

La promozione sui mercati esteri e gli strumenti di aggregazione: il progetto Deliziando e le reti di impresa

di Ugo Girardi, Segretario Generale Unioncamere Emilia-Romagna

**Il Sistema Agroalimentare dell'Emilia-Romagna: analisi e prospettive
Cesena, 7 marzo 2014**

1. Priorità delle linee programmatiche 2014

- 1 Autoriforma del sistema camerale: progetti di gestione associata e utilizzo di 4 aziende speciali con logiche di "area vasta" (protocolli di collaborazione con aziende speciali, il primo con **Promec** per internazionalizzazione nel luglio 2010) per economie di scala e di specializzazione;
- 2 Rafforzare la **collaborazione** con **enti pubblici** e **mondo associativo** per **non sovrapporre** iniziative e risorse: accordi e interventi integrati non solo per gli interventi di internazionalizzazione; anche confidi, ricostruzione aree colpite dal sisma ecc.);
- 3 Contribuire a elevare la **competitività** delle **PMI** (contratti di rete, innovazione, start up nuove imprese).

2 Collaborare con enti pubblici e associazioni

Accordo quadro con la Regione del novembre 2009: tra le priorità di intervento comune indicati interventi congiunti di internazionalizzazione (SPRINT-ER).

Protocollo d'intesa triennale (2014-2016) con la Regione –Direzione Generale Agricoltura per la promozione e valorizzazione dei prodotti enogastronomici a qualità certificata sui mercati esteri, anche in un'ottica di marketing territoriale.

Comitato export regionale.

Interventi di sistema nell'ambito del programma regionale unitario **BRICST PLUS 2013-2015**: Brasile, Russia, India, Cina, Sud Africa e Turchia, allargato ai Next 11.

Iniziativa di sistema per preparazione all'**Expo 2015**.

3) Sostegno a PMI per internazionalizzazione

- **Manager temporaneo per l'Export:** supporto all'internazionalizzazione delle Pmi attraverso una figura senior e una risorsa junior.
- **Manager temporaneo per le reti di impresa:** supporto alla predisposizione del contratto di rete e alla realizzazione del programma comune. Progetto Pilota Manager di rete per aggregazione vino (Consorzio vini Bertinoro -8 imprese) e food (Contratto di rete Emilia Food -3 imprese)
- Accompagnamento delle PMI nei mercati esteri emergenti con **progetti cofinanziati da Regione** e interventi integrati (progetto America Latina con protocollo dal 2005, Meccanica/Russia, Turchia/Sanità, meccanica e costruzioni/India, Brasile, Vietnam).
- Cabina di regia a livello nazionale: Sportelli per internazionalizzazione **world pass** presso le CCIAA, in collaborazione con MISE e ITA.
- Partecipazione a missioni di sistema e progetti nazionali.

4

Le collaborazioni con le istituzioni

- **Webinar con MAE:** progetto internazionalizzazione a portata di click per Filippine, Sud Africa, etc.
- **consorzio SIMPLER per politiche comunitarie:** progetti per internazionalizzazione, partecipazioni a fiere internazionali, informazioni su opportunità finanziamento e ricerca partner.
- Progetti a valere sull'accordo MiSE/ITA/Unioncamere nazionale.
- Potenziamento dell'**informazione economica: Osservatorio regionale per internazionalizzazione** in collaborazione con Regione, utilizzando nuovi strumenti (Archer road) di analisi di mercati esteri per filiera di attività.
- **Progetto Deliziando .**

Progetto Deliziando



Deliziando Tradition & Quality – The legendary flavours of Emilia-Romagna è il branding con il quale la Direzione Generale Agricoltura della Regione Emilia-Romagna, in partnership con Unioncamere Emilia-Romagna e in collaborazione con le Camere di commercio, i Consorzi di tutela, Enoteca Regionale e le aziende, promuove il sistema agro-alimentare regionale a qualità regolamentata nei mercati esteri.

Progetto Deliziando

- Il Progetto nasce nel 2008 dalla necessità di dare una **risposta unitaria e coesa**, con interventi sinergici tra pubblico e privato, finalizzata ad accrescere la conoscenza del patrimonio eno-gastronomico regionale e conseguentemente a **supportare l'internazionalizzazione delle imprese emiliano-romagnole del comparto agro-alimentare**.
- Affermare quindi in modo chiaro ed inequivocabile, anche attraverso la *condivisione* dei valori dei nostri prodotti, l'identità territoriale e produttiva dell'Emilia-Romagna e consolidando al contempo il posizionamento forte e distintivo della eccellenze enogastronomiche emiliano-romagnole ed il loro legame con il territorio d'origine.
- Sviluppatisi fin dall'inizio nell'ambito di un Protocollo d'Intesa triennale (al suo terzo rinnovo), il Progetto ha nell'**Unioncamere Er** e nelle **Camere di commercio il partner sul territorio per il coinvolgimento delle aziende** produttrici regionali, vere protagoniste a tutto tondo delle azioni promozionali.

