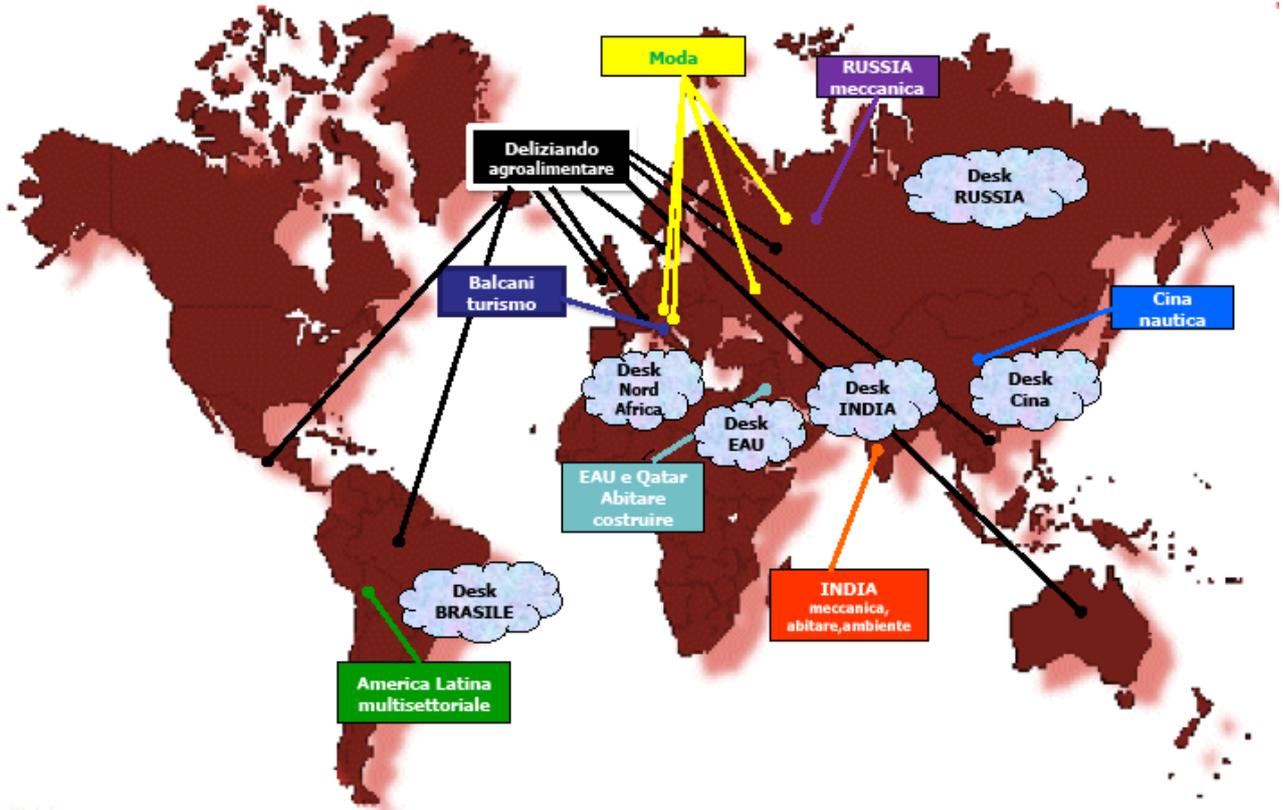


# **Programma integrato di attività 2012 per l'internazionalizzazione**

**Bologna, 7 novembre 2011**

## INDICE

	<b>PAG.</b>
1. Premessa	<b>6</b>
2. Iniziative di sistema a livello nazionale – Missioni nazionali congiunte	<b>8</b>
3. Iniziative di sistema a livello regionale	
3.1. Progetto Multipaese Deliziando – agroalimentare	<b>12</b>
3.2. Progetto India:	
3.2.1. Progetto India I – meccanica, abitare, ambiente	<b>15</b>
3.2.2. Progetto India II – meccanica, abitare, ambiente	<b>17</b>
3.2.3. Mini Master India	<b>19</b>
3.3. Progetto Russia – meccanica	<b>20</b>
3.4. Progetto Cina – nautica	<b>22</b>
3.5. Progetto EAU e Qatar – abitare costruire	<b>24</b>
3.6. Progetto America Latina – multisetoriale	<b>26</b>
3.7. Progetto Balcani - turismo	<b>28</b>
3.8. Progetto Multipaese – Moda	<b>30</b>
3.9. Enterprise Europe Network – Simplifier	<b>32</b>
4. Servizi di assistenza a livello regionale	
4.1. Uffici di collegamento	<b>33</b>
4.1.1. Ufficio di collegamento Brasile	<b>34</b>
4.1.2. Ufficio di collegamento India	<b>35</b>
4.1.3. Ufficio di collegamento Russia	<b>36</b>
4.1.4. Ufficio di collegamento EAU	<b>37</b>
4.1.5. Ufficio di collegamento Cina	<b>38</b>
4.1.6. Ufficio di collegamento Desk Nord Africa	<b>39</b>
4.1.7. Servizi di assistenza specialistica	<b>40</b>
4.2. Infoexport	<b>41</b>
4.3. Temporary Export Manager – anche per contratti di rete	<b>42</b>
5. CRM	<b>43</b>



## PAESI EUROPEI

<b>ATTIVITA'/PROGETTI</b>	<b>SETTORE-FILIERA</b>	<b>Ambito</b>
Prog. Deliziando	Agroalimentare	Assessorato Agricoltura, Enoteca Regionale
Prog. Francia	Agroalimentare	sistema camerale
Prog. Moda	beni di consumo	sistema camerale
Ecobusiness cooperation event e missione outgoing	Innovazione	SIMPLER
Infoexport		sistema camerale

## AREA MEDITERRANEO

<b>ATTIVITA'/PROGETTI</b>	<b>SETTORE-FILIERA</b>	<b>Ambito</b>
Area del mediterraneo - missione di sistema nazionale	Multisetoriale	Unioncamere nazionale
Prog. Balcani	Turismo	MISE a valere su risorse Legge Balcani 84/2001 annualità 2003
ECOBUSINESS COOPERATION EVENT e missione outgoing	Innovazione	SIMPLER
Ufficio di collegamento Nord Africa		
Infoexport		sistema camerale

## INDIA

<b>ATTIVITA'/PROGETTI</b>	<b>SETTORE-FILIERA</b>	<b>AMBITO</b>
missione di sistema nazionale	beni di consumo	Unioncamere nazionale
Prog. India I	meccanica, abitare-costruire, innovazione, ambiente ed energie rinnovabili,	Assessorato Attività Produttive
Prog. India II	meccanica, infrastrutture, abitare-costruire, innovazione, ambiente ed energie rinnovabili, automotive	sistema camerale
Mini Master		sistema camerale
Ufficio di collegamento		sistema camerale
Infoexport		sistema camerale

## RUSSIA

<b>ATTIVITA'/PROGETTI</b>	<b>SETTORE-FILIERA</b>	<b>AMBITO</b>
missione di sistema nazionale	beni di consumo	Unioncamere nazionale
Prog. Deliziando	Agroalimentare	Assessorato Agricoltura, Enoteca Regionale
Prog. Opportunità di business in Russia per le imprese emiliano-romagnole	Meccanica	SPRINT-ER
Prog. Moda	beni di consumo	sistema camerale
Ufficio di collegamento		sistema camerale
Infoexport		sistema camerale

**MEDIO ORIENTE**

<b>ATTIVITA'/PROGETTI</b>	<b>SETTORE-FILIERA</b>	<b>AMBITO</b>
Area del Golfo/Kuridistan iracheno -missione di sistema nazionale	Infrastrutture	Unioncamere nazionale
Prog. EAU e Qatar	Abitare-costruire	sistema camerale
Enterprise Europe Network	Innovazione	SIMPLER
Ufficio di collegamento EAU		sistema camerale
Infoexport		sistema camerale

**CINA**

<b>ATTIVITA'/PROGETTI</b>	<b>SETTORE-FILIERA</b>	<b>AMBITO</b>
Prog. Rafforzamento della filiera nautica emiliano-romagnola in Cina	nautica	SPRINT-ER
Deliziando (Hong Kong)	Agroalimentare	Assessorato Agricoltura, Enoteca Regionale
Ufficio di collegamento		sistema camerale
Infoexport		sistema camerale

**AMERICA LATINA**

<b>ATTIVITA'/PROGETTI</b>	<b>SETTORE-FILIERA</b>	<b>AMBITO</b>
Prog. America Latina	Multisetoriale	sistema camerale nazionale
Brasile - missione di sistema nazionale	ambiente ed energie rinnovabili	Unioncamere nazionale
Deliziando	Agroalimentare	Assessorato Agricoltura, Enoteca Regionale
ECOBUSINESS COOPERATION EVENT e missione outgoing	Innovazione	SIMPLER
Ufficio di collegamento Brasile		sistema camerale
Infoexport		sistema camerale

## **PREMESSA**

Con l'obiettivo di trovare le soluzioni per ovviare alla situazione critica determinatasi dopo la soppressione dell'ICE e per individuare le azioni prioritarie per l'internazionalizzazione, si sono svolti a Roma il 28 e 29 ottobre 2011 gli Stati Generali del Commercio con l'estero, su impulso del Sottosegretario del Ministero dello Sviluppo Economico con delega al commercio con l'estero, Catia Polidori. Ai lavori hanno partecipato Associazioni di categoria, responsabili dei principali istituti di internazionalizzazione, Regioni, imprenditori e rappresentanti delle autorità europee e italiane del settore. Tutti hanno sollecitato la ricostituzione di una struttura specializzata, sia pure con una struttura agile: la denominazione più citata è quella di Agenzia del Commercio Estero.

Il supporto all'internazionalizzazione delle PMI, per accompagnarle nei percorsi di radicamento nei mercati esteri, costituisce una costante dell'impegno delle Camere di commercio. Anche in Emilia-Romagna il sistema camerale è impegnato in questa fase a estendere esperienze innovative idonee ad allargare il numero delle imprese che esportano, che nel comparto manifatturiero ammontano a circa un terzo di quelle operative, e ad accompagnare quelle già internazionalizzate, per consolidare la loro attività all'estero.

Con la soppressione dell'ICE a partire dal 6 luglio, l'operatività degli accordi e dei progetti avviati in ambito regionale con l'Istituto è azzerata, malgrado l'assegnazione al direttore generale del Ministero dello Sviluppo Economico, della cura e presa in carico delle problematiche relative al trasferimento delle risorse e ai rapporti giuridici. Di conseguenza, sarà necessario nel 2012 costruire ulteriori percorsi di integrazione dei programmi a livello regionale al fine di colmare in parte, l'indebolimento - già determinato dalla riduzione progressiva delle risorse finanziarie - dell'attività di accompagnamento delle imprese all'estero, soprattutto se si tiene conto che una delle principali leve per la competitività è rappresentata proprio dall'internazionalizzazione.

Com'è noto la riforma del Titolo V della Costituzione del 2001 ha attribuito alle Regioni una potestà concorrente in materia di internazionalizzazione: le politiche regionali sono diventate, quindi, un dato imprescindibile dal quale partire. In questo senso l'esperienza dei Protocolli di collaborazione sottoscritti con Promec e con l'Eurospartello di Ravenna dall'Unione regionale rappresentano la volontà di ricercare in ambito camerale la massa critica idonea al raggiungimento di obiettivi più ambiziosi, evitando la sovrapposizione degli interventi e la dispersione delle risorse. Promec è stata individuata già dal 2011 come il soggetto al quale demandare il coordinamento operativo degli interventi integrati e delle adesioni degli enti camerali dell'Emilia-Romagna alle iniziative congiunte impostate a livello nazionale, inclusa l'organizzazione dei desk all'estero di sistema nei mercati considerati prioritari per le imprese emiliano-romagnole. I progetti che si svilupperanno a livello nazionale, manterranno una coerenza con le aree/Paesi considerati a livello prioritari a livello regionale, cercando di favorire la partecipazione delle imprese dell'Emilia-Romagna. L'Eurospartello è stato individuato, a sua volta, come soggetto gestore per proiettare all'estero alcune filiere strategiche per l'economia regionale, come ad esempio la nautica.

