



PON IMPRESE E
COMPETITIVITÀ
2014-20
Riaccendiamo lo sviluppo



SCHEDE INIZIATIVE
PIANO EXPORT SUD II – I ANNUALITA'
REGIONI MENO SVILUPPATE

A- TUTORAGGIO E FORMAZIONE

Linea d'intervento: A.1 - ICE Export LAB

Filiera / Progetto: TUTORAGGIO E FORMAZIONE ALLE IMPRESE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Servizi Formativi -CdR:SG20 / SF1

INIZIATIVA: ICE EXPORT LAB - BASILICATA

Data: 1/7/2017 - 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO
Settore: PLURISETTORIALE

DESCRIZIONE

L'Export Lab è un percorso formativo già collaudato nell'ambito del PES I, destinato alle PMI, consorzi e reti di impresa, con l'obiettivo di accrescerne le capacità manageriali e la competitività sui mercati esteri, attraverso un'articolazione in 3 fasi: formazione in aula, affiancamento personalizzato in azienda e incubazione all'estero presso la rete degli uffici ICE/Agenzia (durata complessiva circa 18 mesi dalla pubblicizzazione).

Nel corso della prima annualità del PES II si propone di avviare 1 corso Export Lab in Basilicata, realizzando la fase I (formazione in aula) e la fase II (affiancamento), in quanto Regione di recente ingresso nel Piano.

I) La fase d'aula sarà rivolta alle PMI lucane con fatturato superiore a 150.000,00 euro (fino a un massimo di 25 partecipanti selezionati mediante partecipazione a Bando pubblico, sulla base dei requisiti di ammissibilità del PES), per un arco temporale di circa 3 mesi. La sede di svolgimento sarà definita in accordo con i partner territoriali.

II) La fase di affiancamento prevede l'erogazione di assistenza personalizzata (fino a un massimo di 40 ore per ciascuna azienda), finalizzata all'elaborazione di un piano di intervento sul mercato estero prescelto. La fase III (incubazione all'estero) sarà svolta durante la seconda annualità del Piano.

L'attività di affiancamento aziendale configura contributo in regime de minimis (per un massimo di 6.000,00 euro), di cui sarà data comunicazione alle imprese.

Per la promozione dell'iniziativa presso le aziende saranno realizzate azioni in coerenza con il Piano di comunicazione del PON I&C (2014-2020).

A- TUTORAGGIO E FORMAZIONE

Linea d'intervento: A.2 – Azioni di formazione Innovazione e Proprietà Intellettuale
Filiera / Progetto: TUTORAGGIO E FORMAZIONE ALLE IMPRESE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Servizi Formativi -CdR:SG20 / SF2

INIZIATIVA: CORSI BREVI SU INNOVAZIONE E PROPRIETA' INTELLETTUALE - Regioni meno sviluppate

Data: 1/7/2017 - 31/3/2018

DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO

Settore: PLURISETTORIALE

DESCRIZIONE

La presente linea di intervento, recependo anche le indicazioni tematiche proposte dalle Regioni prevede due tipologie di corso:

A) Corsi brevi sulla proprietà Intellettuale, della durata di 4 giornate, in analogia con quanto già realizzato nell'ambito del PES I.

B) Corsi brevi sull'innovazione con particolare riguardo al marketing digitale ed e-commerce, della durata di 4 giorni (fino a un massimo di 6 giornate qualora fossero previsti approfondimenti specifici o focus Paese). Il target di partecipazione è fissato in un range tra i 15 e i 30 partecipanti.

A seconda delle tematiche affrontate potranno essere erogate fino ad un massimo di 15 ore di affiancamento personalizzato ad un numero selezionato di aziende partecipanti ai corsi.

L'attività di affiancamento aziendale configura contributo in regime de minimis (circa 1.500,00 euro), di cui sarà data comunicazione alle imprese.

Nella prima annualità del PES II, saranno realizzati un massimo di 5 corsi tra quelli dedicati alla proprietà intellettuale e quelli all'innovazione. Le tipologie di corso e le sedi di svolgimento saranno individuate secondo un criterio di geometria variabile, che vedrà lo svolgersi delle iniziative prioritariamente nelle regioni di recente ingresso nel Piano, e sulla base delle disponibilità dei partner territoriali.

Si propone di realizzare:

A) 2 Corsi PI, di cui uno in Campania e uno Basilicata;

B) 3 Corsi Innovazione in Puglia, Sicilia e Calabria.

Per la pubblicizzazione delle iniziative presso le aziende saranno realizzate azioni in coerenza con il Piano di comunicazione del PON I&C (2014-2020).

A- TUTORAGGIO E FORMAZIONE

Linea d'intervento: A.3 - Seminari tecnico - formativi e di primo orientamento ai mercati internazionali

Filiera / Progetto: TUTORAGGIO E FORMAZIONE ALLE IMPRESE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Servizi Formativi -CdR:SG20 / SF3

INIZIATIVA: SEMINARI TECNICO-FORMATIVI DI PRIMO ORIENTAMENTO DI TIPO SPECIALISTICO E AZIONI DI FOLLOW-UP - Regioni meno sviluppate

Data: 1/7/2017 - 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO

Settore: PLURISETTORIALE

DESCRIZIONE

La linea di intervento A3 dedicata alle attività di formazione prevede due modalità di intervento:

A) Seminari tecnico formativi di primo orientamento ai mercati internazionali o specialistici: incontri di breve durata (max 2 giornate), eventualmente seguiti da colloqui personalizzati con gli esperti;

B) Seminari sulle tecniche del commercio estero(1 giornata ciascuno), che potranno essere seguiti da 1 giornata di colloqui personalizzati con gli esperti.

Gli interventi saranno modulati a geometria variabile promuovendo, in accordo con i partner territoriali, sia una formazione di primo orientamento, soprattutto nelle aree finora meno coinvolte, sia azioni specialistiche e di approfondimento. Il target di partecipazione è fissato tra i 15 e i 30 partecipanti. Nella prima annualità del PES II verranno realizzati:

A) 10/12 Seminari tecnico-formativi di primo orientamento (analisi strategica, valutazione competitor, marketing operativo, posizionamento sui mercati esteri, reti distributive) o specialistici, rivolti a determinati settori merceologici, mercati, temi (ad es. GDO, Made in Italy, strumenti finanziari e assicurativi di sostegno a imprese, focus paese/settore, tecniche di negoziazione, etc.), distribuiti nelle 5 Regioni.

B) 10 Seminari sulle tecniche del commercio estero, su temi specifici (contrattualistica e reti d'impresa; fiscalità internazionale e pagamenti; webmarketing, e-commerce e tecniche di comunicazione; tecnica doganale, logistica, etc.), che potranno essere seguiti da 1 giornata di colloqui personalizzati. Le Regioni coinvolte saranno la Calabria e la Campania. Le sedi verranno individuate, sentiti i partner locali, tramite valutazione del bacino di utenza, proattività dimostrata, accessibilità logistica. Questa articolazione permetterà un capillare coinvolgimento delle aziende. A completamento, in funzione del budget disponibile e della tempistica, potranno essere organizzate azioni di follow up (coaching): circa 20 ore di assistenza personalizzata (a distanza e in presenza) per le aziende che abbiano preso parte ai Seminari. Saranno previste azioni di promozione destinate alle imprese.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.0 . Attività trasversali di supporto, gestione e realizzazione Piano
Filiera / Progetto: PLURISETTORIALE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Coordinamento Promozione del Made in Italy -CdR SF00/ CP01

INIZIATIVA: AZIONI TRASVERSALI DI SUPPORTO PER LA GESTIONE E REALIZZAZIONE DEL PIANO -
- Regioni meno sviluppate

Data: 1/7/2017- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO

Settore: PLURISETTORIALE

DESCRIZIONE

La realizzazione del Piano Export Sud 2 comporta una serie di adempimenti a livello gestionale che riguardano attività di controllo, di gestione e di qualità, di implementazione del software per la gestione del budget assegnato, di rendicontazione, di certificazione delle iniziative facenti parte del Piano. A queste attività si aggiungono l'analisi dei dati statistici e dell'impatto delle iniziative sul dato export delle regioni in questione.

Tra le attività di promozione del programma di iniziative è prevista la pubblicazione del piano annuale sui BUR/GUR regionali e la realizzazione di tavole rotonde e momenti di incontro con le Regioni e gli enti territoriali coinvolti per promuovere le iniziative in programma.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali

Filiera / Progetto: ICT

Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente -CdR SF10/ AT02

INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE ALLA HANNOVER MESSE 2018 - HANNOVER - GERMANIA

- Regioni meno sviluppate

Data: 24/4/2018- 28/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA

Settore: PLURISETTORIALE, BENI A TECNOLOGIA AVANZATA

DESCRIZIONE

La fiera Hannover Messe rappresenta la più importante vetrina mondiale nel campo dell'innovazione e delle nuove tecnologie, a cui partecipano ogni anno oltre 250.000 visitatori, di cui il 30% proveniente dall'estero, e 6.500 espositori.

La formula dell'Hannover Messe è unica nel suo genere. Raccoglie , infatti, sette saloni internazionali in contemporanea nella stessa location, proponendo una gamma tematica e merceologica che spazia da ricerca e sviluppo ad automazione industriale e IT, a innovative soluzioni di subfornitura, a tecnologie energetiche e ambientali. L'obiettivo della fiera è quello di favorire le opportunità commerciali e di business e di dare visibilità alle aziende partecipanti in linea con le strategia previste dal piano Industria 4.0. La prossima edizione si terrà ad Hannover dal 24 al 28 aprile 2018 .

