



**PON** IMPRESE E  
COMPETITIVITÀ  
2014>20



**SCHEDE INIZIATIVE**  
**PIANO EXPORT SUD 2 – III ANNUALITA'**  
**REGIONI MENO SVILUPPATE**  
**(1.4.2019 - 30.5.2020)**

**PES2**  
Piano Export Sud

**Ente attuatore: ICE - Agenzia**

## 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/F03**

**INIZIATIVA: ICE EXPORT LAB – REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/4/2019 – 30/4/2020**

### DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO
Settore: PLURISETTORIALE

### DESCRIZIONE

L'Export Lab è un percorso formativo 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).

Nella terza annualità del PES2 verranno realizzate le fasi 2 e 3 del corso ICE Export Lab Sicilia e Calabria, avviato nel corso della seconda annualità. 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 (una parte non superiore ad 8 ore potrà essere fruita nel corso della fase 3). Seguirà la fase di incubazione all'estero con il supporto della rete degli Uffici esteri di ICE Agenzia.

L'attività di affiancamento aziendale configura contributo in regime de minimis come specificato nel Bando, di cui è data comunicazione alle imprese.

Nel corso della terza annualità del PES2 si propone inoltre di avviare 2 nuovi corsi Export Lab in Puglia e Campania, realizzando la fase 1 (formazione in aula). I corsi sono rivolti alle aziende delle regioni coinvolte con fatturato superiore a 100.000,00 euro (fino a un massimo di 25 partecipanti selezionati mediante Bando pubblico, sulla base dei requisiti di ammissibilità del PES). La sede di svolgimento sarà definita in accordo con i partner territoriali.

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

## A – TUTORAGGIO E FORMAZIONE

**Linea d'intervento: A.2 - Azioni di formazione per la gestione della Proprietà intellettuale**

**Filiera / Progetto: TUTORAGGIO E FORMAZIONE ALLE IMPRESE**

**Ufficio di Riferimento: Ufficio Servizi Formativi - CdR: SG20/F04**

**INIZIATIVA: Azioni di formazione per la gestione della Proprietà intellettuale e Innovazione Digitale – REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/4/2019 – 30/4/2020**

### DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO

Settore: PLURISETTORIALE

### DESCRIZIONE

CORSO "INNOVARE PER CRESCERE" : proprietà industriale e marketing digitale nuove frontiere dell'export.

Sarà realizzato un corso mirato nel quale analizzare la componente innovativa aziendale (di prodotto e di processo) alla luce di due importanti tematiche quali la tutela della Proprietà intellettuale e l'innovazione digitale. Il Corso intende fornire ai partecipanti sia conoscenze specifiche nell'ambito della tutela della Proprietà Industriale per il migliore sfruttamento delle idee e dei brevetti posseduti sia sensibilizzarle alle nuove possibilità del commercio elettronico e del web marketing. E' previsto un focus sulla tutela del SW, del Know How, e della protezione del marketing digitale inclusi design ed interfaccia grafici, saranno anche analizzate le problematiche contrattuali per la gestione del commercio on line.

L'accesso al corso, riservato ad un massimo di 25 partecipanti (inclusi eventuali uditori), sarà regolato da bando pubblico di selezione.

In questa terza annualità saranno realizzati complessivamente 5 corsi di formazione ciascuno di 35 ore di aula seguiti da 15/18 ore di affiancamento personalizzato soggetto a regime de minimis.

I corsi saranno realizzati in Basilicata, Campania, Sicilia, Calabria e Puglia.

## 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/F05**

**INIZIATIVA: Seminari tecnico-formativi di primo orientamento di tipo specialistico e azioni di follow-up – REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/4/2019 – 30/4/2020**

### DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO

Settore: PLURISETTORIALE

### DESCRIZIONE

Nelle Regioni meno sviluppate la linea di intervento A3 prevede una serie di cicli seminariali mirati ad approfondire tematiche affrontate con singole giornate formative negli anni precedenti. In dettaglio verranno realizzati i seguenti format che verranno proposti a geometria variabile in tutte le Regioni:

- Ciclo di Tecniche per l'export: 3/4 incontri a cadenza settimanale che affronteranno principalmente le tematiche del Commercio internazionale quali Pagamenti internazionali, Contrattualistica, Trasporti e Dogane. Ai seminari seguirà una fase di coaching della durata di 15h da erogare ad un massimo di 15 aziende soggetta a regime de minimis. Si propone la realizzazione di 3 cicli in Campania, Sicilia e Puglia.

- Ciclo di seminari sul marketing digitale ed ecommerce: 3/4 incontri a cadenza settimanale che tratteranno principalmente le tematiche del Web marketing, gestione ecommerce e social media. Ai seminari seguirà una fase di coaching della durata di 20h da erogare ad un massimo di 15 aziende soggetta a regime de minimis. Si propone la realizzazione di 4 cicli in Basilicata, Campania, Sicilia e Puglia.

- Ciclo di seminari su tecniche di comunicazione e negoziazione interculturale: 3/4 incontri a cadenza settimanale che tratteranno principalmente le tematiche della presentazione aziendale e il corretto approccio con operatori di diverse culture. Si propone la realizzazione del ciclo in 4 Regioni.

- GDO: CHIAVI IN MANO - Nuovi scenari e la negoziazione con i buyer

Si propone la realizzazione del nuovo format in 2 città: Bari e Catania.

Saranno inoltre proposti incontri seminariali di breve durata (1 giornata formativa) denominati "Pillole di futuro imminente" finalizzati a presentare gli scenari aggiornati del commercio estero.

Altro: potranno essere proposti incontri seminariali su argomenti di attualità.

Si propone di realizzare circa 35 Seminari tecnico-formativi.

Le Sedi dei Seminari verranno individuate, in accordo con i partner territoriali, tramite attenta valutazione del bacino di utenza, proattività dimostrata, accessibilità logistica, al fine di ottenere un capillare coinvolgimento delle aziende e coprire i territori non coinvolti nelle precedenti annualità. Il target di partecipazione è fissato in un range tra i 15 e i 50 partecipanti.

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

**Linea d'intervento: B.0 . Attività trasversali di supporto, gestione e realizzazione Piano**

**Filiera / Progetto: PLURISSETTORIALE**

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

**INIZIATIVA: AZIONI TRASVERSALI DI SUPPORTO PER LA GESTIONE E LA REALIZZAZIONE DEL PIANO – REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/4/2019 – 30/4/2020**

### DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO

Settore: PLURISSETTORIALE

### 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. Una parte del budget sarà destinato al personale a tempo determinato per il processo di elaborazione dei dati e alle fee per l'agenzia per i servizi di viaggio relative a tutti gli eventi del PES 2. A queste attività si aggiungono l'analisi dei consuntivi e dell'impatto delle iniziative sul dato export delle regioni in questione e la predisposizione dei documenti destinati alle ispezioni del MISE. 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: AGRO-ALIMENTARE**

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

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA WORLD FOOD - RUSSIA -  
REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 24/9/2019 – 27/9/2019**

### DATI GENERALI

Area geografica: ALTRI PAESI EUROPEI
Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

### DESCRIZIONE

La manifestazione, che dal prossimo anno si terrà nel centro espositivo Crocus di Mosca, è uno degli appuntamenti settoriali di maggior richiamo per la Russia, sia per i produttori che per i buyer del settore agroalimentare.

L'edizione 2018 - presso la quale è stata realizzata una partecipazione collettiva sia sul Piano Ordinario che sul PES ha fatto registrare ottimi risultati di pubblico ed ottime adesioni soprattutto per le aziende del Piano Export Sud, che sono state 17. I dati statistici più recenti confermano che il mercato russo resta importante, nonostante l'embargo su alcune merceologie.