Alla luce della paralisi operativa determinata dalla repentina soppressione dell'ICE e dell'incertezza sulle disponibilità finanziarie della Regione, il sistema camerale nel 2012 sarà ancor più impegnato a supportare l'internazionalizzazione delle PMI emiliano-romagnole, in collaborazione con i soggetti aderenti allo Sportello SPRINT-ER, con le banche e con il mondo delle associazioni di rappresentanza delle imprese. Il sistema camerale regionale, grazie agli approfondimenti del Gruppo network, ha individuato i fili conduttori dei progetti di sistemi che saranno realizzati nel 2012: mercati e Paesi prioritari, pluriennalità degli interventi, individuazione delle filiere da proiettare all'estero, utilizzo di desk di sistema per appoggiare le azioni di accompagnamento delle imprese nei mercati internazionali.

Il nuovo scenario così descritto potrà inoltre aprire la strada a nuove forme di servizi alle PMI: formule come il manager temporaneo per l'export appaiono particolarmente utili per far evolvere le PMI con minor propensione al commercio estero, come attesta il progetto di rete concluso nel 2011 utilizzando risorse del fondo di perequazione camerale. A tal proposito nel 2012, nell'ambito del progetto "Internazionalizzazione: favorire il coordinamento e l'efficienza delle iniziative camerali", a valere sul fondo di perequazione 2009-2010, si proseguirà l'esperienza maturata con il Temporary Export Manager. Al fine di perseguire economie di scala e di specializzazione, sarà approfondita la fattibilità dell'utilizzo del Temporary Export Manager nelle aggregazioni di impresa basate sui contratti di rete: la strategia di internazionalizzazione delle PMI che si aggregano per affrontare i mercati esteri può essere meglio impostata avvalendosi dell'affiancamento di un pool di consulenti esterni. La fase di assistenza tecnica, che sopperisce all'assenza di un ufficio commerciale export nelle realtà di minor dimensione, può permettere ai soggetti che stipulano il contratto di rete di seguire con una metodologia affidabile un percorso condiviso.

Un versante che richiederebbe senza dubbio uno sforzo di maggior coesione da parte degli attori economico-sociali e istituzionali è la promozione del marketing territoriale, al fine di rafforzare la capacità di attrazione di investimenti esteri in Emilia-Romagna e di realizzare eventi di respiro internazionale. Nel 2012, per contribuire a dare risposta all'esigenza di potenziare l'attrattività nei confronti dei tour operator stranieri e per ricercare la massa critica necessaria a fronteggiare le sfide del mercato globale del turismo, difendendo le posizioni di avanguardia acquisite, il sistema camerale, nell'ambito del progetto "Innovazione e qualità per elevare l'offerta turistica integrata in Emilia-Romagna si impegnerà, in collaborazione con l'APT Servizi - la struttura imperniata sulla partnership tra Regione e sistema camerale - a promuovere attività integrate di promozione all'estero del settore turistico e della filiera agro-alimentare. Per tale via, tra l'altro, sarà data attuazione ai Protocolli d'intesa sottoscritti con l'Assessorato regionale al Turismo e Commercio e con l'Assessorato regionale per l'agricoltura. I prodotti agroalimentari di qualità e a riconoscimento comunitario, di cui il territorio dell'Emilia-Romagna dispone e che trovano nel brand "Deliziando" una significativa collocazione, devono diventare gli "ambasciatori" della promozione all'estero del "made in Emilia-Romagna". In una direzione analoga si muove il Protocollo di collaborazione sottoscritto con l'Assessorato al Turismo per l'implementazione, con riferimento agli standard internazionali, dei marchi di qualità dell'ospitalità, avviati con logiche di rete dal sistema camerale in collaborazione con l'ISNART.

Tenuto conto che l'internazionalizzazione rappresenta una fondamentale modalità con cui l'impresa crea valore, remunera le risorse investite, estende il proprio vantaggio competitivo, accede a nuove opportunità nel 2012, l'impegno del sistema camerale consisterà nel proiettare a livello territoriale, con la stipula di protocolli operativi, gli accordi sottoscritti a livello nazionale con importanti gruppi bancari (Intesa San Paolo, Montepaschi di Siena e ICCREA Holding) al fine di agevolare le PMI che intendono intraprendere processi di internazionalizzazione attraverso servizi specializzati di accesso al credito.

L'obiettivo per il 2012 consiste nell'adeguare ed innovare gli strumenti finanziari a favore delle PMI italiane nei loro processi di internazionalizzazione, in particolare: a) sviluppare e consolidare l'assistenza alle PMI; b) integrare i pacchetti di assistenza tecnica alle imprese con finanziamenti idonei; c) facilitare l'erogazione di garanzie per la micro e piccola impresa. Tale partnership permetterà da un lato di conferire al sistema camerale, il ruolo di principale erogatore di servizi di assistenza tecnica per l'internazionalizzazione (anche specializzata); dall'altro di potenziare il ruolo del sistema bancario quale erogatore di strumenti finanziari idonei a soddisfare le domande della micro e piccola impresa.

Un altro filone di approfondimento al quale può contribuire il sistema camerale consiste nell'agevolare l'accesso al credito le PMI che si mettono in rete. Attraverso la costruzione di Protocolli di collaborazione con i Confidi operanti in ambito regionale, verrà approfondita la possibilità di inserire tra gli elementi qualificanti ai fini della valutazione del rischio, l'importanza della partecipazione delle imprese a un progetto di rete, da cui deriva una maggiore capacità di innovazione e competitività. Anche l'asseverazione del programma di rete, per usufruire dei benefici fiscali, potrebbe essere compresa tra gli elementi utili per una valutazione più favorevole, a parità di altre condizioni, per le imprese che si riuniscono formalmente un una rete. Per tale via, il sistema dei Confidi si metterebbe a disposizione delle aziende che costituiscono reti di impresa, con una partnership imperniata sulla facilitazione dell'accesso al credito e sulla promozione di programmi di collaborazione realizzati attraverso i contratti di rete. Il percorso di approfondimento con i Confidi è volto, in conclusione, a migliorare il rating aziendale: partecipando alla rete, a un'impresa di ridotta dimensione dovrebbe essere riconosciuto un maggior peso nel merito del credito.

**2. MISSIONI NAZIONALI CONGIUNTE****Premessa**

Unioncamere ha inteso definire una programmazione di attività per il 2012 evidenziando filiere ed aree geoeconomiche nelle quali si sono registrate maggiormente convergenze in termini di manifestazione di interesse da parte del sistema camerale. Si è inteso, inoltre, tenere conto del ricco patrimonio costituito dai desk camerale all'estero e soprattutto dalla rete delle Camere di commercio italiane all'estero.

Con una finalità, inoltre, di specializzare maggiormente l'iniziativa camerale si è voluto individuare, tendenzialmente, un target settoriale alle iniziative (non privilegiando, pertanto, l'approccio multisettoriale). Si tratta, inoltre, di costruire nei mercati nei quali si è già operato una strategia di lungo periodo, con particolare riguardo alla necessità di assicurare un adeguato follow-up.

Occorre, allora, intercettare le opportunità di internazionalizzazione in quei mercati in crescita nei quali gli effetti perduranti della crisi internazionale non pregiudicano il conseguimento di trend positivi delle rispettive economie.

**GENNAIO-APRILE  
2012****FEDERAZIONE RUSSA** Capofila: CCIAA Prato

Ref. Simone Cesari (tel 0574 612801; [simone.cesari@po.camcom.it](mailto:simone.cesari@po.camcom.it))

Settori: Interior Design (mobili e accessori casa) – “Opera Italia – The Harmony of Italian design”

Showroom ed iniziative di promozione dell'Italian Life Style

**13-15 MARZO****SERBIA** Capofila: Aries Trieste

Ref. Nataša Ljubojev (tel. 040 6701251; [natasa.ljubojev@ariestrieste.it](mailto:natasa.ljubojev@ariestrieste.it))

Settori: agroindustria, infrastrutture e trasporti, energia, tessile, legno, metalmeccanica

Nell'ambito del progetto “Forum Permanente Serbia” legge 84/2001 – 2<sup>a</sup> annualità

**16-20 APRILE****INDIA** Capofila: Made in Vicenza

Ref. Francesca Vitetta: tel. 0444 994751 - fax 0444 994769 [info@vicenzaqualita.org](mailto:info@vicenzaqualita.org)

Settori: agroalimentare, infrastrutture/edilizia e a quelli della meccanica, della robotica, dell'energia, dell'ambiente, dei servizi e delle nuove tecnologie.

**APRILE/MAGGIO****TURCHIA** Capofila: Promos Milano/Metropoli Firenze

Settori: ambiente, energie rinnovabili e manifattura

*Analogo mercato è oggetto di una missione programmata da Confindustria nel 2012 (aprile) avente ad oggetto infrastrutture/logistica, Green Technologies (energia e ambiente) meccanica, legno/arredo, beni di consumo per la quale si cercherà la possibile convergenza.*

**MAGGIO****COLOMBIA** Capofila Metropoli Firenze

Settori: multisettoriale.

## 2° SEMESTRE



**FEDERAZIONE RUSSA** Capofila: Promos Milano/Promec Modena

Settori: beni di consumo/beni strumentali e meccanica

*Analogo mercato è oggetto di una missione programmata da Confindustria nel 2012 avente ad oggetto beni di consumo: dall'abbigliamento, alle calzature, agli accessori, ecc.. per la quale si cercherà la possibile convergenza.*

## SETTEMBRE



**IRAQ – Regione del Kurdistan iracheno** Capofila: Promos Milano

Ref. Mattia Miglio (tel. 02 8515.5374 ; miglio.mattia@mi.camcom.it)

Settori: multisetoriale

## 2° SEMESTRE



**EMIRATI ARABI UNITI/ QATAR** Capofila: Promos Milano/CCIAA di Torino-CEIPiemonte

Settori: ambiente, energie rinnovabili

## IN SOSPESO



**BRASILE** Capofila Promos Milano

Settori: meccanica, ambiente, beni di consumo, edilizia e tessile per la casa

*Analogo mercato è oggetto di una missione congiunta Governo-Regioni-sistema camerale (20-25 maggio 2012)*

## 2° SEMESTRE



**CINA** Capofila Promos Milano/Metropoli Firenze

Settori: arredamento

*Analogo mercato è oggetto di una missione di Confindustria nella seconda metà 2012 avente ad oggetto: efficienza energetica e protezione ambientale.*



**AREA MEDITERRANEO** Capofila Metropoli Firenze

Missioni di incoming Marocco, Tunisia, Egitto

**MIPIM Cannes**, 6-9 Marzo 2012

Settore: Immobiliare

Capofila Promos Milano



CeBIT

**CEBIT HANNOVER** Hannover, 6-10 Marzo 2012

Settore: ICT (non è prevista collettiva ICE)

Capofila CCIAA Torino/CEIPiemonte

Ref. Giovanni Pischedda (tel. 011 5716360; [g.pischedda@to.camcom.it](mailto:g.pischedda@to.camcom.it))

Ref. Rosanna Viola (tel. 011 6700685; [rosanna.viola@centroestero.org](mailto:rosanna.viola@centroestero.org))

**HANNOVERMESSE** Hannover, 23-27 Aprile 2012

Settore: subfornitura

Capofila: Concentro Pordenone



PROJECT  
QATAR

**PROJECT QATAR** Doha, 30 Aprile-3 Maggio 2012

Settore: edilizia, interior design (è prevista collettiva ICE)

Capofila: CCIAA di Torino/CEIPiemonte

Ref. Giovanni Pischedda (tel. 011 5716360; [g.pischedda@to.camcom.it](mailto:g.pischedda@to.camcom.it))