Si prevede la realizzazione di uno spazio espositivo articolato in postazioni open space destinato alle imprese delle Regioni cd. meno sviluppate. Sono previste anche azioni collaterali a sostegno delle imprese partecipanti, tra cui una brochure di presentazione della collettiva, con i dati aziendali, specializzazioni e richieste di collaborazione, in versione cartacea e su supporto dati.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali

Filiera / Progetto: NUOVI MATERIALI PER L'EDILIZIA

Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente -CdR SF10/ AT04

INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE A ECOBUILD 2018 - LONDRA – REGNO UNITO

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/3/2018- 27/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: ALTRI PAESI EUROPEI

Settore: PLURISETTORIALE, BENI A TECNOLOGIA AVANZATA

DESCRIZIONE

La Fiera ECOBUILD costituisce la più importante manifestazione fieristica internazionale dedicata al futuro dell'edilizia ecosostenibile, al design, alle energie rinnovabili e all'efficienza energetica. La fiera rappresenta un prestigioso punto di incontro per architetti, designers, ingegneri, imprese edili e decision makers provenienti da tutto il mondo. Nel Regno Unito il settore delle costruzioni è in forte espansione, in particolare la domanda "green" di prodotti ecosostenibili alimenta previsioni di forte crescita per gli anni futuri, dopo anni di difficoltà a seguito della crisi finanziaria. Nel 2015 l'edilizia ha contribuito alla crescita del PIL del mercato inglese per 105 miliardi di sterline. In continuità a quanto già realizzato con il precedente PES 1, la manifestazione viene inserita nel primo programma operativo del PES II prevedendo la partecipazione delle imprese delle Regioni meno sviluppate. Il pacchetto dei servizi a disposizione delle aziende prevede uno stand individuale, allestito/area comune, un centro servizi a disposizione delle aziende partecipanti, la realizzazione di un catalogo.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali

Filiera / Progetto: AEROSPAZIO

Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente - CdR SF10/ AT11

INIZIATIVA: AZIONI DI SUPPORTO A AIRTEC 2017 - MONACO - GERMANIA

- Regioni meno sviluppate

Data: 24/10/2017- 26/10/2017

DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: AEROMOBILI E VEICOLI SPAZIALI

DESCRIZIONE

Airtech è la piattaforma ideale per associare la tecnologia al business dell'intera supply chain dell'aerospazio. Si basa su tre pilastri: fiera, B2B e meeting e costituisce uno degli eventi europei più importanti del settore. La prossima edizione avrà luogo a Monaco (Germania) dal 24 al 26 ottobre 2017.

La caratteristica di questa fiera è quella di essere dedicata prettamente alle piccole e medie imprese facilitando accordi di subfornitura, e facilitando la partecipazione di queste ai grandi programmi internazionali. Il sostegno alla partecipazione ad AIRTEC di Monaco è stata richiesta in recenti occasioni di incontro con aziende dei due principali distretti dell'aerospazio, presenti in Campania e in Puglia. La formula di partecipazione prevede la realizzazione di uno spazio espositivo con l'organizzazione di B2B, rivolto a tutte le imprese delle Regioni cd. meno sviluppate.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali

Filiera / Progetto: AEROSPAZIO

Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente - CdR SF10/ AT13

INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE A SEATTLE 2018 – STATI UNITI

- Regioni meno sviluppate

Data: 26/3/2018- 28/3/2018

DATI GENERALI

Area geografica: NORD AMERICA

Settore: AEROMOBILI E VEICOLI SPAZIALI

DESCRIZIONE

Insieme a Aeromart Montreal, gli ADM (Aerospace & Defence Meeting) di Seattle costituiscono il più importante appuntamento tra buyer e fornitori del comparto aeronautico e aerospaziale del Nord America. All'edizione 2016, hanno partecipato diverse aziende del Sud all'interno di una collettiva a carattere nazionale. Alla luce della presenza di eccellenze nel comparto delle tecnologie aerospaziali nelle Regioni meno sviluppate, verranno attrezzati un open space con meeting point e un'area di assistenza a disposizione delle aziende partecipanti.

Saranno organizzati incontri B2B con controparti estere attraverso il sistema di partnering e di matchmaking previsto dall'ente fiera, con il monitoraggio dell'ICE-Agenzia.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali

Filiera / Progetto: CHIMICA E ENERGIE RINNOVABILI

Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente - CdR SF10/ AT22

INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE A NANOTECH 2018 – TOKYO - GIAPPONE

- Regioni meno sviluppate

Data: 14/02/2018- 16/02/2018

DATI GENERALI

Area geografica: ASIA E OCEANIA

Settore: PLURISETTORIALE, A TECNOLOGIA AVANZATA

DESCRIZIONE

Il salone Nanotech - International Conference and Exhibition, giunto alla diciassettesima edizione, è il più grande evento mondiale dedicato alle nanotecnologie. L'evento si svolgerà a Tokyo dal 14 al 16 febbraio 2018 ed è rivolto alle imprese dei seguenti settori: ambiente /energia, robotica, IT e elettronica, biomimetica, aerospazio. L'edizione 2017 ha registrato la presenza di oltre 53.000 visitatori.

La partecipazione dell'ICE-Agenzia si realizzerà in un'area open-space all'interno della quale le aziende partecipanti avranno uno spazio dedicato per incontri di lavoro e una postazione personalizzata.

Il Salone prevede anche una attività di partnering ed a tal fine ha implementato una piattaforma digitale per la fissazione di incontri di affari tramite la quale le aziende partecipanti avranno l'opportunità di sviluppare un calendario mirato di appuntamenti con gli operatori del settore.

Al fine di incrementare la visibilità della delegazione italiana, è prevista l'organizzazione di un seminario tecnologico nell'ambito del quale le aziende potranno effettuare una breve presentazione dei loro prodotti e della loro attività.

L'azione di promozione sarà arricchita dalla realizzazione di un catalogo bilingue inglese-giapponese e da altre azioni di comunicazione nei mesi precedenti la Fiera.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali

Filiera / Progetto: NAUTICA

Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente - CdR SF10/ AT17

INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA NAUTIC PARIGI 2017 - FRANCIA

- Regioni meno sviluppate

Data: 2/12/2017- 10/12/2017

DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA

Settore: IMBARCAZIONI DA DIPORTO E SPORTIVE

DESCRIZIONE

Il salone Nautic di Parigi è l'iniziativa più prestigiosa del settore nautica in Francia. La scorsa edizione ha registrato circa 200.000 visitatori, tra professionisti e pubblico e 800 espositori, rappresentativi di tutta la filiera. La presenza italiana ogni anno è significativa e nella scorsa edizione tramite il Piano Export Sud sono state accompagnate 9 aziende del settore, di cui 6 cantieri, due porti turistici e una società di noleggio, riempiendo interamente lo spazio affittato.

A seguito dell'esito positivo dell'evento, gli espositori hanno manifestato l'interesse a partecipare alla prossima edizione del Salone Nautico di Parigi, che si svolgerà nel mese di dicembre 2017, confermandone l'importanza per le imbarcazioni della loro categoria.

Per la prossima edizione pertanto si propone di organizzare una collettiva per le Regioni meno sviluppate, nei due padiglioni dedicati alle imbarcazioni a motore e alle attività di turismo, personalizzando l'allestimento per dare risalto alle singole aziende nonché garantendo l'assistenza tecnica alle imprese in loco prima durante e dopo la fiera.

La presenza delle aziende italiane alla manifestazione sarà promossa con inserzioni pubblicitarie sulle principali riviste francesi di settore e con la realizzazione di una brochure di presentazione degli espositori che sarà distribuita durante la fiera.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali

Filiera / Progetto: PRODOTTI PERSONA

Ufficio di Riferimento: Beni di Consumo - CdR SF20/ BC05

INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA "IJT - INTERNATIONAL JEWELLERY TOKYO 2018"

- GIAPPONE

- Regioni meno sviluppate

Data: 24/1/2018 – 28/1/2018

DATI GENERALI

Area geografica: ASIA E OCEANIA

Settore: GIOIELLERIA/ OREFICIERIA

DESCRIZIONE

La Fiera IJT è la principale manifestazione dedicata al settore gioielleria ed oreficeria in Giappone capace di attrarre anche operatori provenienti dai vicini Paesi asiatici. L'edizione 2017 ha registrato la presenza di oltre 1.100 espositori da oltre 30 Paesi e un'audience di quasi 26.000 visitatori. Le imprese meridionali che hanno partecipato alla edizione 2017, con il Piano Export Sud 1, sono state 26. Pertanto si ritiene opportuno inserire nel presente Programma Operativo del Piano Export Sud 2 la realizzazione di una collettiva alla IJT 2018, che si svolgerà nel mese di gennaio, mantenendo lo stesso format delle passate edizioni. Sono previste, tra l'altro, azioni di comunicazione a supporto dell'evento e la creazione di un Padiglione ad hoc dedicato alle Regioni meridionali.

Attraverso questa iniziativa si intende valorizzare il segmento di eccellenza del "Made in Italy": oreficeria, coralli, cammei, gioielleria.