Considerate quindi le numerose richieste da parte di aziende italiane del settore, si propone di realizzare una nuova partecipazione per l'edizione 2019, prevedendo la partecipazione di circa 15 aziende del settore agroalimentare.

## 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/AV3**

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA GOURMET FOOD AND WINE SELECTION - FRANCIA - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 20/9/2019 – 23/9/2019**

### DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

### DESCRIZIONE

Si tratta di una fiera annuale esclusivamente dedicata ai prodotti di nicchia. Il target della fiera sono i buyer di negozi gourmet che acquistano direttamente, in piccole quantità. All'ultima edizione è stata curata una Collettiva con la partecipazione di 15 aziende delle Regioni meno sviluppate, che ha riscontrato un notevole successo. L'affluenza è stata complessivamente di circa 10.000 visitatori principalmente francesi, di cui épiceries fines (negozi gourmet, enoteche) per il 60% circa, grandi magazzini e centrali d'acquisto per il 10% e operatori e-commerce per l'8%. Si può quindi concludere che la fiera è una interessante opportunità per le realtà produttive delle aziende meridionali italiane. Si propone perciò di organizzare una partecipazione collettiva di circa 15 aziende 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/AV4**

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA SPECIALITY FOOD FESTIVAL - EMIRATI ARABI - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 6/4/2020 - 8/4/2020**

### DATI GENERALI

Area geografica: MEDIO ORIENTE

Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

### DESCRIZIONE

Grazie alle prospettive dell'EXPO 2020 e al ruolo di hub nel Medio Oriente e per il subcontinente indiano, gli EAU sono uno dei mercati più in crescita per il settore. Per quanto riguarda le esportazioni italiane negli Emirati Arabi Uniti per il settore food, i dati relativi evidenziano una crescita costante. Gli Emirati Arabi Uniti importano circa il 90% dei prodotti alimentari, sia per quanto riguarda materie prime e ingredienti, sia per quanto riguarda i prodotti finiti.

La manifestazione "Speciality Food Festival", realizzata con cadenza annuale a Dubai, giungerà nel 2020 alla sua decima edizione: l'ICE-Agenzia ha partecipato per la prima volta alla edizione 2014. All'ultima edizione del 2018 hanno partecipato 21 aziende delle Regioni meno sviluppate che hanno manifestato soddisfazione per la partecipazione. Considerati la validità della manifestazione e lo sviluppo del mercato si propone di tornare a prevedere la partecipazione all'edizione 2020, il cui svolgimento è previsto ad aprile, con una collettiva di circa 20 aziende 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/AV5**

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA INTERFOOD & DRINK - BULGARIA - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/11/2019 – 30/11/2019**

### **DATI GENERALI**

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

### **DESCRIZIONE**

La Bulgaria è un mercato promettente per il Made in Italy, visto il trend di crescita del nostro export di prodotti agro-alimentari degli ultimi anni. Il consumatore bulgaro da sempre mostra una notevole ricettività nei confronti delle specialità e degli ingredienti tipici della cucina italiana.

La Fiera rappresenta il più importante appuntamento fieristico della Bulgaria dedicato al settore alimentari e bevande .

All'edizione 2018 è stata organizzata una prima Collettiva, con la partecipazione di 17 aziende delle Regioni meno sviluppate, partecipazione che è stata giudicata con soddisfazione per i contatti e le potenzialità di sviluppo.

Alla prossima XVIII edizione della fiera, in programma a Sofia nel mese di novembre 2019, si prevede la partecipazione di circa 15 aziende 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/AV6**

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA SIRHA - UNGHERIA - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 11/2/2020 – 13/2/2020**

### **DATI GENERALI**

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

### **DESCRIZIONE**

Il Sirha si svolge a Budapest con cadenza biennale ed é dedicato ai prodotti agroalimentari destinati all'HORECA, canale attraverso il quale vengono prevalentemente distribuiti i prodotti di alta qualità delle Regioni meridionali, rivolgendosi principalmente al fuori casa e ai prodotti di nicchia (ristorazione, catering, hotellerie, ecc.). ICE partecipa dal 2016 in ambito PES; all'edizione 2018 è stata organizzata una Collettiva con 15 aziende delle Regioni meno sviluppate. Si propone di organizzare una collettiva di circa 15 aziende provenienti dalle 5 Regioni.

## 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 PRODEXPO - RUSSIA - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/2/2020 – 29/2/2020**

### **DATI GENERALI**

Area geografica: ALTRI PAESI EUROPEI

Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

### **DESCRIZIONE**

La manifestazione, alla 27ma edizione nel 2020, è la più grande esposizione del settore agroalimentare nel mercato russo. Rappresenta il principale appuntamento fieristico per gli operatori del settore in Russia e nei paesi CSI, oltre che dai Paesi che gravitano nell'area di influenza politica e commerciale russa. L'edizione 2018 ha visto la presenza di una collettiva italiana nell'ambito della Convenzione Mipaaf per il supporto alle produzioni agroalimentari di eccellenza (DOP IGP e BIO) che si è sviluppata su 450 mq netti con la presenza di 40 aziende italiane. L'edizione 2019, in fase di organizzazione, si svolgerà a febbraio in ambito PES su un'area complessiva che potrà ospitare circa 40 aziende, ripartite in due distinte zone, una per i prodotti alimentari e una per il vino, comparto che trova in questa fiera un contesto particolarmente valido, grazie alla presenza di un numero solido di importatori e distributori del settore enologico. Considerata la valenza della manifestazione e l'importante riscontro di adesioni per la partecipazione all'edizione 2019, si ritiene che l'organizzazione di una collettiva per le aziende meridionali potrà dare eccellenti ritorni; per tale motivo si propone di realizzare una nuova partecipazione per l'edizione 2020, prevedendo la partecipazione di circa 30 aziende del settore vini e agroalimentare 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/AV10**

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA BIOFACH - GERMANIA -  
REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 12/2/2020 – 15/2/2020**

### DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA

Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

### DESCRIZIONE

Le vendite di prodotti agroalimentari italiani certificati bio all'estero sono state pari a circa il 4% sull'export agroalimentare italiano totale. L'Unione Europea rappresenta la principale area di sbocco (circa 80% sul totale del fatturato estero); in particolare la Germania rappresenta il primo mercato di destinazione (24%), seguito dalla Francia (20%). Altri mercati rilevanti per il bio Made in Italy sono: Belgio, Paesi Bassi e Lussemburgo (il Benelux raccoglie circa il 9% del fatturato export del campione) e la Scandinavia (con un ulteriore 9%). Tra i mercati terzi spiccano Stati Uniti (4%), Svizzera (4%), Giappone (3%) e Canada (2%). La fiera si svolge annualmente a Norimberga nel mese di febbraio. Con più di 2.900 espositori su 7 padiglioni rappresenta l'evento più atteso del mercato biologico internazionale. All'ultima edizione hanno preso parte quasi 400 espositori italiani produttori di alimenti biologici. La fiera richiama visitatori a livello globale; all'edizione 2018, alla quale ICE ha partecipato con fondi del piano ordinario con 23 aziende nazionali, sono stati rilevati oltre 50.000 visitatori professionali da tutto il mondo. ICE parteciperà anche all'edizione 2019, a valere sui fondi del PES II, su un'area di 250 mq e la presenza di 25 aziende del mezzogiorno. Alla prossima edizione, nel 2020, è prevista la partecipazione di 25 aziende (20 delle Regioni meno sviluppate e 5 delle Regioni in transizione). Tenuto conto che il biologico rappresenta un settore in forte espansione in tutto il mondo la partecipazione alla fiera Biofach rappresenta, senza dubbio, un'opportunità per potenziare la presenza commerciale sul mercato, ampliando l'offerta italiana con i prodotti bio di alta gamma delle piccole e medie aziende del mezzogiorno.