Ref. Katia Franchini (tel. 011 6700660; [katia.franchini@centroestero.org](mailto:katia.franchini@centroestero.org))

**HOSPITALAR** San Paolo, 22-25 Maggio 2012

Settore: Innovazione

Capofila: Promos Milano

Ref. Silvia Lambertini (tel. 02 85155311; [silvia.lambertini@mi.camcom.it](mailto:silvia.lambertini@mi.camcom.it))

**MACEF Mosca, 14-17 Maggio 2012; San Paolo, 19-21 Giugno 2012**

**Settore: oggettistica e materiali per la casa**

**Capofila: Promos Milano**

Ref. Sergio Cacopardo (tel. 02 8155375; [sergio.cacopardo@mi.camcom.it](mailto:sergio.cacopardo@mi.camcom.it))

**MAISON & OBJET Parigi, 7-11 Settembre 2012**

Settore: oggettistica e accessori casa

Capofila: Metropoli Firenze



MAISON  
& OBJET  
PARIS



N.A.S.F.T  
FANCY  
FOOD  
SHOW

**SUMMER FANCY FOOD Washington, 17-19 Giugno 2012**

Settore: agro-alimentare

Capofila: Promos Milano/ Made in Vicenza

Ref. Sergio Cacopardo (tel. 02 8155375; sergio.cacopardo@mi.camcom.it)

**COLLECTION PREMIERE MOSCOW (CPM)** Mosca, Settembre 2012



Settore: abbigliamento e accessori

Capofila: Promos Milano

Ref. Sergio Cacopardo (tel. 02 8155375; sergio.cacopardo@mi.camcom.it)

**HONG KONG JEWELLERY & GEM FAIR** Hong Kong, 19-25 Settembre 2012

Settore: gioielleria

Capofila: Promos Milano/Made in Vicenza

Ref. Sergio Cacopardo (tel. 02 8155375; sergio.cacopardo@mi.camcom.it)

Ref. Francesca Vitetta: tel. 0444 994751 - fax 0444 994769 info@vicenzaqualita.org

**POWER TRANSMISSION & CONTROL (PTC Asia)** Shanghai, 29 Ottobre – 1 Novembre 2012

Settore: *Trasmissioni meccaniche e controllo*

Capofila: Promos Milano

Ref. Paolo Sacchi (tel. 02 81551; paolo.sacchi@mi.camcom.it)



**SIAL Parigi, 21–25 Ottobre 2012**

Settore: agroalimentare

Capofila: Promec Modena

**BIG 5 Dubai, 5-8 Novembre 2012**

Settore: *Edilizia e costruzioni (non è prevista collettiva ICE)*

Capofila: Promos Milano/ Made in Vicenza

Ref. Mattia Miglio (tel. 02 85155374; mattia.miglio@mi.camcom.it)



**3.1 PROGETTO DELIZIANDO AGRO-ALIMENTARE.**

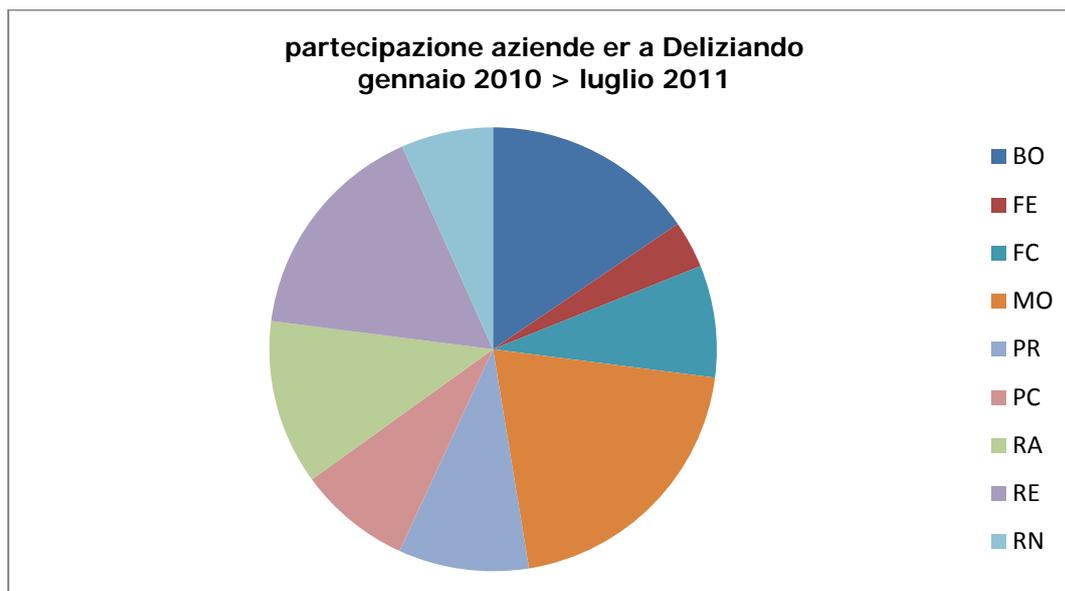
Premessa

Nel primo triennio (2008-2010) di attività il Progetto Deliziando ha supportato l'internazionalizzazione delle produzioni agro-alimentari di qualità dell'Emilia-Romagna sui mercati esteri e diffuso le conoscenze sul loro sistema di produzione, sperimentando un importante livello di integrazione tra tutti i soggetti deputati (Regione E.R., I.C.E., Unioncamere E.R. e sistema camerale emiliano-romagnolo, imprese regionali, Consorzi di tutela ed Enoteca Regionale). Il 2011 ha dato avvio ad una seconda fase di sviluppo del Progetto, con l'obiettivo di promuovere le produzioni regionali sui principali mercati internazionali in modo più diretto e mirato, integrando in maniera ancor più sinergica le attività e i co-finanziamenti dei diversi soggetti ed evidenziando l'esigenza di coinvolgere, attraverso le Camere di commercio provinciali, le aziende produttrici emiliano-romagnole in tutte le attività promozionali. I risultati attesi nel periodo 2008 – 2011 (primi sette mesi) sono stati i seguenti:

<b>18</b> i <u>Paesi</u> obiettivo della promozione: Australia, Austria, Brasile, Bulgaria, Danimarca, Finlandia, Hong Kong Irlanda, Messico, Norvegia, Polonia, Regno Unito, Repubblica Ceca, Russia, Singapore, Taiwan, Ungheria.
<b>65</b> le <u>attività realizzate</u> : 28 quelle istituzionali e 37 quelle promo-commerciali.
<b>1.261</b> le <u>presenze aziendali</u> agli eventi realizzati.
<b>594</b> gli <u>operatori esteri</u> coinvolti nelle attività B2B.
<b>2.257</b> gli <u>operatori e giornalisti</u> esteri agli eventi istituzionali.
<b>380</b> gli <u>studenti</u> esteri di Scuole Alberghiere coinvolti.

Nel periodo **gennaio 2010 – settembre 2011** sono state complessivamente **466** le presenze delle **aziende** regionali agli eventi promozionali di Deliziando realizzati, così ripartire per singola provincia:

- a) 232 aziende nel 2010 (45 BO; 9 FE; 21 FC; 33 MO; 17 PR; 21 PC; 33 RA; 40 RE; 13 RN);
- b) 234 aziende nei primi sette mesi del 2011 (27 BO; 7 FE; 17 FC; 62 MO; 27 PR; 17 PC; 23 RA; 36 RE; 18 RN).



Alla luce di tali significativi risultati proseguirà anche nel **2012** la promozione all'estero dei prodotti di qualità emiliano-romagnoli nell'ambito del Progetto Deliziando, con un ricco programma di eventi che includerà altresì alcune delle azioni già finanziate e previste nel 2011 e posticipate al primo semestre 2012. Si rafforzerà ulteriormente la collaborazione ed il co-finanziamento con i partner regionali (Assessorato Agricoltura, Consorzi di Tutela ed Enoteca Regionale) nell'interesse delle imprese regionali inserite nel Progetto.

Obiettivi:

- ampliare la programmazione al fine di prevedere attività per Paese, per tipologia di iniziativa (es. azioni con catena alberghiera), per singolo comparto (es. vitivinicolo) nell'ambito di una programmazione condivisa;

- consolidare il coinvolgimento dei nuovi canali distributivi e la realizzazione di nuovi format in cui l'azione di carattere istituzionale sia sempre mixata a quella di carattere imprenditoriale;
- consolidare la promozione sui mercati individuati (sia quelli "consolidati" che quelli "nuovi");
- valutare l'integrazione dei prodotti a qualità regolamentata del paniere di Deliziando con ulteriori prodotti da individuare (ipotesi nell'ambito dei prodotti agro-alimentari tradizionali dell'Emilia-Romagna) al fine di completare l'offerta eno-gastronomica regionale;
- intensificare la collaborazione ed il co-marketing con le istituzioni regionali (Enoteca Regionale ed Enti Fieristici in primis) coinvolgendo nuovi partner quali l'Assessorato Attività Produttive e A.P.T. e valutare altresì possibili sinergie con le istituzioni nazionali;
- intensificare l'attività di comunicazione finalizzata a valorizzare la Regione Emilia-Romagna ed il proprio territorio nel suo complesso, anche attraverso un turismo di qualità (certificazione del Marchio di Qualità "Ospitalità Italiana");
- confermare il co-finanziamento di tutti i soggetti, pubblici e privati, nelle azioni individuate, secondo modalità e criteri condivisi e differenziati per tipologia di soggetto e di attività;
- relativamente al Brasile, favorire ed incrementare la penetrazione commerciale dei prodotti agro-alimentari regionali, diffondendone la conoscenza ed il consumo ed elevandone l'immagine di qualità attraverso una serie mirata di azioni promozionali correlate, da svilupparsi in collaborazione con l'Ufficio di collegamento del sistema camerale regionale a San Paolo e con la Segreteria del Progetto America Latina, in un arco temporale di 18 mesi (gennaio 2012 > giugno 2013).

#### Settori di interesse:

- agro-alimentare:
  - a) aziende emiliano-romagnole del settore *food*: prodotti D.O.P. e I.G.P., prodotti Q.C. Qualità Controllata, prodotti biologici, selezione di alcuni prodotti tipici a completamento del paniere "Deliziando" (da valutare);
  - b) aziende emiliano-romagnole del settore *wine*: vini D.O.P. e I.G.P., vini biologici, vini autoctoni, distillati e liquori (da valutare).

Arco temporale di realizzazione delle attività: gennaio > dicembre 2012

#### Mercati obiettivo della promozione 2012:

- EUROPA (focus Regno Unito, Svezia) in qualità di mercati "consolidati" nei quali realizzare attività promo-commerciali, anche presso nuovi canali distributivi, nonché di comunicazione;
- FAR EAST (focus Hong Kong e Singapore), in qualità di mercati "nuovi" dove si integreranno le attività realizzate nel corso dell'ultimo biennio, anche con la presenza delle imprese regionali;
- ALTRI PAESI (Australia, Austria, Danimarca, Francia, Germania, Messico, Russia, Stati Uniti d'America, ecc..) per un'attività di incoming di operatori esteri food & wine per incontri B2B con imprese regionali in occasione di manifestazioni fieristiche e/o specifici eventi;
- BRASILE dove si realizzeranno una serie di attività sui prodotti e vini regionali, naturale continuità della promozione del settore wine realizzata positivamente nel 2011.

#### Attività previste:

##### **A. quelle già finanziate nel 2011 e posticipate al 2012:**

- a. attività di promozione con catene alberghiere svedese e londinese (corso di formazione per chef e sommelier in Italia e quindicine promozionali in loco);
- b. incoming di una quindicina di studenti svedesi in Emilia-Romagna per un corso integrativo di formazione (a seguito di quello effettuato a Stoccolma a novembre 2011);
- c. "Emilia-Romagna Day" in Messico: workshop per una quindicina di imprese emiliano-romagnole food & wine e momento informativo sui prodotti e vini;
- d. due educational tour di giornalisti (food & wine) esteri in Emilia-Romagna per una serie di visite alle realtà produttive regionali più rappresentative;
- e. due eventi formativi in loco in collaborazione con Associazione Sommelier austriaca.