La partecipazione all'IJT2018 rappresenta un'opportunità imperdibile per un marketing di successo nel mercato giapponese, in grado di coinvolgere buyers e operatori del settore da tutta l'area Asia/Pacifico. Il target eterogeneo comprende retailers, buyers, importatori/grossisti e rappresenta una duplice opportunità di approccio integrato e di radicamento nel mercato, oltre alla possibilità di condurre cash & carry in loco.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali

Filiera / Progetto: MODA-PERSONA

Ufficio di Riferimento: Beni di Consumo -CdR SF20/ BC09

INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE A WHO'S NEXT PARIGI – ED. GENNAIO 2018 - FRANCIA

- Regioni meno sviluppate

Data: 24/1/2018- 28/1/2018

DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA

Settore: SISTEMA MODA

DESCRIZIONE

Who's Next è la manifestazione che ha raggruppato tutte le precedenti fiere del settore moda in un unico evento che si svolge a Parigi, a cadenza semestrale, nelle edizioni estiva e invernale. Il salone si articola in 6 aree: Private, Fame, Première Classe, Mr & Mrs Brown, Who's Next accessories e Mr & Mrs Brown accessories, dedicate ai vari settori (abbigliamento uomo e donna, accessori moda, bigiotteria, calzature, pelletteria). L'ammissione è soggetta alla valutazione del Comitato di selezione dell'Ente Fiera, che decide anche il posizionamento della singola azienda in fiera. A seguito dei positivi risultati ottenuti dalle imprese nelle edizioni realizzate con il PES 1, si prevede di supportare la presenza di almeno 50 aziende delle Regioni meno sviluppate per l'edizione di gennaio 2018. La partecipazione all'iniziativa prevede la realizzazione di uno spazio espositivo per le aziende delle regioni meno sviluppate, attività di comunicazione in loco e la realizzazione di una brochure con profili delle aziende partecipanti.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali

Filiera / Progetto: AGRO-ALIMENTARE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Agroalimentare e Vini -CdR SF30/ AV1

INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA SIRHA BUDAPEST 2018 - UNGHERIA

- Regioni meno sviluppate

Data: 7/2/2018- 9/2/2018

DATI GENERALI

Area geografica: EUROPA CENTRO ORIENTALE

Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

DESCRIZIONE

La fiera Sirha, a cadenza biennale, è la manifestazione ungherese più prestigiosa dedicata al settore agro-alimentare, inclusi l'industria dolciaria, l'industria della pianificazione e il comparto HORECA. Nell'ambito del Piano Export Sud 1 è stata realizzata una partecipazione collettiva che ha riscosso un grande interesse da parte delle imprese. Si propone per la seconda edizione, che si svolgerà dal 7 al 9 febbraio 2018 a Budapest, la realizzazione dello stesso format attraverso l'organizzazione di un padiglione collettivo articolato in spazi espositivi destinati alle aziende delle Regioni cd. meno sviluppate. Nel corso dei tre giorni saranno realizzati eventi collaterali che daranno maggiore visibilità alle aziende che faranno parte della collettiva, tra cui un seminario eno-gastronomico rivolto ad importatori/distributori e opinion leader locali. Si prevede la partecipazione di 15 aziende.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali

Filiera / Progetto: AGRO-ALIMENTARE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Agroalimentare e Vini -CdR SF30/ AV2

INIZIATIVA: NATURAL & ORGANIC PRODUCTS LONDRA 2018 – REGNO UNITO

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/4/2018- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA

Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

DESCRIZIONE

Il Regno Unito è il quarto mercato di destinazione dell'export del settore agro-alimentare italiano. La fiera Natural & Organic Product Europe è una fiera annuale, che si svolge a Londra, dedicata esclusivamente al trade. Insieme a BIOFACH che si tiene in Germania, è l'evento più prestigioso nel panorama europeo per quanto concerne il biologico. L'edizione 2017 è stata visitata da 10.226 specialisti del settore, provenienti da 86 paesi esteri. Tra gli specialisti, si annoverano rappresentanti delle catene GDO (Waitrose, Tesco, Ocado, Sainsbury's ecc.), buyers delle catene di ristorazione, catene di hotel, negozi indipendenti, grossisti, distributori e importatori. Gli espositori sono stati 650 in rappresentanza di 46 paesi. Durante la fiera si svolgono seminari, convegni e cooking show. Nel 2017 le aziende partecipanti sono state 16, provenienti da Campania, Sicilia, Puglia e Calabria. In considerazione delle realtà produttive dedicate al biologico nelle Regioni cd. meno sviluppate e della ricettività del mercato del nord-Europa, si intende ripetere l'iniziativa. Sarà organizzato un padiglione collettivo articolato in in open space unitamente alla realizzazione di attività collaterali. Si stima di incrementare il numero delle imprese meridionali partecipanti rispetto alla edizione precedente.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali

Filiera / Progetto: AGRO-ALIMENTARE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Agroalimentare e Vini - CdR SF30/ AV5

INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE ALLA FIERA ISRAFOOD 2017 - ISRAELE

- Regioni meno sviluppate

Data: 28/11/2017- 30/11/2017

DATI GENERALI

Area geografica: ASIA

Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

DESCRIZIONE

La fiera Israfood è la principale manifestazione del settore agro-alimentare/vini in Israele. Il mercato israeliano è ritenuto d'interesse per le aziende delle regioni meridionali per le prospettive di assorbimento sia di prodotti tipici della tradizione del Sud sia di quelli biologici. La fiera di svolgerà a Tel Aviv dal 28 al 30 novembre 2017 ed è aperta esclusivamente agli operatori del settore. Si prevede l'organizzazione di una partecipazione collettiva su un area di circa 150 mq con la presenza di 10/12 aziende delle Regioni cd. meno sviluppate alle quali sarà richiesta una quota di partecipazione per postazione in area open space. Sarà prodotto un catalogo dei partecipanti e fatta un'azione di promozione e pubblicità per favorire i contatti con gli operatori economici in visita alla fiera.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali

Filiera / Progetto: AGRO-ALIMENTARE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Agroalimentare e Vini - CdR SF30/ AV8

INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA ALIMENTARIA BARCELLONA 2018 - SPAGNA

- Regioni meno sviluppate

Data: 16/4/2018-19/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA

Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

DESCRIZIONE

La fiera Alimentaria di Barcellona si svolge con cadenza biennale negli anni pari ed è il principale appuntamento del settore agro-alimentare/vini della penisola Iberica, con proiezione su tutto il mercato latino americano, di cui è appuntamento di riferimento per il contatto con i produttori europei. L'ultima edizione ha registrato la partecipazione di 3.938 espositori provenienti da 65 paesi. La prossima edizione si svolgerà dal 16 al 19 aprile 2018.

E' prevista l'organizzazione di un padiglione collettivo su un area di circa 200 mq organizzata in open space alla quale parteciperanno tra le 20 e le 30 aziende delle 5 Regioni meno sviluppate. La fiera offre inoltre una programma di attività collaterali quali seminari tecnici e momenti di incontro tra operatori.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali

Filiera / Progetto: AGRO-ALIMENTARE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Agroalimentare e Vini -CdR SF30/ AV10

INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE ALLA MANIFESTAZIONE FIERISTICA ENOEXPO 2017 DI CRACOVIA (POLONIA)

- Regioni meno sviluppate

Data: 15/11/2017- 17/11/2017

DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA

Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

DESCRIZIONE

La Fiera ENOEXPO - International Wine Trade Fair -, giunta alla 15a edizione, si svolgerà a Cracovia dal 15 al 17 novembre 2017. L'edizione precedente ha registrato la presenza di oltre 350 espositori, operanti soprattutto nel settore HO.RE.CA. Caratteristica della fiera, l'unica dedicata esclusivamente ai vini in Polonia, e' l'intensa attivita' seminariale che si svolge nell'ambito della stessa, con spazi predisposti, adatti a degustare i vini, proiettare video, interloquire con i produttori o i testimonial delle varie case vinicole. Cracovia , secondo centro del Paese dopo Varsavia, è una grande citta' industriale oltre che commerciale, con un gran numero di ristoranti ed hotel grazie anche al notevole flusso turistico, in quanto ha mantenuto l'originale assetto urbanistico.

L'ente fiera ha proposto l'Italia come paese patner della XV edizione della fiera. Si prevede di organizzare un padiglione collettivo articolato in spazi dedicati alle imprese partecipanti provenienti dalla Regioni meno sviluppate.

L'iniziativa prevede inoltre una serie di azioni collaterali attraverso l'organizzazione di visite aziendali.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali

Filiera / Progetto: AGRO-ALIMENTARE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Agroalimentare e Vini - CdR SF30/ AV15

INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FOOD & DRINK EXPO A BIRMINGHAM – REGNO UNITO

- Regioni meno sviluppate

Data: 16/4/2018- 18/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA

Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

DESCRIZIONE

Il Regno Unito è il quarto mercato di destinazione dell'export del settore agro-alimentare italiano. La fiera Food & Drink Expo è una fiera annuale dedicata esclusivamente al trade. Si terrà a Birmingham dal 16 al 18 aprile 2018 e convoglia l'interesse dei principali operatori economici del Regno Unito. L'industria alimentare britannica movimentata un valore di 201 miliardi di sterline e le importazioni pesano per 39 miliardi di sterline. Si prevede nell'ambito del PES II di organizzare una partecipazione collettiva con formula open space su un'area di circa 180 mq per 20 aziende delle 5 regioni meno sviluppate. Sono previsti servizi di assistenza per le imprese partecipanti durante l'evento.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali

Filiera / Progetto: AGRO-ALIMENTARE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Agroalimentare e Vini - CdR SF30/ AV18

INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE A VINISUD 2018 - MONTPELLIER - FRANCIA

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/2/2018- 28/2/2018

DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: VINI

DESCRIZIONE

VINISUD è il salone di riferimento internazionale per i vini di tutto il bacino Mediterraneo. La prossima edizione avrà luogo al Parc des Expositions di Montpellier dal 18 al 20 febbraio 2018. Il Salone coinvolge 1.000 espositori, oltre 20.000 i visitatori, di cui 6.000 internazionali, provenienti da 70 nazioni diverse. Parte dei buyer viene selezionata da un apposito organismo denominato Forum International d'Affaires per garantire un livello di qualità dei partecipanti.