## 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/AV12**

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA ALIMENTARIA - SPAGNA -  
REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 20/4/2020 – 23/4/2020**

### **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 di settore della penisola Iberica con proiezione su tutto il mercato latino americano , di cui è appuntamento di riferimento per il contatto con i produttori europei.

Nel 2017 il valore complessivo delle esportazioni eno-agroalimentari italiane verso il Paese iberico è ammontato a 1,47 miliardi di Euro, evidenziando un incremento in valore del 12,8% rispetto all'anno precedente e confermandosi come uno dei principali mercati di sbocco dei prodotti Made in Italy. All'edizione 2018 della manifestazione è stata organizzata una partecipazione collettiva ICE-Agenzia che ha visto la partecipazione di 29 aziende di cui 25 provenienti dalle Regioni meno sviluppate (Sicilia 11, Campania 7, Puglia 3, Calabria 3) su una superficie espositiva di circa 300 mq allestita in open space.

Si prevede di partecipare anche all'edizione 2020 della manifestazione, in una formula analoga al 2018, con una presenza di circa 30 aziende 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/AV14**

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA SIAL - CANADA - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/5/2020 - 31/5/2020**

### 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 è stato rilevato uno sviluppo delle esportazioni che mostra ancora tendenza incrementale. Il SIAL Canada è una manifestazione che sta assumendo importanza crescente nel panorama dell'industria alimentare nordamericana e si configura come piattaforma di incontro ideale sia alla luce della vicinanza strategica con gli Stati Uniti - con cui il Canada intrattiene il più grande rapporto commerciale bilaterale al mondo con scambi di prodotti agroalimentari che superano i 100 milioni di \$ al giorno - sia alla luce della recente entrata in vigore provvisoria dell'Accordo CETA con l'Unione Europea (l'Italia è il primo paese fornitore agroalimentare del Canada). La scorsa edizione ha visto la partecipazione di circa 1.000 espositori provenienti da oltre 50 Paesi e ben 18.500 visitatori professionali accreditati. Con la partecipazione alla 16° edizione del SIAL Canada, che si svolgerà a Toronto dal 30 aprile al 2 maggio 2019, ICE-Agenzia organizzerà un padiglione di circa 250 mq, con un allestimento open space, allo scopo di consolidare le posizioni già acquisite sul mercato canadese ma, soprattutto favorire l'incremento dell'export agroalimentare italiano in favore delle Regioni meno sviluppate e in transizione, prevedendo la partecipazione di circa 25 aziende complessivamente. Si ritiene opportuno prevedere la partecipazione anche alla 17° edizione 2020, su area analoga, con la partecipazione di circa 15 aziende 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/AV16**

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA NATEXPO - FRANCIA - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 20/10/2019 – 22/10/2019**

### DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA

Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

### DESCRIZIONE

La fiera Natexpo è la principale manifestazione francese per il settore biologico. La Francia risulta essere il secondo paese consumatore di prodotti BIO in Europa, dopo la Germania. Negli ultimi anni il valore del mercato dei prodotti biologici è più che raddoppiato passando da un fatturato complessivo di 4,189 miliardi di euro nel 2012 agli oltre 8,393 miliardi nel 2017, facendo registrare un aumento di ben 1.2 miliardi nell'ultimo anno (+17% vs 2016). Con l'ampliarsi del volume e delle specialità dei prodotti biologici, l'Agence BIO, organismo pubblico preposto alla regolamentazione del settore, ha avviato sin dal 2003 uno studio annuale per approfondire le tipologie di prodotti, le abitudini di acquisto e la consapevolezza del consumatore BIO. Tale studio è denominato "Barometro BIO",

L'ultima edizione dell'indagine "Barometro BIO" è stata pubblicata a febbraio 2018. Tra i diversi aspetti è stato rilevato che il 92% degli intervistati ha dichiarato di aver consumato prodotti biologici almeno una volta nel corso dell'ultimo anno, il 73% di averne consumato nell'ultimo mese, mentre il 16% sostiene di consumarne tutti i giorni. Secondo le indagini dell'Agenzia, il 69% dei prodotti BIO consumati in Francia nel 2017 sono di origine francese, mentre il restante 31% è stato importato, facendo segnare dunque un leggero incremento delle importazioni rispetto al 2016 (29%).

In tale contesto si ritiene opportuno prevedere la partecipazione alla fiera Natexpo con un'area che consenta la partecipazione di circa 15 aziende 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/AV17**

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA HOSPITALITY & FOOD - QATAR - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 12/11/2019 – 14/11/2019**

### DATI GENERALI

Area geografica: MEDIO ORIENTE

Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

### DESCRIZIONE

Organizzata da International Fairs & Promotions, la HOSPITALITY QATAR è dedicata al segmento Ho.Re.Ca., all'accoglienza e all'arredo per strutture ricettive/alberghiere e, come di consueto, vedrà al suo interno una sezione specificamente dedicata al Food.

Il piccolo Emirato del Golfo rappresenta il 62-imo cliente e il 50-imo principale fornitore dell'Italia. Nel primo semestre 2018 il nostro export verso il Qatar ha raggiunto 1,14 miliardi di Euro in crescita del 16% rispetto allo stesso periodo del 2017.

Nel settore agro-alimentare le esportazioni italiane nel primo semestre di quest'anno hanno superato i 18 milioni di Euro e hanno fatto registrare un incremento complessivo del 4%. Paste alimentari e riso, prodotti ortofrutticoli, olii, prodotti da forno e a base di cacao, cioccolata, acque minerali, conserve vegetali, prodotti carni lavorati (bresaola, tacchino, insaccati di carne bovina, ecc.), formaggi a pasta dura e molle, caffè, prodotti ittici costituiscono le principali referenze molto apprezzate e richieste in Qatar.

Da evidenziare che per le carni e i prodotti di origine animale occorre rispettare gli standard halal, non obbligatori invece per gli altri comparti merceologici.

B2B meetings, workshops, cooking show demonstrations, seminars & conferences le attività che accompagneranno anche nel 2019 i tre giorni di manifestazione fieristica.

Sentito l'Ufficio ICE a Doha si ritiene che le prospettive di sviluppo siano interessanti e che la partecipazione con una collettiva su un'area di circa 100 mq, in open space, potrà consentire a circa 10 aziende delle Regioni meno sviluppate di sfruttare le occasioni di business offerte dal dinamico mercato mediorientale.



## 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/AV26**

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE A VINISUD- FRANCIA - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/2/2020 - 28/2/2020**

### **DATI GENERALI**

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: VINO DI UVE

### **DESCRIZIONE**

Manifestazione di riferimento per i vini del Mediterraneo, giunta alla 15ma edizione nel 2019, Vinisud, nel 2020 ritorna a Montpellier, mentre negli anni dispari sarà a Parigi insieme a Vinovision, evento dedicato ai vini del Nord. A febbraio 2017 hanno partecipato 1650 espositori e sono stati registrati circa 30.000 visitatori provenienti da 70 Paesi, tra i quali 400 compratori internazionali. Si propone di organizzare una collettiva di circa 80 mq 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/AV27**

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE A VINEXPO 2020 - FRANCIA - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 13/1/2020 - 15/1/2020**

### **DATI GENERALI**

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: VINO DI UVE

### **DESCRIZIONE**

Principale appuntamento fieristico internazionale dedicato al vino sul mercato francese, a cadenza biennale. Tradizionalmente organizzato a Bordeaux, prima nel mese di giugno e nel 2019 a maggio, si terrà per la prima volta sulla prestigiosa piazza di Parigi, nel mese di gennaio, con cadenza biennale, in alternanza con Bordeaux. Si prevede di organizzare una partecipazione collettiva per una decina di aziende delle Regioni meno sviluppate su una superficie di 100/120 mq.