##### **B. quelle del 2012 ancora da finanziare:**

- incoming di 35/40 operatori esteri settore food in Italia per incontri B2B con imprese emiliano-romagnole in occasione della manifestazione "Cibus" – Parma, 7 > 10 maggio 2012;
- attività di co-marketing per il settore vino in collaborazione con Enoteca Regionale:
  1. ricerca di mercato sulle opportunità del comparto vitivinicolo in Brasile e in Messico, presentazione dei risultati in occasione della manifestazione "Vinitaly" e successivamente presso le sedi camerali regionali;
  2. incoming di 35/40 operatori esteri settore wine in Italia per incontri B2B con imprese emiliano-romagnole vitivinicole in occasione della manifestazione "Vinitaly" - Verona, 25>28 marzo 2012

*(attività inserita nel Progetto Internazionalizzazione PMI a valere sui FP 2009/2010 in fase di approvazione);*

3. partecipazione delle imprese emiliano-romagnole in ambito istituzionale (banco d'assaggio) ad un paio di manifestazioni fieristiche del programma 2012 di Enoteca ("EXPOVINIS" a San Paolo, 24 > 26 aprile 2012 ed altra manifestazione nel Far East da individuare);
  4. attività di comunicazione per eventi promozionali in collaborazione con i Consorzi di Tutela vini in Italia e all'estero;
- attività di promozione in BRASILE:
1. ricerca di mercato sulle opportunità del comparto food in Brasile, con particolare focus sui prodotti a qualità certificata;
  2. presentazione dei risultati della ricerca di mercato del comparto vitivinicolo in Brasile in occasione della manifestazione "Cibus" e successivamente presso le sedi camerale regionali;
  3. partecipazione mediante stand collettivo alla prima edizione della manifestazione "S.I.AL. BRAZIL" - San Paolo, 25>28 giugno 2012 (che si svolgerà contestualmente alla 28<sup>a</sup> edizione della manifestazione "Fispal Food Service");
  4. servizio di assistenza specialistica per le imprese emiliano-romagnole partecipanti al Progetto Brasile a cura del Desk del sistema camerale a San Paolo;
- attività di consolidamento (comunicazione, eventi di promozione presso i loro ristoranti, attività formative, attività di co-marketing con gli importatori) con le catene alberghiere svedese e britannica per un potenziamento delle azioni già realizzate nel 2011;
- attività di promozione presso il canale HO.RE.CA. (con focus sulla ristorazione), anche nell'ambito del Marchio di Qualità "Ospitalità Italiana", la certificazione promossa dalle Camere di commercio in collaborazione con ISNART Scpa, per valutare l'offerta ricettiva e ristorativa di qualità;
- attività in-formative in collaborazione con le Scuole Alberghiere estere e quelle regionali, con eventi sia all'estero che in Emilia-Romagna;
- attività di comunicazione volte a consolidare la conoscenza della Regione Emilia-Romagna e del proprio patrimonio eno-gastronomico presso un selezionato gruppo di giornalisti di settore mediante la realizzazione di appositi educational tour in Emilia-Romagna e la realizzazione di una serie di articoli supportati da pubblicità tabellare presso riviste estere specializzate (food & wine).

**Finalità:** operare con un approccio sistemico in grado di ottimizzare le risorse, le competenze ed i ruoli dei singoli soggetti coinvolti.

**Risultati attesi:**

- la creazione di una domanda informata, attraverso una promozione del prodotto e del suo legame con il territorio di origine, anche attraverso la valorizzazione del Marchio "Ospitalità Italiana";
- la fidelizzazione degli operatori commerciali coinvolti (sia regionali che esteri);
- l'incremento del tasso di internazionalizzazione delle imprese emiliano-romagnole;
- la condivisione degli strumenti operativi in grado di dialogare sia con le imprese che con gli operatori esteri, al fine di agevolare e monitorare le informazioni utili allo sviluppo del Progetto (CRM, sito, banca dati, ecc...);
- per le attività di co-marketing per il settore vino in collaborazione con Enoteca Regionale, il coordinamento a livello regionale delle azioni degli Enti coinvolti;
- per il Brasile, il consolidamento dei contatti avviati con un selezionato gruppo di operatori economici, prioritariamente attraverso la concretizzazione di rapporti commerciali.

### 3.2.1. Progetto India I

**Promozione del settore edilizia, meccanica per l'edilizia, macchinari e macchine utensili, energia e ambiente, tecnologie agroalimentari in India**

(Progetto cofinanziato al 50% dei costi complessivi dalla Regione Emilia-Romagna, con risorse del Piano Pluriennale 2011-2013 Paesi BRICST)

#### **PARTENARIATO**

**Soggetti Promotore e attuatore:** Unioncamere Emilia-Romagna

**Soggetto Cofinanziatore:** Regione Emilia-Romagna

**Partner in loco:** Indo-Italian Chamber Of Commerce & Industry: Referente di progetto dr. Claudio Maffioletti - General Manager, e il sig. Satish Kumar, Business Manager, Business Assistance Dept.

**Durata del progetto:** 10 mesi (maggio 2011-marzo 2012)

**Paese a cui si rivolge l'azione promozionale:** India - Mharashtra (Mumbai), Delhi (Delhi) e Punjab (Chandigarh), Karnataka (Bangalore)

**Settori focus:** attrezzature e macchinari per l'edilizia e per le costruzioni; tecnologie e servizi per ambiente ed energie rinnovabili; tecnologie agro-alimentari; macchine e macchinari utensili.

#### **Attività di progetto 2011:**

- a) **Missione esplorativa (26-30 settembre 2011):** delegazione guidata dal dr. Alberto Egaddi, con Promec Modena, durante i lavori della "Indo-Italian Business Conference" (organizzata dalla IICCI a Mumbai, Pune, Kolkata), per promuovere le attività di business meeting ed il territorio emiliano-romagnolo alle Associazioni di categoria indiane;
- b) **Promozione pubblica del progetto (3-7 ottobre 2011):** 7 Giornate Paese India con presentazioni pubbliche alle imprese, presso le Camere di commercio di Ravenna, Forlì-Cesena, Parma, Bologna, Ferrara, Rimini e Reggio Emilia. Fulcro delle Giornate sono state i 55 incontri individuali di pre-selezione tra imprese e i funzionari della Indo-Italian Chamber of Commerce & Industry (dr. Maffioletti e Sig. Kumar).
- c) **Selezione delle aziende (13 ottobre– 3 novembre 2011)**  
In collaborazione con i referenti camerale è stata comunicata una prima lista di 27 imprese preselezionate per partecipare, poi estesa a tutte le **33 aziende con feedback positivo** (punteggio 4). Sono in fase di raccolta le adesioni e le conferme di voli e alberghi per almeno 20 partecipanti.  
(BO: 3, FC: 6; FE: 2, MO: 3; PC: 0, PR: 7, RA: 3; RE: 5; RN: 3)
- d) **Missione imprenditoriale collettiva di 20 imprese emiliano-romagnole in India (4-10 dicembre 2011):** Organizzazione di visite aziendali individuali a Mumbai (minimo 6/8 per azienda, con autovettura e interprete a disposizione) e incontri b2b (minimo 6/8) a Chandigarh, Bangalore e Delhi. Consegna dei "Prefeasibility Report individuali" realizzati dalla IICCI per le imprese partecipanti; Incontri dei Gruppi di lavoro settoriali in preparazione alle visite aziendali; Cena di benvenuto a Mumbai.
- e) **Missione istituzionale a Chandigarh (Punjab) (6 dicembre 2011 - ore 15):** Organizzazione di un seminario tecnico e della cerimonia per la sottoscrizione di un Memorandum of Understanding (MoU) bilaterale in merito alle politiche di sostegno alla cooperazione industriale, a due livelli a) tra Regione Emilia-Romagna e Regione del Punjab (alla presenza del Governatore Vasco Errani e del Chief Minister of Punjab, Parkash Singh Badal) e b) tra Sistema Camerale dell'Emilia-Romagna, e PHD Chamber of Commerce and Industry (alla presenza dei rispettivi vertici). Per il sistema camerale sarà presente il Presidente Andrea Zanlari. Per la Regione Emilia-Romagna l'Assessore Tiberio Rabboni.

**Attività di progetto 2012:**

- f) **Missione incoming di 12 buyers indiani in Emilia-Romagna (marzo 2012):** Organizzazione di incontri B2B presso le Camere di commercio dell'Emilia-Romagna. Organizzazione un evento istituzionale in collaborazione con la Regione Emilia-Romagna.
- g) Incontro di **follow-up** con aziende partecipanti alla missione imprenditoriale di dicembre 2011. Organizzazione di una **tavola rotonda settoriale** con operatori indiani, imprenditori e associazioni di categoria emiliano-romagnoli (**marzo 2012**).

### **3.2.2. PROGETTO INDIA II**

**Promozione delle imprese emiliano-romagnole dei settori tecnologie e meccanica per l'edilizia e le infrastrutture, arredamento, macchine utensili e lavorazioni particolari, macchine e tecnologie per il food processing, apparecchi biomedicali, tecnologie ambientali, automotive e settori innovativi (collegati al climate change).**

#### **PREMESSA**

In linea con quanto previsto nella programmazione promozionale della Regione Emilia-Romagna, concentrata sui Paesi BRICST, e quanto realizzato in partenariato nel 2011, il sistema camerale regionale ha deciso di dare continuità al Progetto India sulla base delle seguenti indicazioni:

- impostazione di attività pluriannuali (orizzonte 2013);
- concentrazione delle azioni per filiera;
- adesione dell'intero sistema regionale all'Ufficio di collegamento in India;
- attenzione particolare al coinvolgimento delle reti di impresa;
- offrire servizi di assistenza specialistica e di follow-up alle imprese partecipanti alla missione outgoing (dic 2011) per sostenerle in un percorso strutturato di penetrazione del mercato indiano.
- dare attuazione alle linee di lavoro inserite nel MoU con la Regione del Punjab (in via di sottoscrizione 06/12/2011 tra sistema camerale e PHD Chambers of Commerce & Industry);
- attivare forme di collaborazione con European Business Technology Centre (EBTC) e la rete Enterprise Europe Network, in particolare per i settori innovativi e la ricerca scientifica.

#### **PARTENARIATO**

**Soggetti Promotori e attuatori:** Unione regionale e Camere di commercio

**Partner in loco:** Indo-Italian Chamber Of Commerce & Industry - Referente di progetto dr. Claudio Maffioletti - General Manager, e il Sig. Sathish Kumar, Business Manager, Business Assistance Dept.

**Eventuali partner stranieri:** European Business Technology Centre (EBTC), prossimo membro della rete Enterprise Europe Network, New Delhi – Ref. Micol Martinelli (Eurochambres)

**Durata del progetto:** annualità 2012

**Paese a cui si rivolge l'azione promozionale:** India - Maharashtra (Mumbai), Delhi (Delhi), Punjab (Chandigarh) e Karnataka (Bangalore)

**Settori focus:** tecnologie e meccanica per l'edilizia e le infrastrutture, arredamento, macchine utensili e lavorazioni particolari, macchine e tecnologie per il food processing, apparecchi biomedicali, tecnologie ambientali, automotive e settori innovativi (legati al climate change).