Per la prossima edizione, il Salone offre la possibilità di intercettare i buyer fissando incontri b2b negli stand degli espositori tramite un'apposita piattaforma. Tra le attività previste dall'ente fiera, vi sono spazi dedicati alle degustazioni dei vini.

L'iniziativa prevede l'organizzazione di una collettiva di circa 120/130mq per una decina di aziende e degustazioni di vini delle Regioni meno sviluppate.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali

Filiera / Progetto: AGRO-ALIMENTARE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Agroalimentare e Vini - CdR SF30/ AV23

INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE A PROWEIN 2018 - DUESSELDORF - GERMANIA

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/3/2018- 31/3/2018

DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: VINI

DESCRIZIONE

La Prowein è la più grande e prestigiosa fiera vinicola in Germania, interlocutore commerciale storico per il vino italiano e primo mercato di sbocco in volume. La manifestazione, giunta alla sua XXIV edizione, rappresenta il più importante evento fieristico dedicato al vino in Europa. Il crescente successo della manifestazione è decretato dai suoi numeri: oltre 52.000 visitatori internazionali, oltre 5.970 espositori da 50 paesi. L'obiettivo dell'iniziativa è il consolidamento delle posizioni di mercato raggiunte e l'introduzione di un'offerta più ampia che la viticoltura italiana delle Regioni indicate come meno sviluppate è in grado di offrire. E' prevista l'organizzazione di uno spazio espositivo con servizi di assistenza alle imprese partecipanti in fiera.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.2 - Missioni di operatori esteri

Filiera / Progetto: MECCANICA

Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente -CdR SF10/ AT01

INIZIATIVA: MISSIONI DI OPERATORI ESTERI AD AGRILEVANTE - BARI

- Regioni meno sviluppate

Data: 12/10/2017- 15/10/2017

DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO

Settore: PLURISETTORIALE

DESCRIZIONE

ICE-Agenzia organizza in occasione di Agrilevante 2017 a Bari, in collaborazione con Federunacoma la presenza in fiera di una serie di delegazioni provenienti dai paesi del Bacino del Mediterraneo, dai Balcani, dall'Europa dell'Est, dalla Russia, dal Pakistan e dall'Iran.

Nei giorni di svolgimento della Rassegna, dal 12 al 15 ottobre 2017, sono previsti incontri fra i componenti delle varie delegazioni estere presenti e gli espositori Agrilevante. La presente iniziativa è stata inserita nel Programma Operativo anche su indicazione delle Regioni in questione, in considerazione dell'interesse manifestato da parte degli operatori locali del settore.

Questa manifestazione offre ai visitatori (circa 59.000 nell'edizione 2015, con oltre 35 delegazioni estere accreditate) un panorama completo di soluzioni tecnologiche efficaci per l'intero ciclo produttivo: dalla lavorazione e preparazione del terreno alla semina, dall'irrigazione ai trattamenti, fino alle fasi di raccolta, trasporto e prima lavorazione dei prodotti. L'evento è particolarmente focalizzato sulle colture tipiche del Mediterraneo, per le quali l'industria della meccanizzazione è in grado di offrire una gamma di mezzi ed attrezzature molto ampia e tecnologicamente avanzata. Nei giorni di svolgimento della rassegna, verranno organizzati degli incontri B2B in un'area appositamente allestita fra i componenti delle varie delegazioni estere invitate e gli espositori presenti ad Agrilevante. Si stima la presenza di almeno 60 operatori esteri.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.2 - Missioni di operatori esteri

Filiera / Progetto: MACCHINE MARMO

Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente - CdR SF10/ AT12

INIZIATIVA: ITALIAN STONE EXPERIENCE IN SOUTH ITALY

- Regioni meno sviluppate

Data: 29/1/2018- 3/2/2018

DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO

Settore: PLURISETTORIALE, BENI A TECNOLOGIA AVANZATA

DESCRIZIONE

L'incoming di operatori nel settore delle macchine per la lavorazione del marmo, a carattere itinerante, organizzato per la prima volta nell'ambito del PES 1, ha avuto un buon riscontro sia di operatori esteri che di aziende italiane. Il successo dell'iniziativa giustifica l'inserimento nel PES II, coinvolgendo anche le realtà presenti in Basilicata.

L'iniziativa riguarderà l'organizzazione di una missione di operatori esteri provenienti in particolare dai paesi Asean e da mercati emergenti, anche lontani, dove il potenziale per le produzioni locali è interessante e ancora inesplorato. L'iniziativa sarà a carattere itinerante e toccherà i siti principali della filiera tecno-marmifera (macchine, utensili e prodotti per il trattamento e lavorazione) presenti nelle differenti Regioni cd. meno sviluppate.

L'obiettivo è quello di allargare ulteriormente i mercati internazionali di destinazione per le realtà produttive coinvolte, al fine di facilitare i contatti con controparti estere attraverso le visite aziendali e B2B.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.2 - Missioni di operatori esteri

Filiera / Progetto: AUTOMOTIVE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente - CdR SF10/ AT16

INIZIATIVA: INCOMING OPERATORI ESTERI NEL SETTORE AUTOMOTIVE

- Regioni meno sviluppate

Data: 13/11/2017- 17/11/2017

DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO

Settore: AUTOMOTIVE, COMPONENTISTICA MECCANICA

DESCRIZIONE

La presenza di realtà produttive in alcune Regioni meno sviluppate, tra cui la Regione Basilicata, giustifica l'inserimento nel piano di iniziative di una missione di operatori esteri nei settori dell'automotive. Il polo produttivo di settore si concentra principalmente nella zona di Melfi e rappresenta un comparto altamente specializzato, con la presenza di un indotto di imprese subfornitrici che ne rappresentano la componentistica. La presente azione riguarda una missione di operatori esteri con visite alle aziende e incontri B2B, che consentano agli operatori di entrare in contatto con le realtà produttive del territorio, di vendere direttamente i prodotti e di instaurare dei rapporti commerciali duraturi.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.2 - Missioni di operatori esteri

Filiera / Progetto: NAUTICA

Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente - CdR SF10/ AT19

INIZIATIVA: INCOMING OPERATORI ESTERI A SNIM 2018 - BARI

- Regioni meno sviluppate

Data: 29/3/2018- 2/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO

Settore: IMBARCAZIONI DA DIPORTO E SPORTIVE

DESCRIZIONE

SNIM - Salone Nautico di Puglia, giunto alla 15° edizione e per la prima e seconda volta in calendario a Bari (le precedenti edizioni si erano sempre tenute a Brindisi), patrocinato dalla Regione Puglia, mira a diventare il principale evento specializzato del settore nel Mezzogiorno d'Italia e nell'area Adriatica.

Il Distretto della Nautica pugliese raggruppa 108 imprese, alle quali si aggiungono associazioni, università, centri di ricerca ed enti, ed ha un ambito geografico regionale. Con 865 Km di costa, 64 porti turistici e approdi e circa 10mila posti barca, il mare rappresenta una grande risorsa economica per la Puglia e il turismo nautico uno dei settori economici con maggiori prospettive di espansione e ricadute positive sul territorio pugliese e delle altre Regioni meno sviluppate.

L'esperienza positiva maturata nel precedente PES1, che ha prodotto ordini da parte delle controparti estere partecipanti, giustifica la ripetizione della azione di incoming con lo stesso format.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.2 - Missioni di operatori esteri

Filiera / Progetto: AMBIENTE ED ENERGIE RINNOVABILI

Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente - CdR SF10/ AT21

INIZIATIVA: INCOMING DI OPERATORI ESTERI NEL COMPARTO AMBIENTE/ENERGIE RINNOVABILI

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/7/2017- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO

Settore: PLURISETTORIALE, BENI A TECNOLOGIA AVANZATA

DESCRIZIONE

L'iniziativa riguarda un'azione di incoming di operatori esteri del comparto ambiente e energie rinnovabili per la realizzazione di visite presso le realtà produttive nelle Regioni meno sviluppate o presso manifestazioni fieristiche del settore, tra cui EnergyMed, che si svolge annualmente a Napoli presso la Mostra d'Oltremare. Si tratta di un evento leader del Centro Sud Italia sull'energia, sul riciclo e sulla mobilità sostenibile e costituisce un momento di incontro con le aziende meridionali presenti al Salone. Il numero di espositori è in aumento. Le imprese si possono confrontare sulle novità che caratterizzano il comparto delle rinnovabili, dell'efficienza energetica ("EnerEfficiency"), dei servizi e prodotti innovativi per una corretta gestione integrata dei rifiuti ("Recycle"), della mobilità sostenibile ("Mobility") e dell'automazione negli edifici intelligenti ("Automation"). La manifestazione si conferma, quindi, come focal point in cui imprese, centri di ricerca, associazioni e tecnici del settore possono confrontarsi sui temi delle rinnovabili, dell'efficienza energetica, della mobilità sostenibile, dell'edilizia e del riciclo. Le attività in programma prevedono incontri B2B con le controparti estere in uno spazio dedicato.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.2 - Missioni di operatori esteri

Filiera / Progetto: PRODOTTI PERSONA

Ufficio di Riferimento: Beni di Consumo - CdR SF20/ BC01

INIZIATIVA: MOSTRA AUTONOMA DI COSMETICA: LA BELLEZZA MADE IN SUD

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/7/2017- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO
Settore: COSMETICA