## 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/AV37**

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA ENOEXPO 2019 - POLONIA -  
REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/11/2019 30/11/2019**

### **DATI GENERALI**

Area geografica: EUROPA CENTRO ORIENTALE
Settore: VINO DI UVE

### **DESCRIZIONE**

La Fiera ENOEXPO - International Wine Trade Fair -, giunta alla 17a edizione, si svolgerà a Cracovia nel novembre 2019. 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, è l'intensa attività 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 città industriale oltre che commerciale, con un gran numero di ristoranti ed hotel grazie anche al notevole flusso turistico. Si prevede di organizzare un padiglione collettivo articolato in spazi dedicati per circa 10/15 imprese provenienti dalle Regioni meno sviluppate.

L'iniziativa prevede inoltre una serie di azioni collaterali attraverso l'organizzazione di momenti seminariali in 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/AV38**

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA PROWEIN 2020 - GERMANIA - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/3/2020 – 31/3/2020**

### DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: VINO DI UVE

### DESCRIZIONE

La Prowein si conferma come 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 XXVI edizione, si svolgerà a Dusseldorf nel marzo 2020. Negli ultimi anni, la manifestazione ha guadagnato il titolo di più importante evento fieristico dedicato al settore enologico 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 l'enologia italiana delle Regioni del Sud-Italia è in grado di offrire ad un mercato fortemente orientato al rapporto qualità/prezzo. E' prevista la partecipazione delle imprese delle regioni in transizione e meno sviluppate.

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

**Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali**  
**Filiera / Progetto: MODA-PERSONA**

**Ufficio di Riferimento: Ufficio Beni di Consumo - CdR: SF20/BC1**

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA IJT DI TOKYO 2020 - GIAPPONE - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/1/2020 - 31/1/2020**

### DATI GENERALI

Area geografica: ASIA

Settore: GIOIELLERIA E OREFICERIA

### 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. Secondo i dati resi disponibili dal Global Trade Atlas, le importazioni giapponesi totali del settore della gioielleria, durante il primo semestre del 2018, sono leggermente aumentate. Considerando i Paesi fornitori, i dati statistici relativi allo stesso periodo per l'intero settore (oreficeria, gioielleria e argenteria) confermano l'assoluta supremazia di tre fornitori di questo mercato: la Francia con il 27,5%, gli USA con il 27,14%, e l'Italia con il 14,47%. Questi tre paesi, infatti, coprono complessivamente circa il 70% delle importazioni giapponesi del settore. Durante i mesi di gennaio-giugno 2018, il valore delle importazioni dall'Italia è stato di 13.635 milioni di Yen, registrando una crescita di 3,22% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Si ritiene opportuno, dopo il successo della partecipazione alle edizioni precedenti - all'ultima edizione hanno partecipato 22 aziende - mantenere la collettiva italiana alla fiera. Nella fattispecie, si prevede la creazione di un Padiglione italiano e varie azioni di comunicazione tra cui la realizzazione di un catalogo delle aziende partecipanti. L'obiettivo della partecipazione collettiva alla fiera IJT 2019 è quello di favorire il business concreto tra le aziende italiane delle Regioni del Piano Export Sud, con particolare valorizzazione dei segmenti di eccellenza del "Made in Italy": oreficeria, coralli, cammei, gioielleria. La partecipazione all'IJT 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: Ufficio Beni di Consumo - CdR: SF20/BC3**

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE ALLA FIERA AMBERIF 2020 - POLONIA - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/3/2020 - 31/3/2020**

### **DATI GENERALI**

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: GIOIELLERIA E OREFICERIA

### **DESCRIZIONE**

AMBERIF è la principale fiera del settore gioielleria in Polonia che si tiene ogni anno a Danzica nel mese di marzo. La fiera è un punto di riferimento anche per gli altri paesi dell'Europa centro orientale.

La proposta vuole dare anche un segno di continuità. Avendo già previsto una partecipazione nel 2019 si ritiene che per affermare l'immagine dell'Italia sia necessario essere presenti per più edizioni consecutive. Si prevede la creazione di un Padiglione italiano dedicato alle Regioni meno sviluppate e varie azioni di comunicazione tra cui la realizzazione di un catalogo delle aziende partecipanti. E'prevista la partecipazione di circa 15 aziende.

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

**Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali**  
**Filiera / Progetto: MODA-PERSONA**

**Ufficio di Riferimento: Ufficio Beni di Consumo - CdR: SF20/BC13**

**INIZIATIVA: PARIGI UP SUMMIT - FRANCIA - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/6/2019 – 30/6/2019**

### DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: COSMETICA

### DESCRIZIONE

UP Beauty by WABEL è una manifestazione dedicata ai prodotti cosmetici e per la cura della persona. La prima edizione di UP Beauty avrà luogo al Carrousel du Louvres a Parigi, il 27 e 28 giugno 2019.

L'evento intende presentare le ultime tendenze ed i prodotti cosmetici più innovativi, che soddisfano ed anticipano le esigenze del nuovo consumatore coscienzioso, per un mondo più sano e rispettoso dell'ambiente. Sono ammessi a partecipare i brand impegnati nel rispetto di valori comuni quali: etica, tracciabilità, cruelty free, formule green e naturali, sicurezza e trasparenza degli ingredienti, prodotti eco-compatibili, organici, naturali e vegani; produzione e logistica più intelligente, commercio etico e legale, benessere dei dipendenti dell'azienda.

Attraverso tale iniziativa si intende favorire la diffusione sul mercato francese ed europeo dell'eccellenza della produzione cosmetica Made in Italy, proveniente dalle Regioni cosiddette meno sviluppate (Basilicata, Calabria, Campania, Puglia e Sicilia) e dalle Regioni in transizione (Abruzzo, Molise e Sardegna), realizzata con l'utilizzo di ingredienti tipici e naturali.

Si prevede la partecipazione di circa 20 – 25 aziende produttrici, che saranno selezionate dall'organizzatore Wabel in base ai requisiti di prodotto sopra riportati.

L'obiettivo dell'iniziativa è quello di realizzare nella cornice della "Paris Up Summit" una serie di azioni con la GDO francese ed europea a favore delle piccole e medie imprese provenienti dalle Regioni meno sviluppate. La Francia è fra le prime dieci aree di esportazione (+26,7% nel 2017), quindi uno dei maggiori mercati di sbocco per l'industria della cosmetica italiana. Nella fattispecie, si prevede la partecipazione di circa 20 aziende che usufruiranno di uno spazio espositivo italiano, un'agenda B2B con operatori del settore e una serie di azioni di comunicazioni.

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

**Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali**  
**Filiera / Progetto: MODA-PERSONA**

**Ufficio di Riferimento: Ufficio Beni di Consumo - CdR: SF20/BC15**

**INIZIATIVA: WHO'S NEXT - FRANCIA 2 EDIZIONI - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/9/2019 – 31/1/2020**

### **DATI GENERALI**

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: TESSILI/ABBIGLIAMENTO

### **DESCRIZIONE**

Who's Next è la manifestazione che raggruppa tutti i settori della filiera del settore moda in un unico evento che si svolge a Parigi, a cadenza semestrale, nelle edizioni estiva e invernale. Ad ogni edizione, sono presenti circa 1800 espositori del pret-a-porter maschile e femminile, suddivisi secondo il criterio merceologico (abbigliamento, accessori moda, bigiotteria, calzature, pelletteria) su una superficie di circa 5.000 mq. L'ammissione è soggetta alla valutazione del Comitato di selezione dell'Ente Fiera, che decide anche il posizionamento della singola azienda in fiera. Alle ultime edizioni si sono registrati circa 45.000 visitatori provenienti da 60 paesi. Nelle precedenti edizioni, le imprese delle Regioni meno sviluppate hanno partecipato in modo consistente con i fondi del Piano Export Sud e hanno potuto stipulare svariati contratti e ordini. La partecipazione all'iniziativa prevede la realizzazione di uno spazio espositivo per circa 35-40 aziende, 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: MODA-PERSONA**

