo le aziende, ma anche la storia e la cultura che lega questi all'enogastronomia, patrimonio grazie al quale in questi anni si sono



sviluppati anche molti canali turistici creando un indotto importante per tutte le attività che vi ruotano intorno.

Il progetto Deliziando ha come obiettivo la promozione delle eccellenze regionali attraverso un programma organico e articolato con tappe in tutto il mondo. Il progetto, portato avanti dalla Regione Emilia-Romagna in collaborazione con Unioncamere Emilia-Romagna, il sistema camerale regionale e ICE e patrocinato dal Ministero dello Sviluppo Economico, punta a mettere in contatto la domanda dei Paesi esteri con l'offerta.

Sono partner operativi, i Consorzi di Tutela e l'Enoteca Regionale.

Bologna, 25 luglio 2011, C.s. 08