DESCRIZIONE

L'iniziativa, alla sua terza edizione, mira a diventare un appuntamento di riferimento per la presentazione della produzione cosmetica dei distretti delle regioni meridionali, puntando a valorizzare la produzione originale, realizzata con ingredienti naturali e principi attivi connaturati con il territorio. In particolare si intendono realizzare una mostra autonoma di circa 40 aziende provenienti da Sicilia, Puglia, Calabria e Campania, Basilicata e un'azione di incoming di circa 60 operatori provenienti da numerosi mercati di crescente interesse. Il programma dell'iniziativa prevede di realizzare nella prima giornata incontri B2B, secondo un'agenda prefissata sulla base dei profili aziendali e, a seguire, un programma di visite presso alcune realtà produttive di eccellenza. L'iniziativa si svolgerà in Campania in una location da definire in base alla migliore soluzione logistica.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.2 - Missioni di operatori esteri

Filiera / Progetto: PRODOTTI PERSONA

Ufficio di Riferimento: Beni di Consumo - CdR SF20/ BC06

INIZIATIVA: TESORI NASCOSTI: VIAGGIO NELLA GIOIELLERIA DEL SUD

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/7/2017- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO

Settore: GIOIELLERIA/ OREFICERIA

DESCRIZIONE

L'iniziativa costituisce la prosecuzione delle iniziative di incoming nel distretto della gioielleria e del corallo che si sono svolte nel corso del 2016 nell'ambito del precedente Piano Export Sud 1. La finalità è di completare e di massimizzare tale investimento promozionale.

Il progetto si articolerà in una serie di missioni di operatori esteri provenienti dai principali mercati di interesse, che consideri tutta la filiera del comparto coralleria-oreficeria-gioielleria presente nelle Regioni meno sviluppate. Saranno organizzati incontri B2B con le aziende meridionali, a cui seguiranno visite a manifestazioni fieristiche prevedendo, a corollario, anche un tour presso alcuni dei più significativi laboratori di produzione. Si prevede di coinvolgere un centinaio di buyer provenienti soprattutto da: Nord-America, mercato da sempre prioritario e di rinnovato interesse a partire dalla ripresa economica statunitense; mercati asiatici, segnatamente Cina, Giappone e Corea del Sud; Paesi dell'Europa occidentale, come Spagna e Portogallo, dei Balcani e dell'Europa Centro Orientale.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.2 - Missioni di operatori esteri

Filiera / Progetto: MODA-PERSONA

Ufficio di Riferimento: Beni di Consumo -CdR SF20/ BC11

INIZIATIVA: MISSIONI INCOMING E WORKSHOP SUL TERRITORIO COMPARTO MODA

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/7/2017- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO
Settore: SISTEMA MODA

DESCRIZIONE

La finalità di questo progetto dedicato al comparto moda è quello di porre un accento particolare sulla valorizzazione della creatività e dell'innovazione della moda made in sud e delle sue particolari eccellenze.

Le modalità operative riguarderanno una serie di attività, quali:

- Workshop sul territorio con la partecipazione di aziende manifatturiere e buyer e stampa internazionale;
- Visite aziendali alle realtà più significative di ogni territorio.

Gli eventi previsti saranno:

- promozione della moda sposa e cerimonia in Puglia. L'iniziativa sarà aperta a tutte le regioni oggetto del piano, ma si svolgerà in Puglia in quanto è la regione fulcro della Moda Sposa, in cui è basata la maggior parte della produzione italiana.

- promozione della moda donna in Sicilia. La proposta nasce per realizzare un follow up delle azioni passate in cui hanno partecipato molte realtà siciliane, trasferendo l'incontro con gli operatori internazionali sul territorio in cui nasce il prodotto. L'iniziativa sarà estesa a tutte le imprese delle Regioni meno sviluppate.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.2 - Missioni di operatori esteri

Filiera / Progetto: MODA-PERSONA

Ufficio di Riferimento: Beni di Consumo - CdR SF20/ BC12

INIZIATIVA: TERZA EDIZIONE DI IT'S TIME TO SOUTH PRESSO IL SALONE WHITE E AZIONI DI FOLLOW-UP ALL'ESTERO

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/7/2017- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO

Settore: SISTEMA MODA

DESCRIZIONE

In continuità con quanto già realizzato nel Piano Export Sud 1, si propone la partecipazione alla terza edizione dell'evento "It's Time to South", come azione di promozione di marchi emergenti della moda contemporanea prodotti nelle 5 Regioni meno sviluppate, in occasione dell'edizione di White nel 2018. Il progetto "It's Time to South" consiste in una piattaforma espositiva all'interno del salone White, espressamente dedicata all'internazionalizzazione di designer emergenti provenienti dal Centro - Sud Italia che producono le loro collezioni in loco.

Si prevede la partecipazione di 12-14 aziende e l'invito di una delegazione di circa 25-30 operatori esteri, tra buyer e stampa estera, orientativamente provenienti da USA, Giappone, Corea del Sud, Medio Oriente, Russia, Kazakistan, Europa, Australia e Cina. Quale follow up di tale azione si prevedono azioni di promozione all'estero in favore dei giovani designer partecipanti.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.2 - Missioni di operatori esteri

Filiera / Progetto: ARREDO E COSTRUZIONI

Ufficio di Riferimento: Beni di Consumo - CdR SF20/ BC14

INIZIATIVA: INCOMING DI OPERATORI ESTERI NEL COMPARTO DELL'ARREDO E DEL COMPLEMENTO

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/7/2017- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO

Settore: SISTEMA ABITARE

DESCRIZIONE

Si prevede un incoming di ca. 15 operatori esteri provenienti da USA, Russia ed Europa, quale follow up ad un prodotto editoriale dedicato ai settori dell'arredo, complemento dell'arredo e artigianato del Sud Italia realizzato nell'ambito del Piano Export Sud 1.

Il lavoro di mappatura, sviluppato intorno al tema delle mappature dei distretti regionali delle singole Regioni della Convergenza, si è infatti focalizzato sui luoghi della filiera come aziende, atelier, botteghe, laboratori, centri di formazione e i principali musei raccontati con immagini e didascalie. Questa iniziativa intende valorizzare questo lavoro di mappatura per promuovere le realtà produttive attraverso un'azione di incoming costituita da acquirenti esteri. E' prevista l'organizzazione di visite e B2B.

L'incoming sarà realizzato in due tappe, una delle quali toccherà la Sicilia.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.2 - Missioni di operatori esteri

Filiera / Progetto: AGRO-ALIMENTARE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Agroalimentare e Vini -CdR SF30/ AV16

INIZIATIVA: MISSIONI DI OPERATORI E GIORNALISTI ESTERI NEL COMPARTO AGRO-ALIMENTARE

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/7/2017- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA

Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

DESCRIZIONE

L'iniziativa prevede l'organizzazione di un incoming di operatori esteri (importatori, buyers, rappresentanti di monopoli, giornalisti, ecc.) in momenti autonomi od in occasione delle più interessanti e significative manifestazioni del comparto agroalimentare/biologico ed enologico organizzate nelle Regioni meridionali. Le missioni saranno realizzate in collaborazione con partner territoriali e coinvolgeranno complessivamente circa 120 operatori commerciali esteri e 40 aziende per ciascuna tappa di incontri B2B che sarà organizzata. E' prevista una missione per ciascuna regione, anche a carattere itinerante, in continuità con le attività svolte nel precedente PES 1.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.2 - Missioni di operatori esteri

Filiera / Progetto: BIOTECNOLOGIE E ICT

Ufficio di Riferimento: Ufficio Partenariato industriale e Rapporti con OO.II. -CdR SF50/ PI05

INIZIATIVA: MISSIONE DI INCOMING DI OPERATORI ISRAELIANI

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/7/2017- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: MEDIO ORIENTE

Settore: PLURISETTORIALE, BENI A TECNOLOGIA AVANZATA

DESCRIZIONE

Grazie alla vicinanza geografica, nonché alla maggiore consapevolezza delle opportunità offerte dall'eccellente reputazione nei settori di innovazione tecnologica, il mercato israeliano si conferma di grande interesse per l'Italia. Analogamente, la collaborazione con l'industria italiana è generalmente considerata da parte israeliana come un naturale complemento nel passaggio dalla fase di ricerca e brevettazione a quella di realizzazione e commercializzazione dei prodotti finiti. I rapporti economici bilaterali tra Italia ed Israele hanno, inoltre, sperimentato un forte impulso con la stipulazione dell'Accordo Intergovernativo di Cooperazione Industriale Scientifica e Tecnologica. L'obiettivo dell'iniziativa, pertanto, è quello di promuovere l'internazionalizzazione delle imprese delle Regioni meno sviluppate attraverso la promozione della collaborazione industriale e di altre forme di partenariato con selezionate controparti israeliane nei settori dell'ICT e delle biotecnologie.