**Ufficio di Riferimento: Ufficio Beni di Consumo - CdR: SF20/BC16**

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A MOMAD METROPOLIS - SPAGNA -  
REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/4/2019 – 30/4/2020**

### DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: TESSILI/ABBIGLIAMENTO

### DESCRIZIONE

Seconda partecipazione alla fiera Momad Metropolis per promuovere le aziende delle regioni meno sviluppate, attraverso l'esposizione di prodotti di abbigliamento, accessori e bigiotteria donna. Il "Salone della moda, calzature ed accessori ha registrato negli anni una forte crescita e per tale ragione si ritiene molto importante che le imprese del mezzogiorno abbiano una vetrina operativa sul mercato spagnolo. Alla manifestazione dovrebbero partecipare almeno fra 15 e 20 imprese che però siano caratterizzate da un livello qualitativo medio-alto, alto per evitare che il prodotto italiano si confonda con altre produzioni estere di più bassa qualità (estremo oriente)

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

**Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali**  
**Filiera / Progetto: ARREDO E COSTRUZIONI**

**Ufficio di Riferimento: Ufficio Beni di Consumo - CdR: SF20/BC19**

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA "JAPAN HOME & BUILDING IN TOKYO SHOW" - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/3/2020 - 31/3/2020**

### DATI GENERALI

Area geografica: ASIA

Settore: INFRASTRUTTURE

### DESCRIZIONE

"JAPAN HOME & BUILDING IN TOKYO SHOW" è una manifestazione internazionale dedicata al settore dell'edilizia e delle costruzioni e rappresenta uno dei più importanti eventi del settore in Giappone. L'edizione 2018 ha visto la partecipazione di 557 aziende, provenienti da 21 paesi, con un numero complessivo di circa 32.130 visitatori di estrazione eterogenea: costruttori, Studi di architettura/design, Imprese di costruzioni (general contractor), Developer, Trading company, Grossisti, Produttori, etc. Si tratta quindi di una delle più grandi fiere professionali specializzate nell'ambito delle costruzioni e dell'architettura in Giappone.

La Fiera si articola in 6 zone espositive, caratterizzate dall'appartenenza dei prodotti esposti a diversi settori: Japan Home Show (tipologia di prodotti: materiali da costruzione/strutture di base per la costruzione, sistemi di ristrutturazione); Bathroom & Kitchen Tokyo (apparecchi sanitari/ vasche da bagno/ cucine/ strutture per cucina/bagno); Apartments Renovation Tokyo (apparecchi per riscaldamento e aria condizionata/ materiali per la manutenzione/apparecchi per il risparmio energetico); Landscape Expo (materiali da costruzione per esterni/ materiali per tetti, rivestimenti per strade); Innovation Office (arredamenti per ufficio/ apparecchi IoT); Shop Design (materiali da costruzione per negozi/materiali per esposizione/materiali per decorazione).

Alla luce delle dimensioni degli spazi espositivi, la grande varietà dei prodotti esposti e la specializzazione delle ditte italiane in particolare nella lavorazione delle pietre naturali, si prevede la creazione di un padiglione Sud Italia all'interno della sezione Japan Home Show.

Nella fattispecie, si prevede dunque di organizzare una partecipazione di circa 15 aziende provenienti dalle Regioni meno sviluppate all'interno di uno spazio collettivo promuovendo la presenza delle imprese italiane con inserzioni pubblicitarie nel sito della fiera. Sarà, inoltre, realizzata una brochure di presentazione delle imprese italiane, che sarà distribuita durante la manifestazione.

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

**Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali**  
**Filiera / Progetto: ARREDO E COSTRUZIONI**

**Ufficio di Riferimento: Ufficio Beni di Consumo - CdR: SF20/BC20**

**INIZIATIVA: Partecipazione a CARTHAGE 2020 - Salon International de la construction e du batiment - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/3/2020 - 31/3/2020**

### DATI GENERALI

Area geografica: AFRICA

Settore: INFRASTRUTTURE

### DESCRIZIONE

CARTHAGE é il Salone internazionale dell'edilizia, a cadenza biennale, che raggruppa produttori, rappresentanti e rivenditori di prodotti e materiali per la costruzione, ceramiche e vetro. L'edizione 2018 ha visto la presenza di 40.000 visitatori, 300 espositori anche dalla Francia, Italia, Turchia, Cina e Algeria. La prossima edizione, prevista a marzo 2020, si svolgerà a Tunisi presso il complesso espositivo de Le Kram Si tratta di un evento di grande richiamo nel panorama fieristico del Paese che costituisce un'occasione per sviluppare contatti per le imprese italiane interessate a forme di commercializzazione in tutto quello che riguarda la filiera delle costruzioni e dei materiali per l'edilizia.

Si prevede di organizzare una partecipazione di circa 8 aziende provenienti dalle Regioni meno sviluppate all'interno di uno spazio collettivo promuovendo la presenza delle imprese italiane con inserzioni pubblicitarie nel sito della fiera. Sarà, inoltre, realizzata una brochure di presentazione delle imprese italiane, che sarà distribuita durante la manifestazione.

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

**Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali**  
**Filiera / Progetto: AMBIENTE ED ENERGIE RINNOVABILI**

**Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente - CdR:**  
SF10/AT5

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA SIEE POLLUTEC ALGÉRIE 2020 -  
REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/2/2020 - 28/2/2020**

### DATI GENERALI

Area geografica: AFRICA

Settore: AMBIENTE ED ENERGIE RINNOVABILI

### DESCRIZIONE

La fiera, Salone Internazionale delle attrezzature, tecnologie e servizi per l'acqua e l'ambiente, conterà nel 2020 la sua 16esima edizione e costituisce un'opportunità di crescita per le aziende attive nel settore dell'acqua per stabilire nuove relazioni in ambito internazionale tra i professionisti del settore. Nel 2018 la fiera ha occupato una superficie espositiva di 8000 mq, 137 espositori provenienti da 10 paesi, 5 paesi riuniti in padiglioni internazionali, i visitatori sono stati più di 6000. Si prevede la partecipazione di circa 10/12 aziende delle Regioni meno sviluppate nell'ambito di una collettiva italiana su uno spazio espositivo di circa 200 mq.

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

**Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali**  
**Filiera / Progetto: MOBILITA'**

**Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente - CdR:**  
SF10/AT7

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA METS 2019 - OLANDA -  
REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 19/11/2019 - 21/11/2019**

### DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA

Settore: CANTIERISTICA NAVALE

### DESCRIZIONE

Partecipazione collettiva alla fiera Mets, una delle più importanti manifestazioni mondiali per l'industria nautica e il principale salone per accessoristica e componentistica del settore. La partecipazione comprende l'allestimento personalizzato di una collettiva di ca. 120 mq per le aziende del Piano Export Sud, posizionata in prossimità del Padiglione italiano organizzato da UCINA - ICE, azioni di comunicazione (inserimento nel catalogo della fiera e inserzioni pubblicitarie, realizzazione di un catalogo cartaceo e digitale), servizi organizzativi (interpretariato, vigilanza, trasporti, materiale promozionale, etc.) e missioni in loco. Si prevede la partecipazione di circa 10/15 aziende delle Regioni meno sviluppate.