#### **ATTIVITÀ**

- a) **Incontro di follow up e Servizi di Assistenza Specialistica (SAS)** per imprese partecipanti alla missione outgoing di dicembre 2011 o che abbiano incontrato potenziali buyers indiani in Italia nella missione incoming di marzo 2012, e che decidano di proseguire nelle loro attività di penetrazione del mercato indiano, su consenso della Camera di commercio e vagliato sulla base del feedback sulle reali opportunità d'affari inviato dai funzionari IICCI:  
I servizi che si prevede di fornire ad un totale di 15 imprese:
  - Informazioni finanziarie sulle aziende indiane incontrate;
  - Coordinamento logistico per la realizzazione di stand e spazi espositivi in fiere di settore (non comprende i costi vivi);
  - Coordinamento con consulenti locali per incorporation di una nuova azienda (non comprende i costi vivi di registrazione);
  - Individuazione altri potenziali partners.
- b) **Presentazioni pubbliche attività di progetto (marzo 2012):** organizzazione di alcune Giornate Paese India presso le Camere di commercio della regione, e realizzazione di incontri individuali tra imprese e i funzionari della Indo-Italian Chamber of Commerce & Industry (dr. Maffioletti e Sig. Kumar).

- c) **Selezione delle aziende:** in collaborazione con i referenti camerale e su indicazione della IICCI preselezione delle imprese per missione incoming e missione outgoing.
- d) **Missione outgoing di 15 imprese emiliano-romagnole in India:** Organizzazione di visite aziendale individuali e incontri d'affari per il settore abitare-costruire e arredamento, all'interno di una piattaforma creata ad hoc per la delegazione. Consegna dei "Prefeasibility Report individuali" realizzati dalla IICCI per le imprese partecipanti; Incontri dei Gruppi di lavoro settoriali in preparazione alle visite aziendali.
- e) **Missione incoming di 15 buyers indiani in Emilia-Romagna:** delegazione di 15 buyers indiani del settore meccanica allargata, e organizzazione di incontri d'affari presso le Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, con organizzazione di agende personalizzate per gli incontri b2b (con interpreti).
- f) **Missione istituzionale dal Punjab:** realizzazione di un seminario di presentazione delle opportunità di investimenti diretti indiani in Emilia-Romagna e incontro con la delegazione del Chief Minister del Punjab. Verifica delle linee di lavoro inserite nel Memorandum of Understanding (MoU) bilaterale tra Sistema Camerale dell'Emilia-Romagna, e PHD Chamber of Commerce and Industry.
- g) **Partecipazione brokerage event o workshop di EBTC:** selezione di una mini-delegazione di imprese emiliano-romagnole per l'adesione ad un Brokerage event di livello europeo organizzato in India da EBTC (settori ambiente ed energie, auto motive, infrastrutture), costi di missione a carico delle aziende partecipanti.

### 3.2.3. MINI MASTER INDIA

#### OBIETTIVI

Individuare precisi percorsi di ingresso sul mercato indiano per imprese di settori diversi: componentistica e prodotti intermedi, meccanica strumentale e beni di consumo.

#### DESTINATARI

Imprenditori, export manager, responsabili logistica.

#### CONTENUTI

##### ***Modulo 1 - Strategie e accesso al mercato***

L'obiettivo del modulo è indirizzare le attese delle imprese in termini realistici. L'India è infatti un mercato che suscita grandi attese ma non è alla portata di tutti. Non è tanto un problema di dimensioni di impresa ma di chiarezza di obiettivi e disponibilità di risorse.

##### ***Modulo 2 - Le regole del gioco***

L'obiettivo del modulo è di informare le aziende che già operano o che intendono operare con l'India sui principali aspetti normativi del mercato indiano.

### **3.3. PROGETTO RUSSIA-MECCANICA.**

#### **Opportunità di business in Russia per le imprese emiliano-romagnole dell'industria meccanica.**

(proposta progettuale presentata alla Regione Emilia-Romagna, secondo l'invito a presentare proposte a valere sul Bando Misura 5.1. - Piano Pluriennale 2011-2013 Paesi BRICST - in attesa di valutazione per l'accesso al cofinanziamento del 50% dei costi complessivi)

#### **PARTENARIATO**

- **Soggetti Promotore:** Unioncamere Emilia-Romagna
- **Soggetto Cofinanziatore:** Regione Emilia-Romagna (in attesa di valutazione)
- **Soggetto attuatore:** Camere di commercio di Modena (attraverso Italy Empowering Agency PROMEC")
- **Partner in loco:** Ufficio di collegamento di Mosca, condiviso dall'intero sistema camerale presso la struttura di PROMOS a Mosca, con referente dr.ssa Marina Kuvshinova.
- **Eventuali partner esteri:** Partner russi della rete "Enterprise Europe Network" - RUSSIAN AGENCY FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES SUPPORT: Moscow, Russia

**Durata del progetto:** 12 mesi (a partire dalla sottoscrizione della Convenzione)

**Paese a cui si rivolge l'azione promozionale:** Russia, zona Ekaterinburg

#### **Settore produttivo regionale target**

**Meccanica:** macchinari ed attrezzature (agricoli, per l'industria edile, ceramica, tessile, oleodinamica e movimentazione terra), componentistica, automotive.

#### **Obiettivi del progetto:**

- Favorire ed incrementare la penetrazione commerciale delle produzioni meccaniche italiane nella Federazione russa e, a ricaduta, nei paesi che hanno sottoscritto accordi per la creazione di uno Spazio Economico Comune (da gennaio 2012, Bielorussia e Kazakistan);
- Favorire le collaborazioni industriali e tecnologiche;
- Incoraggiare il coinvolgimento di "reti di imprese";
- Consolidare e rafforzare i rapporti istituzionali, le collaborazioni in campo economico ed industriale e, complessivamente, l'immagine del sistema produttivo italiano sviluppando anche sinergie, laddove possibile, con la "Task force" sui distretti;
- Dare continuità ai servizi di supporto alle imprese partecipanti al Progetto, da parte dell'ufficio di collegamento di PROMEC a Mosca, per sviluppare i contatti di business sul mercato, avviati nel corso di incontri B2B o visite aziendali.

#### **AZIONI principali**

##### **1. Promozione dell'iniziativa**

Predisposizione materiale informativo ad hoc (brochure, folder, roll-up, scheda progetto con l'inserimento dei loghi dei partner, concordato con la Regione Emilia-Romagna), pagina web dedicata. Promozione attraverso i consueti canali di comunicazione del sistema camerale regionale, inserzioni pubblicitarie ed organizzazione di un evento di lancio rivolto alle istituzioni e alle imprese.

##### **2. Ricerca di mercato**

Ricerca di mercato volta ad individuare i comparti di maggiore interesse nell'ambito della meccanica allargata (analisi sotto-settori in espansione e contrazione, canali di distribuzione, concorrenza, prezzi ecc.) e Roadshow di presentazioni del progetto e dei risultati della ricerca di mercato dedicata alle imprese.

##### **3. Selezione delle aziende**

Verifica di company profile (primo step); Check-up aziendale con funzionario della Camera di riferimento e del funzionario Senior di PROMEC (secondo step); Selezione delle aziende e consegna del report di fattibilità individuali.

#### **4. Preparazione e formazione**

Primo ciclo di incontri (dedicati al sistema giuridico - amministrativo russo e alle formalità burocratiche); Secondo ciclo di incontri (dedicati alla contrattualistica internazionale); Terzo incontro di preparazione delle aziende in merito ai metodi di pagamento;

#### **5. Missione imprenditoriale outgoing**

Organizzazione di visite aziendali presso gli operatori russi (potenziali partner commerciali e produttivi): 3/5 visite per ciascuna imprese emiliano-romagnola. A ciascuna impresa sarà messa a disposizione una autovettura con servizio di interpretariato.

Possibilità di missione istituzionale a seconda delle disponibilità della Regione Emilia-Romagna

#### **6. Organizzazione di collettive per la partecipazione delle aziende emiliano – romagnole alle fiere del proprio sotto settore di riferimento in Russia**

Organizzazione stand collettivo Emilia-Romagna dedicato a tutte le aziende partecipanti presso la fiera scelta in base allo specifico settore di appartenenza delle aziende selezionate (ad es: CTT, Mosca, dedicata alle macchine e tecnologie per l'edilizia - settore di macchine per edilizia; AGROPRODMASH, Mosca, dedicata al settore di macchine agricole e food-processing; METALLOBRABOTKA 2012, Mosca, dedicata alle tecnologie moderne di lavorazione dei materiali, macchine utensili intellettuali; STANKOSTROENIE, Mosca, dedicata alla robotica, automazione della manifattura, tecnologie manifatturiere; UPAKOVKA , Mosca, dedicata alle tecnologie e materiali innovativi per il confezionamento dei prodotti; INLEGMASH, Mosca (12-14 marzo 2012) dedicate alle attrezzature e tecnologie del settore tessile;

Organizzazione di incontri B2B;

#### **7. Missione incoming di buyer russi ad una fiera di settore in Emilia-Romagna**

Partecipazione e visita ad una tra le fiere di maggiore interesse in Emilia-Romagna, definita in base al settore di provenienza dei buyer russi. (ad es: Autopromotec, Modena; Cibustech, Parma; Simac, Bologna; Eima, Bologna; Macfrut, Cesena)

Organizzazione di incontri B2B all'interno della Fiera.

#### **8. Follow-up**

- Assistenza continuativa del desk Mosca nei confronti delle imprese emiliano-romagnole per il periodo successivo la partecipazione alla fiera sino alla conclusione del progetto per la gestione dei rapporti con i partner;
- Giornata di incontri individuali in Emilia-Romagna tra il referente Senior dell'Ufficio di collegamento PROMEC di Mosca e le imprese regionali per valutare quali servizi ed iniziative promozionali potrebbero essere intraprese a seguito del progetto per sviluppare i contatti presi durante le missioni in uscita e in entrata.

### **3.4. PROGETTO CINA NAUTICA**

#### **Rafforzamento della filiera nautica emiliano-romagnola in Cina - La filiera del mare: la Nautica emiliano romagnola in Cina - azioni di scouting e di consolidamento**

(proposta progettuale presentata alla Regione Emilia-Romagna, secondo l'invito a presentare proposte a valere sul Bando Misura 5.1. - Piano Pluriennale 2011-2013 Paesi BRICST - in attesa di valutazione per l'accesso al cofinanziamento del 50% dei costi complessivi)

#### **PARTENARIATO**

- **Soggetti Promotore:** Unioncamere Emilia-Romagna
- **Soggetto Cofinanziatore:** Regione Emilia-Romagna (in attesa di valutazione)
- **Soggetto attuatore:** Camere di commercio di Ravenna (attraverso SIDI Eurosportello)
- **Partner in loco:** Italian Trade Commission di Shanghai - Referenti dr. Paolo Gozzoli e Peng Li Gang
- **Durata del progetto:** 18 mesi (ipotesi inizio gennaio 2012-giugno 2013)
- **Paese a cui si rivolge l'azione promozionale:** Cina

#### **TARGET**

La proposta intende avviare un percorso di azioni promozionali per lo sviluppo della filiera della nautica da dipartimento regionale in Cina.

Il settore produttivo del target regionale preso a riferimento è quello della filiera nautica nei suoi principali sottocomparti: la cantieristica, la riparazione/rimessaggio, la produzione di motori marini e la produzione di accessori.

#### **OBIETTIVI DEL PROGETTO**

Il progetto si pone l'obiettivo di sostenere un percorso di internazionalizzazione per le PMI della filiera nautica regionale attraverso una serie di azioni informative, di accompagnamento e promozionali finalizzate a sviluppare opportunità d'affari e relazioni economiche stabili e durature. Si intende coinvolgere l'ampia e diversificata filiera del mare: dalla progettazione alla produzione di imbarcazioni, dall'allestimento ai servizi turistici e al chartering.