Progetto Deliziando

La peculiarità più caratterizzante del Progetto è la qualità e la ricchezza del “**paniere**” dei prodotti che vengono proposti ai compratori internazionali:

- 19 prodotti DOP e 20 prodotti IGP;
- prodotti bio da agricoltura biologica;
- prodotti a Qualità Controllata (QC);
- oltre 30 prodotti tradizionali regionali;
- caffè e cioccolato;
- 20 vini DOP (ex DOC e DOCG) e 9 vini IGP (ex IGT); la promozione privilegia i vini prodotti da vitigni autoctoni.

➤ un **ventaglio di oltre 100 prodotti** per un paniere che include: aceti, bevande analcoliche, condimenti e conserve, distillati e liquori, formaggi, frutta e verdura, olio, panetteria e pasticceria, pasta, prodotti ittici della pesca e dell’acquacoltura, salumi, vini.

Progetto Deliziando

I **canali distributivi** di riferimento sono: HO.RE.CA.; importatori-distributori; enoteche-gastronomie-negozi specializzati, ristoratori.

Molteplici gli **strumenti e format** messi a disposizione delle imprese e dei partner istituzionali, tutte supportate da attività di comunicazione:

- a) incoming in Italia di operatori esteri per incontri B2B;
- b) partecipazione ad importanti eventi fieristici internazionali di settore;
- c) educational tour di giornalisti esteri alle realtà produttive regionali;
- d) campagne promozionali con i target di riferimento;
- e) attività formative e degustative.

La **strategia promozionale** prevede la compresenza di due distinti livelli:

- livello istituzionale a cura della Regione ER e dei Consorzi che favorisce la conoscenza ed il consumo dei prodotti;
- livello promo-commerciale a cura delle imprese che favorisce l'inserimento dei prodotti sui diversi canali distributivi esteri.

Progetto Deliziando

Alcuni numeri a supporto dei risultati raggiunti nel ***periodo 2008 - 2013:***

- ❑ 88 attività realizzate
- ❑ 24 i Paesi obiettivo della promozione: Europa, America Latina, Nord America, Asean
- ❑ 1.820 le presenze aziendali agli eventi realizzati
- ❑ 840 gli operatori esteri coinvolti negli eventi commerciali
- ❑ 7.540 gli incontri B2B realizzati
- ❑ 2.400 i giornalisti ed operatori esteri presenti agli eventi istituzionali
- ❑ 435 gli studenti esteri di scuole alberghiere coinvolti

Progetto Deliziando

A partire dal 2014 la ***promozione*** delle eccellenze eno-gastronomiche emiliano-romagnole si svilupperà in sinergia con APT Servizi ***anche in un contesto turistico*** per:

- a) consolidare la valorizzazione di un marketing territoriale;
- b) promuovere i singoli territori attraverso l'enfatizzazione dei percorsi enogastronomici che accompagnano il turista alla scoperta di culture che hanno segnato la nostra regione nella sua geografia e nella sua storia;
- c) creare circuiti di incoming in grado di connettere i sistemi produttivi con il patrimonio dei beni culturali dell'Emilia-Romagna per attrarre i visitatori esteri, anche in vista dell'importante appuntamento di **Expo 2015**.

Why?

- conoscere meglio e prima degli altri le opportunità di vendita nei vari mercati esteri;
- essere presenti in un numero maggiore di mercati di sbocco essere più rapidi nello sviluppo dei mercati esteri disporre di reti di vendita con potenziale di fatturato maggiore, più controllabili trattare direttamente;
- realizzare fiere, eventi e campagne pubblicitarie più efficaci, a costi più bassi;
- realizzare nello stesso prodotto, servizio più fatturato disporre di una logistica più efficiente garantire una migliore efficienza, a costi più bassi garantire un'assistenza post-vendita migliore, a costi più bassi
-

Le reti di impresa per l'internazionalizzazione

How?

- Ati
- Reti di imprese
- Licencing
- Joint Venture
- Società consortile o consorzio
- Il Consorzio Export
- Geie
- IL CONTRATTO DI RETE

Il contratto di rete

Un'aggregazione di imprese intorno ad un progetto condiviso al fine di accrescere la capacità e la competitività sul mercato.

Non limita l'autonomia degli imprenditori, non fa perdere il controllo dell'azienda, e permette di crescere insieme ad altre imprese in funzione dei risultati ottenuti.

Grazie