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

**Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali**  
**Filiera / Progetto: ALTA TECNOLOGIA**

**Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente - CdR:**  
SF10/AT8

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA FIERA SMART CITY - SPAGNA - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 19/11/2019 – 21/11/2019**

### DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA

Settore: PLURISETTORIALE, BENI A TECNOLOGIA AVANZATA

### DESCRIZIONE

Lo Smart City di Barcellona rappresenta il principale evento mondiale dedicato ai sistemi e alle tecnologie innovative per le città e si svolge con cadenza annuale a Barcellona. L'evento si conferma la principale vetrina di un settore in fortissima espansione, come dimostrato dal Piano nazionale per le smart city (Plan Nacional de Ciudades Inteligentes), varato dal Governo spagnolo nel 2015 che al progetto ha destinato 153 milioni di euro.

Obiettivo del Piano è supportare i progetti smart city a livello locale, migliorando l'efficienza dei servizi della Pubblica Amministrazione locale al cittadino e alle aziende, favorendo la nascita di un'economia digitale rivolta alla crescita economica e dell'occupazione.

L'ICE-Agenzia parteciperà allo SCEWC per il quinto anno consecutivo, curando l'allestimento del Padiglione istituzionale; per l'edizione 2019 l'iniziativa sarà strutturata sia su fondi del Piano Ordinario che su fondi PES.

L'iniziativa rappresenta un'importante occasione per presentare al mercato internazionale una nuova identità di Made in Italy mirata alla qualità sociale del vivere bene attraverso tecnologie e infrastrutture innovative nell'ambito di sistemi economico-sociali intelligenti, capaci di creare una più efficiente connessione tra mercato, territorio ed apparati produttivi. Si prevede la partecipazione di circa 10/15 aziende delle Regioni meno sviluppate.

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

**Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali**  
**Filiera / Progetto: ALTA TECNOLOGIA**

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

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA AL MOBILE WORLD CONGRESS - SPAGNA-  
REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/2/2020 – 28/2/2020**

### DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA

Settore: PLURISETTORIALE, BENI A TECNOLOGIA AVANZATA

### DESCRIZIONE

Il Mobile World Congress di Barcellona è il principale evento a livello mondiale sulla telefonia mobile, occasione di incontro per le più grandi aziende internazionali del settore e di lancio di nuovi prodotti e servizi, nonché sede di conferenze per i più importanti speakers del settore e di confronto sulle tendenze future delle tecnologie del mobile, dell'Internet of Things e dell'intelligenza artificiale. La partecipazione al MWC 2020 per le aziende italiane del settore un'occasione unica per creare contatti ed esporre le proprie tecnologie ai maggiori produttori di hardware e software del mondo. Si prevede la partecipazione di circa 10/12 aziende delle Regioni meno sviluppate.

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

**Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali**  
**Filiera / Progetto: MOBILITA'**

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

### **INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA AL NAUTIC 2019 - FRANCIA- REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 6/12/2019 – 15/12/2019**

#### **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 l'ICE, nel quadro del Piano Export Sud 2, ha accompagnato al Nautic 13 cantieri provenienti da Calabria, Campania e Sicilia. A seguito dell'esito positivo dell'evento, gli espositori italiani hanno manifestato l'interesse a partecipare alla prossima edizione del Salone Nautico di Parigi, che si svolgerà a dicembre 2019 presso il centro convegni Port de Versailles, confermandone l'importanza per le imbarcazioni della loro categoria. In considerazione della domanda di maggior spazio rappresentata dalle aziende, per la prossima edizione si propone di organizzare una collettiva per le Regioni meno sviluppate, nel padiglione dedicato alle imbarcazioni a motore, prendendo uno spazio di 1200 mq, per consentire ad ogni cantiere di esporre tre imbarcazioni e 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: ALTA TECNOLOGIA**

**Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente - CdR:**  
SF10/AT15

**INIZIATIVA: AIRTEC 2019 - GERMANIA- REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/10/2019 – 16/10/2019**

### **DATI GENERALI**

Area geografica: UNIONE EUROPEA
---------------------------------

Settore: AEROMOBILI E VEICOLI SPAZIALI
--

### **DESCRIZIONE**

<p>Airtec Monaco rappresenta la principale business convention per l'industria dell'aerospazio che ha luogo in Germania, Paese all'avanguardia anche in questo comparto con una forte presenza di grandi gruppi industriali e di centinaia di fornitori di sotto sistemi, parti e componenti che suscitano l'interesse da parte dei grandi buyers mondiali che visitano ogni anno Airtec alla ricerca di nuovi prodotti e tecnologie secondo le consuete agende di incontri predifinite tipiche di dette tipologie di eventi promozionali. ICE offrirà alle aziende delle Regioni meno sviluppate stand preallestiti, in un'area open space, e agende di incontri prefissati secondo gli specifici interessi delle aziende e dei buyers in visita alla rassegna. Prevista la partecipazione di una quindicina di aziende.</p>
---

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

**Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali**  
**Filiera / Progetto: ALTA TECNOLOGIA**

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

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA EUROPEAN UTILITY WEEK -  
FRANCIA - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 12/11/2019 - 14/11/2019**

### DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA

Settore: PLURISETTORIALE, BENI A TECNOLOGIA AVANZATA

### DESCRIZIONE

La European Utility Week rappresenta un evento di grande interesse per le imprese elettroniche ed elettrotecniche italiane, attive nel settore delle energie rinnovabili e dell'automazione industriale. Viene realizzata in collaborazione con l'Associazione di Categoria ANIE, ha cadenza annuale ed è itinerante; nel 2019 si terrà a Parigi e si svolgerà contemporaneamente al Power Gen. ICE Agenzia curerà la partecipazione di una collettiva di aziende italiane del settore. Si prevede la partecipazione di circa 10/15 aziende del comparto localizzate nelle Regioni meno sviluppate, la realizzazione di una serie di attività di comunicazione e di una brochure con i profili delle aziende partecipanti.

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

**Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali**  
**Filiera / Progetto: ALTA TECNOLOGIA**

**Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente - CdR:**  
SF10/AT18

**INIZIATIVA: AEROSPACE & DEFENSE SUPPLIER SUMMIT SEATTLE (USA) - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/4/2020 – 30/4/2020**

### DATI GENERALI

Area geografica: NORD AMERICA

Settore: AEROMOBILI E VEICOLI SPAZIALI

### DESCRIZIONE

L'Aerospace & Defence Supplier Summit di Seattle è un'interessante iniziativa varata alcuni anni fa dal più grande produttore d aeroplani al mondo, la Boeing, per incontrare i propri buyers ed esaminare nuovi prodotti e tecnologie di altri potenziali nuovi clienti. Con il tempo l'iniziativa ha superato gli stretti interessi aziendali per affermarsi come importante momento di incontro sui trend del mercato con partecipazione dei grandi costruttori mondiali del comparto con concrete possibilità per le nostre aziende più competitive delle regioni meno sviluppate di far apprezzare le loro eccellenze su tutti i mercati. L'ultima edizione ha visto la partecipazione di 1.500 delegati da 900 società da tutto il mondo per 11.000 incontri predefiniti complessivi. Si tratta di un'iniziativa estremamente qualificata non accessibile a tutte le aziende anche per i costi di viaggio e soggiorno (Seattle, Stato di Washington) con livelli di contribuzione necessariamente contenuti. E' prevista la partecipazione di una ventina di imprese.

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

**Linea d'intervento: B.1 - Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali**  
**Filiera / Progetto: ALTA TECNOLOGIA**

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

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A GREEN EXPO - MESSICO - REGIONI  
MENO SVILUPPATE**

**Data: 3/9/2019 - 5/9/2019**

### DATI GENERALI

Area geografica: AMERICA CENTRALE E MERIDIONALE

Settore: PLURISETTORIALE, BENI A TECNOLOGIA AVANZATA

### DESCRIZIONE

Si tratta dell'evento fieristico internazionale di maggiore rilevanza per l'industria locale nell'ambito del green business e degli scambi tecnologici che offre soluzioni innovative su energie rinnovabili e sviluppo sostenibile. Obiettivo dell'iniziativa è quello di favorire rapporti di collaborazione con controparti estere in un Paese che sempre di più riconosce una grande importanza alle tematiche legate alle fonti rinnovabili di energia, alla gestione ottimale dei rifiuti verso una strategia di green economy sia in ambito pubblico che privato.