- Realizzare un'attenta attività di scouting volta ad identificare le aree cinesi di maggiore interesse per le aziende nautiche romagnole per poi svolgere vere e proprie azioni di marketing imprenditoriale.
- Promuovere il comparto nautico regionale potenziando strumenti già esistenti, quali ad es. la realizzazione in lingua cinese del sito/data base [www.nauticity.it](http://www.nauticity.it)
- Promuovere la cooperazione commerciale e lo scambio di tecnologie avanzate e favorire la ricerca e l'innovazione di prodotto.
- Consolidare e rafforzare le imprese ad alto contenuto tecnologico, mirando all'eccellenza nell'ambito delle produzioni legate alla "filiera del mare"

#### **AZIONI PRINCIPALI**

##### **1. Azione informativa e promozionale**

È volta a informare le PMI del settore sulle opportunità del mercato cinese e a promuovere sul territorio regionale il progetto:

- Seminario di presentazione del settore della nautica in Cina con approfondimento delle opportunità per le aziende emiliano-romagnole - Luogo: Bologna - 1° semestre 2012
- Focus group -incontri tecnici tra le imprese e le organizzazioni regionali di promozione e innovazione del comparto nautico regionale (Consorzio Export Nautico, CNA nautica, Tecnopolo, ecc.).
- Aggiornamento del sito [www.nauticity.it](http://www.nauticity.it) predisposizione della versione in lingua cinese e promozione sui principali motori di ricerca

##### **2. Azione esplorativa e conoscitiva**

Durante tale fase saranno individuate e selezionate le aree cinesi di maggiore interesse per le aziende emiliano-romagnole e avviate attività esplorative e conoscitive.

- Missione imprenditoriale in Cina con l'organizzazione di incontri b2b e visite aziendali nelle aree a maggiore specializzazione nautica della Cina;
- Eventuale missione istituzionale (saranno coinvolti i consorzi, CNA nautica, Tecnopolo di Ravenna, e a seconda della disponibilità della Regione Emilia-Romagna per accordi di cooperazione con istituzioni e Governi locali delle regioni costiere a maggiore vocazione nautica)

•Predisposizione catalogo on line delle aziende emiliano-romagnole partecipanti alla missione sul sito [www.nauticity.it](http://www.nauticity.it)

Luogo: Cina – regioni costiere - località da identificare – 4° trimestre 2012.

### **3. Azione di verifica e consolidamento**

Finalizzata a verificare e consolidare le relazioni e i rapporti intrapresi dalle PMI regionali con controparti cinesi:

•Missione di operatori cinesi in Emilia Romagna – organizzazione di b2b e visite aziendali a cantieri, aziende produttive e porti/marine del territorio regionale

Luogo: Emilia Romagna – Incoming primavera 2013

### **3.5. Progetto EAU e Qatar – abitare costruire**

#### Premessa

Alla luce dei positivi risultati ottenuti dalle attività effettuate a sostegno della filiera abitare, nell'anno 2010 e 2011 (a valere sul Fondo Perequativo 2008-2009), riferite alla predisposizione di uno studio preliminare sulle modalità di ingresso nel mercato emiratino e qatarino, all'organizzazione di un "incoming" di operatori provenienti dai paesi obiettivo ed alla realizzazione di incontri "one to one" con operatori provenienti da Emirati Arabi e Qatar durante la manifestazione "SAIE" 2010 e all'organizzazione della fiera Project Qatar 2011, si ripropone la partecipazione alla manifestazione Project Qatar 2012 e una successiva missione in "incoming" di operatori del settore da Emirati Arabi Uniti.

Le attività promozionali in **Qatar** sono incoraggiate dallo sfruttamento delle ingenti risorse naturali, dalla liberalizzazione degli scambi, dalla realizzazione di mega progetti in ambito industriale, edilizio e turistico (sette sono i progetti più importanti), dagli incentivi elargiti dal governo agli investitori stranieri e non ultima l'assegnazione come paese ospitante ai prossimi mondiali di calcio del 2022.

Gli **Emirati Arabi Uniti** hanno un'economia stabile, con fiduciosi segnali di ripresa dopo la flessione degli anni 2008/2009: i principali indicatori economici sono positivi grazie anche alla politica di diversificazione di ciascun emirato che ha intrapreso percorsi alternativi in svariati settori.

La prospettiva economica futura è resa incoraggiante inoltre da:

- consistente sviluppo delle infrastrutture, costruzioni e turismo;
- rafforzamento degli investimenti esteri grazie a riforme del quadro giuridico-economico;
- stabile impostazione della disciplina normativa in materia di imprese;
- costo contenuto della manodopera, condizioni fiscali e normative vantaggiose.

In particolare per il settore "mobile-arredo" gli Emirati Arabi sono diventati il maggiore centro commerciale della regione del Golfo, grazie alla loro posizione strategica. Nonostante la crisi e la concorrenza asiatica, il mercato dell'interior design, fit-out e arredamento degli EAU presenta ancora molte opportunità per aziende italiane che vogliono offrire i propri servizi.

In questi mercati la crescita della domanda interna è stata costante ed indirizzata al prodotto italiano, riconosciuto da sempre sinonimo di qualità ed innovazione. Il frequente impiego di arredamento italiano nelle strutture alberghiere conferma quanto più sopra affermato e testimonia che in questi Paesi c'è una ricerca costante dell'esclusività e del design italiano.

Il sistema imprenditoriale emiliano-romagnolo del settore in esame, se adeguatamente supportato dagli enti preposti all'internazionalizzazione delle imprese, può giocare, nei paesi individuati, un ruolo realmente importante per la crescita dell'export, da sempre primario obiettivo del tessuto imprenditoriale delle piccole e medie imprese del nostro Paese.

Il progetto s'intende anche come feedback delle attività svolte nel 2011 dalla Camera di commercio di Rimini alla manifestazione "SIA Guest" di novembre.

#### Settori interessati:

- rivestimenti (marmi, pietre, ceramica, metalli e legno)
- rubinetteria e sanitari
- termica e condizionamento
- serramenti, infissi, porte, finestre, persiane, bulloneria e maniglie
- sistemi di automazione
- contract, arredamento e forniture alberghiere:
  - ✓ Arredo
  - ✓ Tecnologie e materiali
  - ✓ Forniture e hotellerie
  - ✓ Ristorazione professionale
  - ✓ Edilizia turistica
  - ✓ Impiantistica

Obiettivi: sostenere questo importante comparto attraverso sia incontri individuali e mirati con gli operatori dell'area e sia attraverso la partecipazione in una fiera di settore in un Paese dalle grandi prospettive di business come il Qatar (Project Qatar), nella quale già da alcuni anni la presenza italiana riscuote crescente successo. In occasione della fiera potranno essere organizzati incontri aziendali a latere, su richiesta dell'azienda (a pagamento).

Paesi obiettivo: Qatar – Emirati Arabi Uniti

Periodo di attuazione: 30 aprile – 3 maggio 2012 (fiera Project Qatar);  
settembre 2012 (incoming operatori da Emirati).

Attività previste:

- 1) presenza in fiera con uno spazio espositivo pre-allestito di minimo 8 mq. per azienda. La partecipazione avverrà in area collettiva Emilia-Romagna. Inoltre saranno organizzate visite aziendali.
- 2) organizzazione di un workshop (incontri one to one) in Emilia-Romagna degli operatori emiratini dei settori individuati, selezionati dal Desk Emirati Arabi di Abu Dhabi sulla base delle aziende partecipanti.

### **3.6. AMERICA LATINA**

#### Premessa

Il progetto vede la partecipazione come Partner di:

- Unioncamere Emilia Romagna (UCER);
- Unioncamere Toscana (UCT);
- InterAmerican Investment Corporation (IIC);
- Banca MPS (MPS);
- Metropoli (M);
- CCIAA Perugia.

Accanto ai sopra menzionati Partner si è costituito un network composto da 41 strutture tra Italia ed America Latina.

A distanza di cinque anni dall'avvio del progetto si è raggiunta una linea di condotta positiva che permette di realizzare azioni finalizzate al raggiungimento dell'obiettivo preposto: creare un "ponte" sicuro e guidato fra le aziende italiane e latino americane.

#### Settori interessati:

Tutti.

#### Tipologie di operazioni da parte delle aziende:

- Export (Supplier)
- Import (Customer)
- Investimenti diretti (Affiliate)

#### Obiettivi:

- implementazione della banca dati "intelligente". Attraverso il data base (ad oggi **sono iscritte 868 aziende tra italiane e latinoamericane, di cui 424 italiane e 240 emiliano-romagnole**), inserito nel portale [www.progettoamericalatina.it](http://www.progettoamericalatina.it), è consentito effettuare un matching scegliendo tra più parametri di ricerca, quali ad esempio i settori produttivi, i Paesi di appartenenza, ecc, distinguendo tra aziende interessate a realizzare import/export o aziende strutturate che invece sono intenzionate ad affrontare una potenziale joint-venture o comunque uno sviluppo a livello industriale;
- creazione di un servizio costante di consulenza alle piccole e medie imprese;
- promozione delle opportunità di collaborazioni industriali e commerciali e sottoporre i progetti più interessanti di partnership all'attenzione della Banca Interamericana per un possibile finanziamento alle aziende latino americane o della Banca MPS per quelle italiane;
- consolidamento del network in un'ottica di allargamento ad altre realtà (Ambasciate, Unido, ecc.);

#### Paesi obiettivo:

- Tutti i Paesi dell'America Latina e Caraibi

#### Periodo di attuazione:

Anno 2012.

#### Attività previste:

- ✓ "road Show" di presentazione del progetto e dei servizi inclusi alle aziende nelle province dell'Emilia-Romagna;
- ✓ Attività relative al comparto agroalimentare in Messico e Brasile (con particolare focus al Progetto Deliziando - ER);
- ✓ Attività relative al comparto biomedicale-Brasile (T);

- ✓ Missione macchinari per agricoltura/food processing/packaging in Perù e/o Messico;
- ✓ Missione in Brasile e/o Messico, settore edilizia (data da definirsi);
- ✓ Fiera FISPAL TECH /, (dal 12 al 15 giugno 2012), per aziende del food technology o service in collaborazione con Ente Fiere di Parma;
- ✓ supporto a missioni nazionali congiunte previste in Messico e Colombia (nazionale congiunta) e in Cile/Perù/Argentina (presentata da Metropoli in Fondo Perequativo e Chamber partnership)
- ✓ organizzazione del IV forum di Italia-America Latina a Perugia (ancora in via di definizione)

### **3.7. PROGETTO BALCANI - TURISMO**

#### **La filiera del turismo: la cooperazione tra Emilia-Romagna e Marche con Albania, Croazia e Montenegro**

##### Premessa

Progetto a valere sul Fondo Balcani Legge 84/2001 annualità 2003. Promotore italiano: Unioncamere italiana/PROMECA-Azienda Speciale per l'internazionalizzazione

##### *Partner italiani:*

- Unioncamere Emilia-Romagna;
- CCIAA di Bologna;
- CCIAA di Reggio-Emilia;
- CCIAA di Rimini;
- SIDI Eurosportello-Azienda speciale della CCIAA di Ravenna;
- CCIAA di Ancona;
- Forum delle Camere di commercio dell'Adriatico e dello Ionio;
- IAL Emilia-Romagna-Scuola Alberghiera Serramazzoni;
- Retecamere soc.cons. a responsabilità limitata.

##### *Partner stranieri:*

- *Croatian Chamber of Economy Rijeka County Chamber;*
- *Chamber of Economy of Montenegro;*
- *Chamber of Commerce of Durrës.*

Il turismo rappresenta per le regioni dell'Emilia-Romagna e delle Marche e, più in generale, per tutti i Paesi affacciati sull'Adriatico, un settore economico trainante sul quale ormai da anni si sono realizzati numerosi interventi finalizzati a favorire il coordinamento e l'integrazione dell'offerta turistica. Si è cercato, nello specifico, di individuare nuove strategie di *marketing* in grado valorizzare culture e prodotti tipici locali e capaci di far fronte ai problemi della stagionalità dell'offerta turistica balneare e della scarsa valorizzazione dell'entroterra.

Il presente progetto si propone di contribuire alla cooperazione e allo scambio di buone prassi tra l'Italia e l'area dei Balcani occidentali, contestualmente alla messa in rete e alla promozione di percorsi e località turistiche di particolare interesse culturale, naturalistico e paesaggistico. Obiettivo del progetto è destagionalizzare il flusso turistico e collegare itinerari turistici a percorsi di eccellenza enogastronomica.