L'evento si svolgerà in Puglia e si articolerà in tre tipologie di attività: seminario/workshop, incontri B2B e visite.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.3 - Azioni sui media e reti commerciali estere

Filiera / Progetto: CALZATURE

Ufficio di Riferimento: Beni di Consumo - CdR SF20/ BC02

INIZIATIVA: AZIONI DI PROMOZIONE DEL SETTORE CALZATURE NEGLI USA

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/7/2017- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: NORD AMERICA

Settore: SISTEMA MODA

DESCRIZIONE

L'accesso al mercato USA è particolarmente complesso per le aziende del settore calzature: abitualmente si opera tramite agenti (che richiedono commissioni elevate e anticipate), i dazi sono ingenti (8,5-10%) e numerose le documentazioni richieste e le restrizioni su pellami da specie protette. Gli USA rappresentavano per le calzature nel 2015 il 2° mercato di sbocco per l'export italiano di calzature (oltre 832 milioni di euro di export in valore e 32,6 milioni di paia in quantità) con una crescita del +16,4%. Nei primi 9 mesi del 2016 si registra una lieve diminuzione che porta gli USA oggi ad essere il 4° mercato di destinazione. Il mercato USA rappresenta comunque storicamente e tradizionalmente uno sbocco importante per il Made in Italy calzature: l'Italia è il 4° fornitore, con una quota di mercato del 5,12% dopo Cina, Vietnam, Indonesia e il 1° nel segmento luxury-alto di gamma. L'offerta rivolta a questo mercato è molto variegata per segmenti (luxury, medio-alto, medio) e fasce di prezzo, anche se il consumatore americano, soprattutto nelle grandi metropoli, è ancora molto sensibile al peso del "brand". Si stanno però aprendo degli spazi per prodotti di qualità e innovativi, che possano offrire elementi di originalità e prezzi contenuti. Le modalità tradizionali di promozione hanno fatto registrare un calo di adesioni e una riduzione di newcomers. Si prevede quindi di elaborare un nuovo format promozionale che comprende azioni quali product placement, incontri b2b, anche con ausilio di agenzie di comunicazione e stylist. Si prevede la partecipazione di 12-15 aziende del settore, tra cui i distretti calzaturieri della Campania (Grumo Nevano-Aversa, mentre Solofra è specializzata nella conca) e Puglia (Casarano-Lecce e Barletta) che contano numeri rilevanti di produttori (rispettivamente oltre 400 e 300).

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.3 - Azioni sui media e reti commerciali estere

Filiera / Progetto: PELLETTERIA

Ufficio di Riferimento: Beni di Consumo - CdR SF20/ BC03

INIZIATIVA: AZIONI DI PROMOZIONE DEL SETTORE PELLETTERIA NEGLI USA

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/7/2017- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: NORD AMERICA
Settore: SISTEMA MODA

DESCRIZIONE

L'Accesso al mercato USA è particolarmente complesso per le aziende del settore pelletteria: abitualmente si opera tramite agenti (che richiedono commissioni elevate e anticipate), i dazi sono ingenti (8,5-10%) e numerose le documentazioni richieste e le restrizioni su pellami da specie protette.

Per il 2015 nella pelletteria, tra le performances più brillanti, spicca quella negli USA (+13,34%). La pelletteria è un comparto che ha una forte propensione all'export, che colloca nei mercati internazionali quasi il 90% del fatturato. il mercato della pelletteria rappresenta il 30% delle vendite totali del segmento lusso, trainato soprattutto dalle vendite in USA e Giappone. Gli USA sono per il settore il 4° mercato di sbocco.

L'offerta rivolta a questo mercato è molto variegata per segmenti (luxury, medio-alto, medio) e fasce di prezzo, anche se il consumatore americano, soprattutto nelle grandi metropoli, è ancora molto sensibile al peso del "brand". Si stanno però aprendo degli spazi per prodotti di qualità e innovativi, che possano offrire elementi di originalità e prezzi contenuti

Le modalità tradizionali di promozione non hanno dato ad oggi i frutti sperati. Si prevede di sperimentare nuove modalità operative quali i product placement, incontri b2b, anche con ausilio di agenzie di comunicazione e stylist. Si prevede la partecipazione di 12-15 ditte del settore .

I distretti della concia in particolare della Campania (Solofra è specializzata nella concia) e Puglia (Casarano-Lecce e Barletta) contano numeri rilevanti di produttori.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.3 - Azioni sui media e reti commerciali estere

Filiera / Progetto: CALZATURE-PELLETERIA

Ufficio di Riferimento: Beni di Consumo - CdR SF20/ BC04

INIZIATIVA: AZIONI DI PROMOZIONE DEI COMPARTI CALZATURE/PELLETERIA NELLE NUOVE AREE COMMERCIALI DELLA FEDERAZIONE RUSSA

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/9/2017- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: ALTRI PAESI EUROPEI

Settore: SISTEMA MODA

DESCRIZIONE

L'interscambio Italia -Russia nel triennio 2014-2016 ha subito una forte riduzione, con una media di oltre il -25% a livello complessivo: ciò ha determinato un forte calo anche nel comparto calzature-pelleteria, con percentuali che arrivano al -30%; nell'arco di quasi 10 anni si è passati dai 7,330 milioni di paia di calzature importate in Russia nel 2008, fino ai circa 2,700 milioni del 2016 (fonte Dogane Russe-elaborazione ICE MOSCA). Ciononostante l'Italia rimane il 7° fornitore di calzature della Russia dopo Cina, Vietnam, Bielorussia, Turchia, Indonesia, Ucraina e prima dell'India, nonché il 1° per le calzature di pregio di fascia medio-alta. Situazione analoga si è registrata per la pelleteria, per la quale la Russia è il 12° mercato di sbocco. Obiettivo della presente iniziativa è riorientare gli scambi su nuove aree commerciali.

Tra le aree più interessanti sono state individuate :

- il Distretto Federale Meridionale e precisamente Rostov (Oblast, oltre 1 milione di abitanti), Grozny (Cecenia oltre 300.000 abitanti), Makhachkala (Daghestan oltre 600.000 abitanti);
- il Distretto federale di Siberia e precisamente Novosibirsk(capitale della Siberia, circa 1.600.000 abitanti), Krasnojarsk (circa 1.000.000 abitanti), Tyumen(oltre 700.000);
- il Distretto degli Urali e precisamente Ufa(capitale della Baschiria, circa 1.000.000 abitanti), Perm (capitale del Perm, circa 1.000.000 abitanti);
- il Distretto del Nord Caucaso e precisamente Stavropol (capitale del Kraj circa 500.000 abitanti), Vladikavkaz (capitale dell'Ossezia circa 300.000 abitanti). L'iniziativa scaturisce da un progetto analogo sul settore finanziato con altri programmi promozionali dell'ICE-Agenzia che motivano il ricorso a ripetere questa azione in Russia. Le attività promozionali riguarderanno la grande distribuzione e fiere di settore. Si prevede la partecipazione di 12-15 imprese del settore.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.3 - Azioni sui media e reti commerciali estere

Filiera / Progetto: AGRO-ALIMENTARE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Agroalimentare e Vini - CdR SF30/ AV3

INIZIATIVA: WORKSHOP AGROALIMENTARE E B2B IN CANADA

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/2/2018- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: NORD AMERICA

Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

DESCRIZIONE

Il Canada è uno dei principali mercati per l'alimentare italiano fuori dall'Unione; dopo l'entrata in vigore dell'accordo CETA si prevede un ulteriore sviluppo delle esportazioni. Per favorire le aziende delle Regioni "meno sviluppate" si propone la realizzazione di un evento fieristico autonomo da tenersi indicativamente nel periodo febbraio / marzo 2018 (1 giornata). La manifestazione sarà dedicata esclusivamente ai prodotti italiani (alimentari e vini) delle 5 Regioni cd. meno sviluppate. Oltre allo spazio per ogni singola azienda, sarà organizzata una cooking station per ogni regione partecipante dove verranno presentate durante tutta la giornata dimostrazioni culinarie regionali. Il vantaggio di una collettiva autonoma risiede nella libertà di azione e soprattutto nella presentazione mirata e unica di prodotti esclusivamente italiani. Sarà aperta a operatori del settore (importatori, media, agenti, retailer compreso canale HORECA, scuole di cucina e club enogastronomici). Si provvederà inoltre ad invitare un certo numero di importanti operatori da altre province canadesi. Alle aziende partecipanti, il giorno dopo la manifestazione, potranno essere proposti degli incontri b2b personalizzati e delle visite a catene alimentari e negozi di specialità. Verrà prodotto un catalogo con focus sulle regioni e aziende partecipanti da distribuire ai partecipanti e si provvederà a dare ampia visibilità tramite invio inviti, pubblicità mirate ed altre azioni di pubblicità su stampa specializzata e siti internet. Si prevede la partecipazione di almeno 20 aziende.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.3 - Azioni sui media e reti commerciali estere

Filiera / Progetto: AGRO-ALIMENTARE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Agroalimentare e Vini - CdR SF30/ AV6

**INIZIATIVA: WORKSHOP FOOD&BEVERAGE E B2B ITINERANTE IN EUROPA ORIENTALE – POLONIA
E LITUANIA**

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/11/2017- 30/11/2017

DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA

Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

DESCRIZIONE

La presente iniziativa riguarda un'azione itinerante per promuovere il comparto agro-alimentare e vini in Polonia e Lituania. Con una popolazione di circa 38 milioni di abitanti e un PIL in crescita, la Polonia rappresenta un mercato dalle interessanti prospettive sia per i prodotti di produzione polacca che per quelli di importazione. L'aumento di reddito porta il consumatore ad apprezzare sempre più i cibi "sani" e questo rappresenta un elemento a favore dei prodotti Made in Italy, che in Polonia sono percepiti positivamente dai consumatori.

L'Italia è il quarto fornitore della Polonia dopo Germania, Olanda, Spagna e Danimarca. La quota italiana delle importazioni è in crescita ed ha registrato negli ultimi 3 anni un incremento costante di circa il 4% annuo. Nel 2015, la Polonia ha acquistato dall'Italia prodotti alimentari per 691,8 milioni di euro, su un import totale di 16.068,4 milioni di euro. L'Italia è il primo fornitore della Polonia di uva, vino e olio d'oliva e il secondo fornitore di cioccolato e derivati, formaggi e latticini, paste alimentari e trasformati di pomodoro. La Lituania è un mercato di piccole dimensioni ma che mostra un trend positivo per i prodotti italiani del comparto. L'Italia, 5° esportatore in Lituania e' 10° nelle esportazioni di agroalimentari. La posizione geografica rende la Lituania particolarmente interessante sotto l'aspetto logistico per i corridoi di trasporto internazionale. Il sistema di distribuzione si basa su società medio-grandi.