## **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/AV22**

**INIZIATIVA: MISSIONI IN ITALIA DI OPERATORI E GIORNALISTI ESTERI SETTORE AGROALIMENTARE - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/4/2019 - 31/3/2020**

### **DATI GENERALI**

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

### **DESCRIZIONE**

L'iniziativa prevede l'organizzazione di un incoming di operatori esteri (importatori, buyer, rappresentanti di monopoli, giornalisti, ecc.) in momenti autonomi od in occasione delle più interessanti e significative manifestazioni del settore agroalimentare/biologico ed enologico organizzate nelle Regioni meridionali. Le missioni saranno realizzate in collaborazione con partner territoriali e coinvolgeranno complessivamente circa 20/25 operatori commerciali esteri e 50/60 aziende per ciascuna tappa di incontri B2B che sarà organizzata. E' prevista una missione per ciascuna delle 5 Regioni, anche a carattere itinerante, in continuità con le attività svolte nel corso del secondo anno del PES II.

## **B – INIZIATIVE PROMOZIONALI**

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

**Filiera / Progetto: MODA-PERSONA**

**Ufficio di Riferimento: Ufficio Beni di Consumo - CdR: SF20/BC5**

**INIZIATIVA: TESORI NASCOSTI IV: VIAGGIO NELLA GIOIELLERIA DEL SUD - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/10/2019 – 30/10/2019**

### **DATI GENERALI**

Area geografica: VARI ITALIA MONDO
Settore: GIOIELLERIA E OREFICERIA

### **DESCRIZIONE**

A prosecuzione delle iniziative di incoming nel distretto della gioielleria e del corallo che si sono svolte dal 2015 al 2018 e al fine di completare e massimizzare tale investimento promozionale, si propone di organizzare una missione 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, prevedendo, a corollario, anche un tour presso alcuni dei più significativi laboratori di produzione. Si prevede di coinvolgere circa 60 buyer provenienti soprattutto da: Nord-America, mercato da sempre prioritario e di rinnovato interesse a partire dalla ripresa economica statunitense; i Paesi dell'Europa Centro Orientale e del Nord Africa.

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

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

**Filiera / Progetto: MODA-PERSONA**

**Ufficio di Riferimento: Ufficio Beni di Consumo - CdR: SF20/BC7**

**INIZIATIVA: AZIONI COLLATERALI IN OCCASIONE DI ORIGIN PASSION AND BELIEFS - MILANO - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/7/2019 – 31/7/2019**

### DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO

Settore: TESSILI/ABBIGLIAMENTO

### DESCRIZIONE

L'iniziativa si propone di realizzare per il secondo anno consecutivo una serie di azioni collaterali, tra cui l'organizzazione di incontri B2B, a favore di circa 30 aziende provenienti da Basilicata, Calabria, Campania, Puglia e Sicilia in occasione dell' "Origin Passion and Beliefs" che si terrà a Milano nel mese di luglio del 2019 in concomitanza con Milano Unica. La manifestazione fieristica pone l'accento sulla valorizzazione delle aziende della filiera produttiva, laboratori e produttori conto terzi del comparto moda con una forte vocazione e tradizione manifatturiera. Origin offre inoltre una rappresentazione della subfornitura del settore moda che va dal Textile al Leather passando per il Technology e lo Stone.

La realizzazione dell'evento prevederà anche la presenza di circa 20 buyer, invitati e selezionati dagli Uffici ICE della Rete Estera, provenienti da Europa, Asia e America.

All'interno del salone "Origin Passion and Beliefs" si colloca il progetto "Origin South" attraverso la realizzazione di una piattaforma espositiva espressamente dedicata all'internazionalizzazione delle ditte provenienti dalle regioni del Mezzogiorno.

Sono previste azioni di promozione e comunicazione pre e post fiera, l'organizzazione di incontri B2B pre-organizzati in fiera con la delegazione di buyer esteri appositamente selezionati dagli Uffici ICE-Agenzia.

Inoltre, verrà organizzato un workshop di presentazione delle aziende meridionali presenti all'evento durante il quale i buyer esteri avranno modo di conoscere meglio le realtà produttive delle ditte del Sud Italia.

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

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

**Filiera / Progetto: MODA-PERSONA**

**Ufficio di Riferimento: Ufficio Beni di Consumo - CdR: SF20/BC9**

### **INIZIATIVA: SHOWCASE SOUTH IN OCCASIONE DI ALTAROMA - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/6/2019 – 31/7/2019**

#### **DATI GENERALI**

Area geografica: VARI ITALIA MONDO

Settore: TESSILI/ABBIGLIAMENTO

#### **DESCRIZIONE**

Altaroma costituisce la principale piattaforma italiana per i new designers individuati attraverso il concorso Who is On Next, che si svolge in occasione dell'edizione estiva di giugno, e assistiti nel percorso di crescita per approcciare i mercati internazionali, attraverso la partecipazione ad una serie di iniziative.

Nel corso dell'edizione di gennaio 2018 di Altaroma, l'ICE-Agenzia ed Altaroma hanno ideato congiuntamente il Progetto Showcase al fine di incrementare la visibilità degli stilisti/brand emergenti italiani e agevolare l'incontro con i buyers internazionali invitati alla manifestazione.

Il progetto Showcase si pone, infatti, l'obiettivo di creare una piattaforma espositiva di carattere commerciale che metta in connessione brand emergenti italiani che producono le loro collezioni in Italia, con potenziali buyer, giornalisti e professionisti del settore moda italiano ed estero.

L'intento ultimo è quello di accompagnare i nuovi brand della moda italiana in un vero e proprio processo di internazionalizzazione, promuovendone l'immagine e agevolando l'incontro con la distribuzione internazionale

Per l'edizione di giugno 2019 di Altaroma si intende realizzare un'edizione South di Showcase alla quale saranno invitati a partecipare dai 50 ai 65 brand provenienti dalle 5 Regioni meno sviluppate. Saranno organizzate missioni di buyers (in particolare concept stores e independent retailers, e qualche selezionata GDO) e di giornalisti esteri da paesi esteri quali Cina, Hong Kong, Taiwan, Giappone, Corea, Stati Uniti, Russia, Ucraina, Azerbaijan, Emirati Arabi Uniti, Libano, Israele, Arabia Saudita, Regno Unito, Francia, Spagna, Svezia, Danimarca, Belgio e incontri B2B con i designer/brand selezionati.



## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

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

Filiera / Progetto: MODA-PERSONA

Ufficio di Riferimento: Ufficio Beni di Consumo - CdR: SF20/BC18

**INIZIATIVA: WORKSHOP E INCOMING SETTORE MODA IN ABRUZZO – REGIONI MENO SVILUPPATE**

Data: 1/4/2019 – 30/4/2020

### DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO
Settore: TESSILI/ABBIGLIAMENTO

### DESCRIZIONE

L'iniziativa si propone di porre un accento particolare sulla valorizzazione della creatività e innovazione della Moda Made in Sud e delle sue particolari eccellenze. Sarà prevista l'organizzazione di un'azione di incoming e b2b aperta a tutte le aziende provenienti dalle Regioni Meno Sviluppate, ma si svolgerà in Abruzzo considerata la presenza di distretti del comparto moda. L'obiettivo finale è quello di facilitare i contatti con buyer e distributori internazionali.