##### Settori interessati:

Filiera del turismo: scuole alberghiere, HORECA, *contract* e forniture alberghiere, arredamento e *tour-operator*.

##### Tipologie di operazioni delle aziende:

- formazione;
- *export (Supplier)*;
- *import (Customer)*;
- investimenti diretti.

##### Obiettivi:

Gli obiettivi che si intendono perseguire possono essere così schematizzati:

- sviluppare i rapporti commerciali e relazioni industriali tra gli operatori delle due coste dell'Adriatico, con particolare riferimento alle piccole e medie imprese della filiera del turismo;

- favorire i processi di riorganizzazione dell'impresa: progettazione e realizzazione di forme di aggregazione, integrazione orizzontale e verticale tra le imprese operanti nel settore turistico e *contract*-forniture alberghiere;
- incrementare flussi turistici in entrata da nuovi mercati, proponendo modalità di fruizione di pacchetti turistici integrati.

Paesi obiettivo:

- Albania;
- Croazia;
- Montenegro.

Periodo di attuazione:

Gennaio 2012- giugno 2013.

Attività previste:

- ✓ scambio di *best practice* tra la Scuola Alberghiera Serramazzone IAL Emilia-Romagna e quelle di Croazia e Montenegro. L'intervento prevede un momento di formazione in loco con il supporto del *partner*, rivolto a studenti delle scuole alberghiere locali e suddiviso in due percorsi: cucina e sala. Sempre con la collaborazione dello IAL- Scuola Alberghiera Serramazzone, si prevede un secondo momento formativo in Italia: *incoming* di un gruppo selezionato di studenti croati e montenegrini, al fine di consolidare le nozioni acquisite e completare il percorso formativo;
- ✓ organizzazione di due *road show* in Emilia Romagna finalizzati ad illustrare agli *stakeholder* locali le opportunità di affari in Albania, Croazia e Montenegro con particolare riferimento a specifici temi di prioritario interesse per i paesi di riferimento. In particolare saranno affrontati i seguenti temi: a) la formazione professionalizzante nelle scuole alberghiere croate, b) percorsi turistici di qualità in Albania (storia, cultura, natura e enogastronomia), c) *contract* e forniture alberghiere in Montenegro. In tale occasione sarà prevista anche la realizzazione di incontri tra operatori turistici ed imprenditori marchigiani ed emiliano-romagnoli di settore con i referenti dei *partner* esteri di progetto.
- ✓ supporto alla promozione turistica delle strutture alberghiere in Croazia, Montenegro e Albania attraverso la partecipazione alla fiera *Cro-tour 2013* (Zagabria, Croazia). In tale occasione, oltre ad un normale spazio espositivo, e nell'ambito di un apposito *workshop*, verranno trattati temi di specifico interesse per il settore. Saranno inoltre organizzati momenti di degustazione che vedranno il coinvolgimento di studenti e scuole alberghiere che hanno partecipato all'attività di scambio *best practice* ed incontri B2B per i settori *contract*, arredamento e *tour-operator*.

### **3.8. PROGETTO MODA**

#### Premessa

In Emilia Romagna il settore tessile abbigliamento rappresenta il secondo settore manifatturiero, dopo il metalmeccanico, per numero di imprese (6.914 nel 2010 con 40.346 addetti ) e valore delle esportazioni (3.383 mln di euro, pari al 10% del totale). L'industria dell'abbigliamento regionale riveste una posizione di primo piano anche nel panorama nazionale, collocandosi al secondo posto, dopo la Lombardia, per valore delle esportazioni di prodotti dell'abbigliamento, e al primo posto per l'attivo del saldo commerciale.

L'attività produttiva si concentra principalmente in alcune aree territoriali, in particolare dove si identifica la presenza di realtà distrettuali:

- Il *distretto della maglieria di Carpi* si estende per oltre 275,4 Km e interessa più comuni situati nella zona nord-occidentale della Provincia di Modena e in parte anche nella provincia di Reggio Emilia. La filiera è formata da numerose imprese di dimensioni medio piccole che operano per il mercato finale e da ancor più numerose imprese di micro e piccole dimensioni che realizzano lavorazioni per conto terzi, per un numero totale di 2200 imprese presenti sul territorio. La produzione si caratterizza prevalentemente nel comparto della maglieria e in quello della confezione.
- Il *distretto della moda di Rimini* si concentra nel polo della Valmarecchia, con 157 sedi di impresa attive, e nell'area Valconca e Marano, in cui sono presenti 103 aziende. Rispetto al 2008, il distretto può vantare una variazione del valore dell'export molto positiva. In particolare, la maggior parte del contributo positivo è dovuto al forte incremento delle vendite in Russia, cresciute del 77%. Nel complesso, l'area Europa rappresenta il maggiore mercato mondiale rispetto alla quota export (79,5% sul mondo).

#### Settore interessato

Settore tessile abbigliamento

#### Mercati obiettivo

Alla luce di quanto evidenziato nella premessa, i mercati\* sui quali concentrare le azioni previste dal progetto sono:

- Russia
- Polonia
- Ungheria
- Paesi Baltici

\*Verranno definiti ulteriormente sulla base delle indicazioni di CNA Federmoda

#### Obiettivi

Creare, per le aziende emiliano romagnole che operano nel settore tessile, maggiori opportunità di contatto con operatori esteri specializzati provenienti dai mercati obiettivo, promuovendo le realtà produttive presenti sul territorio regionale.

Offrire alle aziende l'opportunità di approfondire tematiche specifiche relative ai paesi individuati come obiettivo, attraverso l'organizzazione di incontri di carattere informativo/formativo.

#### Periodo di attuazione

Settembre – ottobre 2012

#### Attività previste e format delle azioni:

- a) Incomig di operatori specializzati provenienti dai paesi obiettivo, per effettuare incontri bilaterali con le aziende emiliano-romagnole operanti nel settore. Gli operatori saranno selezionati sulla base dei profili delle aziende regionali che manifesteranno il loro interesse a prendere parte all'iniziativa.
- b) Incontri di carattere seminariale, per l'approfondimento di tematiche tecniche di interesse relativi ai paesi/mercati obiettivo.

**3.10. ATTIVITÀ “ENTERPRISE EUROPE NETWORK – SIMPLER”**

La rete “Enterprise Europe Network” assiste le PMI nelle attività di internazionalizzazione e innovazione tecnologica, aiutandole a sviluppare appieno il loro potenziale e le capacità innovatrici. I partner della rete Unioncamere Emilia-Romagna e Sidi Eurosportello hanno l’obiettivo di favorire gli accordi commerciali e tecnologici tra aziende emiliano-romagnole e aziende straniere, in coorganizzazione con altri partner stranieri, accompagnando le PMI in mercati esteri e offrendo servizi gratuiti di informazione e assistenza sulle tematiche comunitarie, legislazione, accesso a finanziamenti e progetti.

**1) Organizzazione “ECOBUSINESS COOPERATION EVENT 2012” (IV edizione)** all’interno di **ECOMONDO 2012** - 16° Fiera internazionale del recupero di materie ed energia e dello sviluppo sostenibile (Fiera di Rimini - novembre 2012)

Numeri parziali edizione 2011:

- 42 Enti co-organizzatori, di cui 29 stranieri (da 18 Paesi differenti)
- 270 aziende partecipanti
- 145 aziende italiane (circa 60 Emilia-Romagna)
- 760 incontri d’affari preagendati
- Organizzazione riunione del Sector Group “Intelligent Energy” della rete EEN (circa 70 membri partecipanti) a Rimini 8 e 9 novembre 2011;

Costi complessivi edizione 2011 circa 40.000,00 Euro (Iva inclusa) suddivisi tra i 4 main organizers;

**Azione:** Incontri d’affari con imprenditori internazionali.  
 Redazione catalogo imprese partecipanti, definizione agenda incontri one-to-one, supporto logistico, servizio di interpretariato, gadget.  
 Realizzazione di un workshop tematico all’interno della Fiera

**Organizzatori:** Unioncamere Emilia-Romagna, CCIAA Emilia-Romagna

**Co-organizzatori:** CCIE, partner Simpler, Partner europei e Paesi Terzi della rete Enterprise Europe Network

Settore: ambiente, business del futuro: il valore del recupero.

**2) Organizzazione di una COMPANY MISSION in occasione di una fiera di settore**

Tra gli obiettivi di progetto, Unioncamere Emilia-Romagna deve realizzare nel corso del 2012, in collaborazione con un partner europeo della rete Enterprise Europe Network, una Company Mission di imprese emiliano-romagnole alle più importanti fiere in Europa, all’interno del quale sia organizzato un Brokerage Event della rete EEN per incontri d’affari b2b.

Inoltre, a margine della fiera potranno essere organizzati per le imprese, delle visite ad aziende e a centri di ricerca.

A carico delle imprese rimangono i costi di viaggio, alloggio ed eventuale esposizione alla fiera.

Si attendono dalle Camere indicazioni sulle fiere più interessanti per le imprese emiliano-romagnole.

#### **4. UFFICI DI COLLEGAMENTO ALL'ESTERO**

Coordinatore delle attività da promuovere ed organizzare in sinergia: Azienda speciale PROMEC.

Tempi:

Al fine di ottimizzare le sinergie del sistema camerale e coordinare le missioni dei funzionari sul territorio regionale, le giornate di incontri con le imprese dovranno essere effettuate in un periodo condiviso e comunque con le seguenti scadenze: Marzo/Aprile per il primo semestre; Settembre/Ottobre per il secondo semestre.

**4.1.1. UFFICIO DI COLLEGAMENTO BRASILE**

Paese obiettivo: Brasile

Settori interessati: tutti

Obiettivo a medio termine: Sviluppo contatti fra aziende del territorio ed operatori economici brasiliani

Periodo di attuazione: anno 2012

Servizi previsti per le aziende:

Al fine di ottimizzare le sinergie del sistema camerale, ottenere economie di scala e utilizzare vantaggiosamente l'esperienza ed il patrimonio di contatti già acquisiti negli anni precedenti nei diversi paesi esteri dell'area BRIC, è confermata la possibilità di condivisione regionale della rete degli uffici di collegamento.

Gli uffici di collegamento saranno operativi esclusivamente per le strutture camerali dell'Emilia-Romagna che aderiranno al servizio.

**A) Giornata di incontri con le aziende del territorio (n. 2)**

Nota: fino ad un massimo di 15 imprese/ giornata

Inclusa l'evasione delle richieste di servizio di assistenza base emerse

**B) Richieste servizi di assistenza base (n. 20)**

Nota: Elenchi di nominativi esteri verificati.

Assistenza base in materia di contrattualistica, pagamenti, fiscalità, dogane, trasporti, certificazioni, etichettatura e finanziamenti

#### 4.1.2. UFFICIO DI COLLEGAMENTO INDIA

Paese obiettivo: India

Settori interessati: tutti

Obiettivo a medio termine: Sviluppo contatti fra aziende del territorio ed operatori economici indiani

Periodo di attuazione: anno 2012

Servizi previsti per le aziende:

Al fine di ottimizzare le sinergie del sistema camerale, ottenere economie di scala e utilizzare vantaggiosamente l'esperienza ed il patrimonio di contatti già acquisiti negli anni precedenti nei diversi paesi esteri dell'area BRIC, è confermata la possibilità di condivisione regionale della rete degli uffici di collegamento.

Gli uffici di collegamento saranno operativi esclusivamente per le strutture camerali dell'Emilia-Romagna che aderiranno al servizio.

#### **A) Giornata di incontri con le aziende del territorio (n. 2)**

Nota: fino ad un massimo di 15 imprese/ giornata

Inclusa l'evasione delle richieste di servizio di assistenza base emerse

#### **B) Richieste servizi di assistenza base (n. 10)**

Nota: Elenchi di nominativi esteri verificati.