A inizio 2017 si è svolto un primo workshop a Varsavia nell'ambito della terza annualità del PES I al quale hanno partecipato 31 aziende che hanno incontrato oltre 100 importatori. Si propone di realizzare una nuova edizione dell'evento, che sarà esteso anche alla Lituania, includendo anche i prodotti vitivinicoli, tenuto conto delle prospettive di mercato sopra evidenziate. Si prevede un aumento delle imprese partecipanti dalle 5 regioni meno sviluppate rispetto alla precedente edizione.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.3 - Azioni sui media e reti commerciali estere

Filiera / Progetto: AGRO-ALIMENTARE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Agroalimentare e Vini - CdR SF30/ AV11

INIZIATIVA: WORKSHOP E B2B AGROALIMENTARE IN SCANDINAVIA

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/2/2018- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA

Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

DESCRIZIONE

In Svezia, la composizione delle importazioni del settore agroalimentare presenta, negli ultimi anni, nuove caratteristiche che si manifestano attraverso una domanda ed un'offerta maggiormente differenziata e che vede la presenza di piú attori sul mercato. Il "Made in Italy agro-alimentare" sebbene costituisca ancora una delle componenti piú robuste e dinamiche delle importazioni svedesi di settore, si é visto affiancare da altri prodotti etnici che hanno preso una buona parte del mercato complessivo. Questo fenomeno é il risultato di una nuova geografia degli scambi, diversa negli ultimi anni per composizione merceologica e direzione dei flussi di importazione.

Per tale motivo si ritiene opportuno ripetere l'iniziativa, già realizzata con successo con il PES 1 nel marzo 2017, allo scopo di facilitare i contatti commerciali e radicare le esportazioni delle aziende meridionali. L'iniziativa si propone come una vetrina delle produzioni gastronomiche italiane del Sud ai mercati Scan-Balt prevedendo un incoming dai paesi dell'area inclusi B2B. Si prevede la partecipazione di almeno 20-25 aziende delle 5 Regioni meno sviluppate.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.3 - Azioni sui media e reti commerciali estere

Filiera / Progetto: AGRO-ALIMENTARE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Agroalimentare e Vini - CdR SF30/ AV13

INIZIATIVA: WORKSHOP FOOD & BEVERAGE E B2B NEI BALCANI (SERBIA, CROAZIA, MONTENEGRO)

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/2/2018- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: EUROPA CENTRO ORIENTALE

Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

DESCRIZIONE

L'area balcanica è in costante crescita economica e le esportazioni di prodotti italiani beneficiano di questo trend positivo. Per tale motivo si ritiene opportuno ripetere l'iniziativa svolta nel 2016 a favore del settore vitivinicolo ampliandola anche ai prodotti agro-alimentari, allo scopo di facilitare i contatti commerciali e favorire le esportazioni delle aziende meridionali. L'iniziativa si propone come una vetrina delle produzioni gastronomiche italiane del Sud ai mercati dell'area balcanica prevedendo un incoming dai paesi dell'area e B2B per rinforzare l'immagine del food & wine Made in Italy come sinonimo di qualità. A questo proposito saranno organizzati workshop per la presentazione dei prodotti.

Si prevede la partecipazione di 20 aziende delle 5 Regioni meno sviluppate.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.3 - Azioni sui media e reti commerciali estere

Filiera / Progetto: AGRO-ALIMENTARE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Agroalimentare e Vini -CdR SF30/ AV20

INIZIATIVA: BORSA VINI NEL REGNO UNITO E IRLANDA

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/7/2017- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: VINI

DESCRIZIONE

Il Regno Unito è il terzo mercato storico per il vino Italiano in volume e valore, subito dopo USA e Germania. La domanda del comparto enologico registra una crescita pressoché costante e si caratterizza per la presenza di consumatori maturi ed evoluti, già perfettamente consapevoli della qualità del vino italiano. A seguito del grande successo conseguito dalla Borsa Vini in Regno Unito 2017, la realizzazione di una nuova edizione del workshop con B2B dedicato alle aziende delle Regioni meno sviluppate, costituisce un format promozionale collaudato, ideale per approfondire la conoscenza della produzione vinicola del Sud-Italia, avviando l'implementazione di nuovi canali commerciali.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.3 - Azioni sui media e reti commerciali estere

Filiera / Progetto: VINI E BEVANDE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Agroalimentare e Vini - CdR SF30/ AV21

INIZIATIVA: BORSA VINI IN BENELUX

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/7/2017- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: VINI

DESCRIZIONE

Belgio e Paesi Bassi garantiscono un interessante bacino di sbocco per il vino Italiano in mercati domestici e "di prossimità" ideali per le piccole medie imprese delle Regioni destinatarie del progetto Piano Export Sud 2. L'organizzazione di un'altra Borsa Vini con B2B in questi mercati, dopo gli esiti positivi registrati per analoga iniziativa nell'ambito del precedente PES 1, garantisce continuità al progetto e massimizza le opportunità commerciali delle imprese italiane in questi importanti mercati europei, caratterizzati da forte propensione al consumo e buon potere d'acquisto. Si prevede di organizzare questo evento in Belgio coinvolgendo importanti contingenti di operatori provenienti da mercati limitrofi (Paesi Bassi, Lussemburgo) per garantire accresciuta massa critica e maggiori opportunità per i produttori italiani.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.3 - Azioni sui media e reti commerciali estere

Filiera / Progetto: VINI E BEVANDE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Agroalimentare e Vini - CdR SF30/ AV22

INIZIATIVA: BORSA VINI IN RUSSIA - MOSCA E SAN PIETROBURGO

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/7/2017- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: EUROPA CENTRO ORIENTALE
Settore: VINI

DESCRIZIONE

Nonostante la complessa fase attraversata dal mercato russo, a causa non solo del noto embargo su alcune tipologie di prodotti agroalimentari, ma anche del più generale calo dei consumi e del Rublo notevolmente indebolito nei confronti dell'euro, l'Italia continua a ricoprire un ruolo importante tra i paesi fornitori della Federazione.

Le importazioni di vino italiano in Russia hanno avuto andamenti incostanti negli ultimi anni passando dai 100 milioni di Euro del 2012, ai 114 del 2013 fino ai 71 del 2015, confermando un momento di difficoltà della domanda. I dati relativi al 2016 lasciano sperare in una inversione di tendenza con una ripresa delle consegne (+4%).

Considerato peraltro il forte interesse per il mercato russo manifestato dalle imprese italiane del settore, è prevista la realizzazione di un'iniziativa a carattere itinerante, che toccherà le città di San Pietroburgo e Mosca. Saranno organizzati workshop dedicati alle aziende vinicole delle Regioni destinarie del Piano Export Sud compresi B2B con importatori, buyer, GDO, giornalisti e opinion leader.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.3 - Azioni sui media e reti commerciali estere

Filiera / Progetto: VINI E BEVANDE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Agroalimentare e Vini -CdR SF30/ AV24

INIZIATIVA: BORSA VINI IN GIAPPONE

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/10/2017- 31/10/2017

DATI GENERALI

Area geografica: ASIA

Settore: VINI

DESCRIZIONE

Anche per il 2016, il Giappone si conferma primo mercato di sbocco in Asia per il vino italiano, con un export in valore che supera i 150 milioni di Euro e si distingue per un consumatore esigente e competente, con buona propensione alla spesa, ma con netto orientamento alla qualità. La Borsa Vini con B2B in Giappone, dedicata ad un limitato nucleo di aziende del Sud-Italia, si inserisce all'interno della Settimana del Vino Italiano in Giappone, giunta alla VII edizione, e nata con l'obiettivo di favorire la conoscenza del vino e della cultura italiana in questo Paese. L'evento che riscuote crescente successo è diventato ormai un appuntamento annuale per gli operatori del settore. L'iniziativa è rivolta alle imprese delle Regioni meno sviluppate.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.3 - Azioni sui media e reti commerciali estere

Filiera / Progetto: AGRO-ALIMENTARE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Agroalimentare e Vini -CdR SF30/ AV25

INIZIATIVA: WORKSHOP FOOD&BEVERAGE E B2B A CARATTERE ITINERANTE IN ESTONIA E LETTONIA

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/7/2017- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: EUROPA CENTRO ORIENTALE

Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

DESCRIZIONE

Il workshop itinerante in Estonia e Lettonia nel comparto eno-agroalimentare ha come finalità quella di aprire nuove opportunità commerciali alle aziende delle Regioni cd. meno sviluppate in questi due paesi, in considerazione della crescita del reddito pro-capite e dell'interesse sempre maggiore per i prodotti italiani. In Lettonia l'Italia si colloca al settimo posto tra i Paesi fornitori grazie alle esportazioni di vini (46%) e prodotti a base di cereali (11%). Il consumo di olio di oliva è raddoppiato negli ultimi dieci anni. L'Italia è il partner principale delle importazioni di pasta con una quota del 30% che ne fa il principale fornitore. In Estonia, l'Italia è il secondo fornitore di vini, con una quota del 22,6%, di olio di oliva e di paste alimentari. In Lettonia e in Estonia, le catene distributive del comparto agro-alimentare e vini sono gestite prevalentemente dai buyer delle catene GDO. L'iniziativa, a carattere itinerante, si articolerà nella realizzazione di workshop con eventuali momenti di degustazioni e di incontri B2B con importatori, buyer, GDO, giornalisti e opinion leader.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.3 - Azioni sui media e reti commerciali estere

Filiera / Progetto: AGRO-ALIMENTARE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Agroalimentare e Vini - CdR SF30/ AV26

INIZIATIVA: BORSA VINI IN AUSTRIA E BALCANI

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/10/2017- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA

Settore: VINI

DESCRIZIONE

In considerazione del successo e degli esiti registrati in occasione della borsa vini e delle azioni collaterali a margine dell'evento (comarketing con grande distribuzione) realizzate nel 2017, si ritiene opportuno, per non perdere i benefici di immagine e commerciali acquisiti, continuare con l'azione di diffusione delle eccellenze enologiche delle Regioni del sud. Appare anche molto positivo presentare un ulteriore territorio come la Basilicata, che presenta vitigni molto graditi agli esperti locali. Considerata la posizione geografica di Vienna e gli ottimi rapporti lavorativi con le Camere di Praga e Bratislava, si prevede di allargare la partecipazione anche ad operatori e giornalisti dei due mercati limitrofi, tra l'altro in forte crescita.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.4 - Eventi di partenariato internazionali

Filiera / Progetto: ICT INNOVAZIONE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente - CdR SF10/ AT06

INIZIATIVA: INCONTRI TRA PARCHI TECNOLOGICI, CENTRI DI ECCELLENZA, UNIVERSITÀ DEL SUD ITALIA E CONTROPARTI POLACCHE

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/1/2018- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA

Settore: PLURISETTORIALE, BENI A TECNOLOGIA AVANZATA

DESCRIZIONE

Si propone la realizzazione di incontri in Polonia con eventuale follow up in Italia tra parchi tecnologici/scientifici di alcune regioni della Polonia (Masuria, Slesia, Pomerania) finalizzati alla costituzione di network italo-polacchi per la realizzazione di progetti comuni nei comparti ad alto contenuto tecnologico. L'iniziativa si inserisce nel quadro delle recenti misure intraprese dal Governo Polacco, sotto forma di agevolazioni atte a favorire le collaborazioni internazionali tra centri di eccellenza nei differenti ambiti dell'alta tecnologia.

Le attività di partenariato saranno mirate allo scambio di prodotti e tecnologie consentendo alle imprese delle Regioni cd. meno sviluppate di presentare le proprie innovazioni e di entrare in contatto con le controparti polacche attraverso l'organizzazione di B2B mirati.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.4 - Eventi di partenariato internazionali

Filiera / Progetto: ICT INNOVAZIONE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente - CdR SF10/ AT08

INIZIATIVA: BIAT – BORSA DELL'INNOVAZIONE E DELL'ALTA TECNOLOGIA - NAPOLI

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/3/2018- 10/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO

Settore: PLURISETTORIALE, BENI A TECNOLOGIA AVANZATA

DESCRIZIONE

La BIAT si pone l'obiettivo di sostenere la proiezione estera di imprese innovative, di reti di impresa, di start-up, di poli tecnologici e di università, facilitando la collocazione di beni materiali e immateriali nei mercati esteri attraverso accordi di distribuzione commerciale, di cooperazione tecnologica, di sfruttamento della Proprietà Intellettuale (PI) e di licensing o individuando forme di finanziamento nazionali e internazionali. Attraverso questo evento internazionale verrà promossa la commercializzazione e/o il trasferimento di prodotti e servizi innovativi o ad alta tecnologia e di beni immateriali (brevetti in particolare), attraverso il matchmaking sia tra offerta e domanda commerciale e tecnologica che tra start-up, PMI, reti di impresa, università, parchi tecnologici e controparti straniere. Le precedenti edizioni, organizzate nell'ambito del PES, sono state un successo in termini di progetti presentati, di incontri B2B realizzati e di collaborazioni instaurate. Attraverso la quarta edizione di BIAT, si intende proseguire nel trend di crescita qualitativa e quantitativa della partecipazione italiana e estera. I settori di intervento saranno: ICT, Smart city, biotecnologie, nanotecnologie, nuovi materiali, energie rinnovabili, aerospazio. La BIAT si svolgerà a Napoli in una data da definire tra il mese di marzo ed aprile 2018. Sono previsti almeno 100 delegati esteri che saranno selezionati tra le categorie di venture capitalist, grandi imprese e parchi tecnologici. Si stima che la mappatura dei progetti italiani riguarderà oltre 140 aziende.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.4 - Eventi di partenariato internazionali

Filiera / Progetto: AEROSPAZIO

Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente - CdR SF10/ AT10

INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE CON B2B AGLI ADM - AEROSPACE & DEFENSE MEETINGS DI TORINO - Regioni meno sviluppate

Data: 29/11/2017- 30/11/2017

DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: AEROMOBILI E VEICOLI SPAZIALI

DESCRIZIONE

Gli ADM di Torino (Aerospace & Defense Meetings) sono l'unico evento a livello internazionale dedicato all'aerospazio, nel quale convergono molti distretti provenienti da 26 paesi. L'iniziativa si svolgerà a Torino, dal 29 al 30 novembre 2017, presso il centro fieristico del Lingotto, ed è tarata sulle imprese subfornitrici del comparto. La formula degli ADM ha una duplice veste. Si articola infatti in un'area espositiva e in un'area di partenering dedicata agli incontri B2B tra le imprese partecipanti. La formula di partecipazione nell'ambito del PES II prevede un'area espositiva suddivisa in open space per le aziende delle Regioni cd. meno sviluppate e un'area istituzionale attrezzata per l'accoglienza e per l'assistenza agli operatori in occasione degli incontri. Il matchmaking tra le imprese sarà realizzato attraverso il sistema di piattaforma previsto dall'Ente fiera con il monitoraggio dell'ICE-Agenzia.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.4 - Eventi di partenariato internazionali

Filiera / Progetto: PLURISSETTORIALE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Partenariato industriale e Rapporti con OO.II. -CdR SF50/ PI01

INIZIATIVA: AZIONI DI PARTENARIATO ITALIA-CANADA

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/7/2017- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: NORD AMERICA

Settore: PLURISSETTORIALE, BENI A TECNOLOGIA AVANZATA

DESCRIZIONE

A seguito del successo di BIAT 2017 di Catania, e dell'interesse manifestato sia da parte italiana che da parte canadese ad approfondire le opportunità di partenariato industriale e tecnologico, si è ritenuto opportuno elaborare una proposta specificamente dedicata al mercato canadese.

Il trend degli investimenti diretti canadesi all'estero mostrano un andamento crescente (nel 2014 ammontavano ad oltre 829 miliardi di dollari canadesi, circa 50 miliardi di in più rispetto al 2013, 130 miliardi in meno del 2015). L'Italia è al 52° posto nella classifica dei mercati di destinazione di tali investimenti. Si ritiene che il potenziale innovativo espresso dai progetti proposti dagli operatori delle Regioni del Sud in occasione di BIAT 2017 qualifichi le imprese dell'area e le candidi a nuovi investimenti da parte canadese.

Pertanto, l'iniziativa intende favorire l'internazionalizzazione delle imprese più innovative delle Regioni target, promuovendo e facilitando forme di partenariato tecnologico e di collaborazione industriale con investitori canadesi e si articolerà in: seminari/workshop formativi e informativi sulle opportunità esistenti in Canada in termini di investimenti in prodotti e servizi innovativi, pitch/presentazione dei prodotti/progetti innovativi italiani e incontri B2B con investitori locali.

B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

Linea d'intervento: B.4 - Eventi di partenariato internazionali

Filiera / Progetto: PLURISSETTORIALE

Ufficio di Riferimento: Ufficio Partenariato industriale e Rapporti con OO.II. -CdR SF50/ P103

INIZIATIVA: AZIONI DI PARTENARIATO NEI BALCANI

- Regioni meno sviluppate

Data: 1/7/2017- 30/4/2018

DATI GENERALI

Area geografica: ALTRI PAESI EUROPEI

Settore: PLURISSETTORIALE

DESCRIZIONE

La presente iniziativa intende incentivare forme di collaborazione industriale tra gli operatori delle regioni "meno sviluppate" e controparti estere dell'area balcanica. Quest'ultima rappresenta per l'Italia un'area di forte e radicata presenza economica, sia in termini di interscambio commerciale che di investimenti. I Paesi dell'area sono, inoltre, beneficiari di un'articolata serie di strumenti finanziari - bilaterali, europei e internazionali (Cooperazione Italiana, UE, BEI, BERS) dai quali discendono importanti opportunità per le aziende italiane.

Alla luce delle suddette considerazioni, l'iniziativa si sostanzierà in missioni di operatori provenienti dalle Regioni italiane "meno sviluppate" nei Paesi dell'area balcanica e si articolerà in: una sessione seminariale formativa/informativa sugli strumenti finanziari per facilitare forme di collaborazione industriale; incontri B2B con selezionate controparti estere e visite presso siti di interesse per le aziende italiane partecipanti.

Le missioni saranno precedute da alcune azioni propedeutiche:

- selezione "paesi pilota", identificando due Paesi che presentano le maggiori opportunità per le PMI italiane;
- mappatura dei settori strategici focus dell'iniziativa, che consentirà di selezionare i settori in cui la capacità tecnologica italiana potrà dare un contributo di fattibilità;
- raccolta profili operatori italiani interessati, sulla base dei quali verrà svolta la selezione delle potenziali controparti estere;

I settori d'interesse saranno i seguenti: Energia ambiente, energie rinnovabili, alta tecnologia, ICT, mecatronica e smart technologies, escluse nano-biotecnologie.