Assistenza base in materia di contrattualistica, pagamenti, fiscalità, dogane, trasporti, certificazioni, etichettatura e finanziamenti

#### 4.1.3. UFFICIO DI COLLEGAMENTO RUSSIA

Paese obiettivo: Russia

Settori interessati: tutti

Obiettivo a medio termine: Sviluppo contatti fra aziende del territorio ed operatori economici russi

Periodo di attuazione: anno 2012

Servizi previsti per le aziende:

Al fine di ottimizzare le sinergie del sistema camerale, ottenere economie di scala e utilizzare vantaggiosamente l'esperienza ed il patrimonio di contatti già acquisiti negli anni precedenti nei diversi paesi esteri dell'area BRIC, è confermata la possibilità di condivisione regionale della rete degli uffici di collegamento.

Gli uffici di collegamento saranno operativi esclusivamente per le strutture camerali dell'Emilia-Romagna che aderiranno al servizio.

#### **A) Giornata di incontri con le aziende del territorio (n. 2)**

Nota: fino ad un massimo di 15 imprese/ giornata

Inclusa l'evasione delle richieste di servizio di assistenza base emerse

#### **B) Richieste servizi di assistenza base (n. 20)**

Nota: Elenchi di nominativi esteri verificati.

Assistenza base in materia di contrattualistica, pagamenti, fiscalità, dogane, trasporti, certificazioni, etichettatura e finanziamenti

#### **4.1.4. UFFICIO DI COLLEGAMENTO EMIRATI ARABI UNITI**

Paese obiettivo: Emirati Arabi

Settori interessati: tutti

Obiettivo a medio termine: Sviluppo contatti fra aziende del territorio ed operatori economici emiratini

Periodo di attuazione: anno 2012

Servizi previsti per le aziende:

Al fine di ottimizzare le sinergie del sistema camerale, ottenere economie di scala e utilizzare vantaggiosamente l'esperienza ed il patrimonio di contatti già acquisiti negli anni precedenti nei diversi paesi esteri dell'area BRIC, è confermata la possibilità di condivisione regionale della rete degli uffici di collegamento.

Gli uffici di collegamento saranno operativi esclusivamente per le strutture camerali dell'Emilia-Romagna che aderiranno al servizio.

#### **A) Giornata di incontri con le aziende del territorio (n. 2)**

Nota: fino ad un massimo di 15 imprese/ giornata

Inclusa l'evasione delle richieste di servizio di assistenza base emerse

#### **B) Richieste servizi di assistenza base (n. 20)**

Nota: Elenchi di nominativi esteri verificati.

Assistenza base in materia di contrattualistica, pagamenti, fiscalità, dogane, trasporti, certificazioni, etichettatura e finanziamenti

#### 4.1.5. UFFICIO DI COLLEGAMENTO CINA

Paese obiettivo: Cina

Settori interessati: tutti

Obiettivo a medio termine: Sviluppo contatti fra aziende del territorio ed operatori economici cinesi

Periodo di attuazione: anno 2012

Servizi previsti per le aziende:

Al fine di ottimizzare le sinergie del sistema camerale, ottenere economie di scala e utilizzare vantaggiosamente l'esperienza ed il patrimonio di contatti già acquisiti negli anni precedenti nei diversi paesi esteri dell'area BRIC, è confermata la possibilità di condivisione regionale della rete degli uffici di collegamento.

Gli uffici di collegamento saranno operativi esclusivamente per le strutture camerali dell'Emilia-Romagna che aderiranno al servizio.

##### **A) Giornata di incontri con le aziende del territorio (n. 2)**

Nota: fino ad un massimo di 15 imprese/ giornata

Inclusa l'evasione delle richieste di servizio di assistenza base emerse

##### **B) Richieste servizi di assistenza base (n. 20)**

Nota: Elenchi di nominativi esteri verificati.

Assistenza base in materia di contrattualistica, pagamenti, fiscalità, dogane, trasporti, certificazioni, etichettatura e finanziamenti

**UFFICIO DI COLLEGAMENTO NORD AFRICA**

Obiettivo

Supportare le attività di esplorazione commerciale nei paesi del Nord Africa: **Tunisia, Egitto, Libia, Algeria, Marocco**) e sviluppare contatti tra aziende del territorio ed operatori in loco.

#### **4.1.7 SERVIZI DI ASSISTENZA SPECIALISTICA**

Esempio di attività di assistenza specializzata modulabile sulle esigenze della singola impresa:

RICERCA PARTNER COMMERCIALE

##### **I STEP: selezione operatori e promozione dell'azienda**

- ✓ redazione di una lettera di presentazione dell'azienda in lingua
- ✓ invio della comunicazione all'elenco verificato di operatori potenzialmente interessati già selezionato
- ✓ primo contatto diretto con tutti gli operatori per un feedback di verifica della ricezione
- ✓ secondo follow up per sondare l'interesse e verificare l'esigenza di ulteriori specifiche

Le informazioni raccolte verranno presentate in una breve relazione prevista a conclusione della ricerca.

##### **II STEP: organizzazione di una missione commerciale con agendamento appuntamenti**

A condizione e sulla base dei riscontri positivi a seguito della prime fasi di contatto, potrà essere organizzata un'agenda di incontri o visite aziendali fino ad un massimo di 4 incontri, distribuiti in 2 giornate lavorative

- ✓ invio di materiale tecnico/promozionale alle aziende interessate a ricevere maggiori dettagli circa l'offerta dell'azienda di ...
- ✓ Nuovo contatto per verificare l'interesse e selezione operatori interessati ad incontro/visita aziendale
- ✓ Coordinamento missione con agendamento d'incontri con gli interlocutori interessati
- ✓ Agendamento incontri/visite aziendali (fino a 4) su due giornate lavorative (da 3 a 4 gg di permanenza)
- ✓ Assistenza e coordinamento logistici per l'organizzazione della missione personalizzata (Contrattazione servizio di interpretariato; macchina con autista per le visite aziendali esterne, macchina con autista per transfer da e per l'aeroporto; prenotazione albergo in convenzione; eventuale messa disposizione di sala per gli incontri)

## **4.2. INFOEXPORT**

Infoexport, promosso da Promos Milano, unitamente ad un gruppo di Camere di commercio, Aziende speciali ed Unioni regionali, consente alle aziende di porre quesiti on-line e di ricevere risposte da professionisti specializzati nelle varie materie.

I quesiti possono riguardare le seguenti tematiche:

- contrattualistica internazionale;
- pagamenti internazionali;
- trasporti;
- dogane e intrastat;
- fiscalità internazionale;
- tutela di marchi e brevetti;
- servizi Sace.

Da parte di Promec viene garantito un servizio di call center per le aziende del territorio. Il call center svolge funzione di gestione anagrafica, di ricezione, analisi ed assegnazione all'esperto del quesito; verifica poi l'avvenuta risposta dei consulenti sia all'azienda che alla Camera di commercio di competenza, completando così la transazione.

**4.3. TEMPORARY EXPORT MANAGER –anche per contratti di rete**

Nello scenario attuale dei mercati globali, sempre più competitivi e ad alta velocità di cambiamento, le aziende necessitano di forti competenze mirate di natura operativa, che si immergono in fretta nella struttura, apportando visione strategica, capaci di far svoltare l'azienda, aggredendo i mercati di interesse e supportando la proprietà nelle scelte più cruciali. Sulla base dell'esperienza maturata con il Temporary Export Manager grazie al fondo di perequazione 2007-2008, il sistema camerale emiliano-romagnolo, realizzerà la seconda annualità del Temporary Export Manager a valere sul progetto internazionalizzazione del fondo di perequazione 2009-2010, anche con il prezioso supporto dell'Azienda speciale Promec (struttura camerale preposta all'internazionalizzazione). Tale attività è finalizzata a sostenere e incentivare le strategie di internazionalizzazione delle piccole imprese e delle micro imprese artigiane emiliano-romagnole, interessate ad avviare, facendo leva proprio sul "fattore umano" quale variabile strategica per mantenere la competitività e aggredire i mercati internazionali.

Tenuto conto che le imprese target cosiddette "matricole" non hanno mai operato sui mercati esteri pur avendo le caratteristiche per farlo oppure sporadicamente hanno partecipato a una fiera o a qualche iniziativa promozionale, al fine del pieno raggiungimento degli obiettivi, non si ritiene opportuno sviluppare un format standard da proporre alle imprese, ma una consulenza personalizzata sulla base dei fabbisogni emersi in fase di check up aziendali.

Pertanto, obiettivo principale dell'iniziativa è di assistere le imprese nella definizione e realizzazione di una strategia d'internazionalizzazione mediante l'affiancamento, dall'esterno, di un consulente senior e l'inserimento temporaneo in azienda di una risorsa junior specializzata in marketing internazionale che opererà con il coordinamento dei vertici aziendali, del professionista esterno e di un funzionario camerale.

In particolare le azioni di supporto possono essere così articolate:

- consulenza da parte di una figura specializzata, il Temporary Export Manager, che avrà il compito di sviluppare, presso le aziende partecipanti, il progetto di internazionalizzazione selezionato dal nucleo di valutazione coordinato dall'Unioncamere Emilia-Romagna. Sarà compito del Temporary Export Manager supportare le aziende erogando anche servizi pre e post vendita, in modo da risolvere immediatamente ogni eventuale problematica che dovesse insorgere nei rapporti con i contatti ed i clienti all'estero nella fase di consegna, di pagamento, etc.;
- affiancamento di uno stagista che dovrà supportare l'azienda durante lo svolgimento del progetto, in collaborazione con il Temporary Export Manager. Gli stagisti verranno individuati direttamente dalle Università (uffici stage o placement) o da altre realtà associative specializzate;
- partecipazione all'attività di formazione progettata e sviluppata dal sistema camerale emiliano-romagnolo coordinato dall'Unione regionale e che riguarderà i diversi aspetti dell'azione di internazionalizzazione: dalla selezione e accesso ai nuovi mercati (business intelligence, ricerche di mercato, paesi obiettivo, canali di distribuzione, etc.), agli aspetti amministrativi (operatività sui mercati, modalità di vendita e tecniche di pagamento, etc...) al tema dei finanziamenti internazionali. La pianificazione dei temi e dei tempi di tale attività formativa verrà svolta in accordo e sulla base delle indicazioni espresse dalle imprese partecipanti.

Al fine di perseguire economie di scala e di specializzazione, sarà approfondita la fattibilità dell'utilizzo del Temporary Export Manager nelle aggregazioni di impresa basate sui contratti di rete: la strategia di internazionalizzazione delle PMI che si aggregano per affrontare i mercati esteri può essere meglio impostata avvalendosi dell'affiancamento di un pool di consulenti esterni. La fase di assistenza tecnica, che sopperisce all'assenza di un ufficio commerciale export nelle realtà di minor dimensione, può permettere ai soggetti che stipulano il contratto di rete di seguire con una metodologia affidabile un percorso condiviso.

## **5. CRM**

### Premessa

La piattaforma CRM "Ciao Impresa, realizzata con il finanziamento del fondo di perequazione 2005, per ora mirata alle imprese che operano nei mercati esteri, consente di sviluppare relazioni sulla base di un dialogo bidirezionale con i propri stakeholder, al fine di assicurare una più ampia visibilità alle iniziative camerali e di valorizzare le attività promozionali e i servizi che le Camere di commercio erogano alle imprese in materia di internazionalizzazione.

### Obiettivo

- Assicurare una più ampia visibilità alle iniziative camerali e di valorizzare le attività promozionali e i servizi che le Camere di commercio erogano alle imprese in materia di internazionalizzazione;
- potenziare la lettura delle esigenze delle aziende utilizzando le informazioni dei questionari di customer satisfaction, al fine di seguire ancor più da vicino la vita delle imprese e di impostare servizi più tempestivi e mirati sul versante dell'internazionalizzazione.

### Periodo di attuazione

Anno 2012

### Attività previste:

- promozione delle attività sinergiche in materia di internazionalizzazione attraverso la piattaforma CRM "Ciao Impresa".