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

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

**Filiera / Progetto: ALTA TECNOLOGIA**

**Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente - CdR:  
SF10/AT4**

**INIZIATIVA: MISSIONE OPERATORI GIAPPONESI DEL SETTORE AEROSPAZIO NEI  
DISTRETTI PRODUTTIVI DEL SUD ITALIA - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/4/2019 – 31/3/2020**

### DATI GENERALI

Area geografica: ASIA E OCEANIA

Settore: AEROMOBILI E VEICOLI SPAZIALI

### DESCRIZIONE

ICE Tokyo ha riscontrato un crescente interesse da parte degli uffici acquisti governativi e delle industrie locali dell'aerospazio e difesa per reperire nuove tecnologie e produzioni europee. La missione di operatori giapponesi si pone l'obiettivo di far conoscere le eccellenze delle aziende produttrici di sistemi, sottosistemi, parti e componenti e fornitori di servizi di progettazione, engineering e sviluppo delle cd Regioni meno sviluppate d'Italia ed in particolare di Campania e Puglia, che da fornitori dei grandi gruppi industriali nazionali quali Leonardo e Avio hanno creato dei veri e propri distretti tecnologici competitivi grazie alla collaborazione di laboratori e centri di ricerca. E' previsto un seminario di apertura seguito da incontri B2B e visite di centri di ricerca e impianti particolarmente rappresentativi dell'eccellenza del territorio con la partecipazione di una decina di operatori giapponesi e una trentina di imprese del territorio. I lavori saranno organizzati con la collaborazione degli organismi territoriali di promozione e i distretti tecnologici.

## 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/AV18**

**INIZIATIVA: WORKSHOP AGROALIMENTARE IN SCANDINAVIA - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/4/2019 - 31/3/2020**

### DATI GENERALI

Area geografica: ALTRI PAESI EUROPEI

Settore: ALIMENTARI E BEVANDE

### DESCRIZIONE

La composizione delle importazioni del settore agroalimentare nei Paesi Scandinavi presenta, negli ultimi anni, nuove caratteristiche che si manifestano attraverso una domanda ed un'offerta maggiormente differenziata e che vede la presenza di più attori sul mercato. Il "Made in Italy agroalimentare", quindi, sebbene costituisca ancora una delle componenti più robuste e dinamiche delle importazioni svedesi di settore, si è visto affiancare da altri prodotti etnici che hanno preso una buona parte del mercato complessivo. Questo fenomeno è il risultato di una nuova geografia degli scambi, diversa negli ultimi anni per composizione merceologica e direzione dei flussi di importazione. Dopo le edizioni degli scorsi anni svolte in Svezia, che hanno visto una notevole partecipazione aziendale delle regioni PES (25 nel 2017 e 35 nel 2018), è in programmazione a marzo 2019 un'iniziativa in Norvegia alla quale parteciperanno 23 aziende delle Regioni meno sviluppate. Per tale motivo si ritiene opportuno ripetere l'iniziativa anche nel 2020, in Danimarca o, ove le condizioni non lo consentissero, in altro Paese dell'area ScanBalt, prevedendo la partecipazione di circa 30 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: WORKSHOP AGROALIMENTARE NEI BALCANI - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/4/2019 – 31/3/2020**

### **DATI GENERALI**

Area geografica: UNIONE EUROPEA
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 2018 e alla quale hanno partecipato 10 aziende delle regioni meno sviluppate, 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. Si prevede la partecipazione di circa 15 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/AV24**

**INIZIATIVA: BORSA VINI IN AUSTRIA CON INCOMING DI OPERATORI CECHI E SLOVACCHI - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 25/2/2020 – 4/3/2020**

### DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: VINO DI UVE

### DESCRIZIONE

L'Austria si conferma un mercato di notevole importanza per il vino italiano, con un export che nel 2017 ha sfondato il tetto dei 100 milioni di Euro. Gli austriaci sono ottimi consumatori di vino, con un consumo pro-capite annuo che si attesta sui 32 litri. In Austria peraltro il vino è ben conosciuto ed apprezzato anche in considerazione di una importante produzione nazionale che si concentra nelle regioni meridionali e sudorientali del paese e privilegia i vini bianchi.

L'iniziativa si pone come principale obiettivo quello di potenziare la conoscenza delle principali tipologie di vini delle Regioni del Sud (meno sviluppate e in transizione), ponendo le basi per l'implementazione di nuovi canali commerciali.

## 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/AV28**

**INIZIATIVA: BORSA VINI IN GIAPPONE ED EVENTUALE FOLLOW UP - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/11/2019 – 30/11/2019**

### **DATI GENERALI**

Area geografica: ASIA E OCEANIA
Settore: VINO DI UVE

### **DESCRIZIONE**

Torna ad aumentare per il 2017 la domanda di vino italiano in Giappone, confermandosi mercato di riferimento in Asia per il vino italiano, con un export che cresce del 7,9% in valore rispetto al 2016, toccando i 162 milioni di Euro. Il consumatore giapponese si distingue per essere esigente e competente, con buona propensione alla spesa, ma con netto orientamento alla qualità e una storica passione per il Made in Italy. Dopo i successi delle passate edizioni, anche per il 2019 una Borsa Vini in Giappone dedicata ad un limitato nucleo di aziende del Sud-Italia, si inserirà all'interno dell'ormai collaudata rassegna promozionale "6000 anni di vino italiano - Settimana del Vino Italiano in Giappone", nata con l'obiettivo di favorire la conoscenza del vino e della cultura italiana in Giappone, e giunta alla IX edizione. L'evento è realizzato in collaborazione con l'Ambasciata d'Italia a Tokyo e prevede, oltre al workshop commerciale, momenti di approfondimento formativo sull'offerta enologica del Sud Italia.

## 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/AV29**

**INIZIATIVA: BORSA VINI NEL REGNO UNITO E IRLANDA - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/2/2020 – 31/3/2020**

### **DATI GENERALI**

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: VINO DI UVE

### **DESCRIZIONE**

Terzo mercato storico per il Vino Italiano in volume e valore, subito dopo USA e Germania, il Regno Unito registra una crescita della domanda nel comparto enologico pressoché costante (810 milioni di Euro nel 2017 +5,9%) e si caratterizza per la presenza di consumatori maturi e già perfettamente consapevoli della qualità del vino italiano. A seguito del grande successo conseguito dalla Borsa Vini in Regno Unito negli anni scorsi, si prevede la realizzazione di una nuova edizione del workshop dedicato alle aziende delle Regioni meno sviluppate e in transizione. La Borsa Vini costituisce un format promozionale collaudato ed efficace, ideale per approfondire la conoscenza del mercato britannico, avviando l'implementazione di nuovi canali commerciali. Si prevede la partecipazione di circa 40 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/AV31**

**INIZIATIVA: BORSA VINI IN POLONIA 2020 CON SEMINARI E CORSI FORMATIVI  
PROPEDEUTICI ALLA MANIFESTAZIONE - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/4/2019 - 31/3/2020**

### **DATI GENERALI**

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: VINO DI UVE

### **DESCRIZIONE**

La Polonia si conferma mercato in forte crescita e di grande interesse per il vino italiano, che fa registrare da anni un aumento costante delle consegne ed un crescente apprezzamento. In pochi anni gli ordini sono passati dai 25.8 milioni di euro del 2012 ai 50,2 milioni di euro del 2017. Dopo gli ottimi risultati degli eventi promozionali calendarizzati nel corso del 2017 e 2018 sul mercato polacco, si ritiene opportuna l'implementazione di un'ulteriore azione promozionale di presidio a Varsavia con l'organizzazione di una Borsa Vini. L'iniziativa sarà associata a ulteriori azioni commerciali su altre importanti piazze, volte a massimizzare le opportunità commerciali e formative delle aziende produttrici italiane appartenenti alle Regioni meno sviluppate e in transizione. Si prevede la partecipazione di circa 30 aziende 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/AV33

**INIZIATIVA: BORSA VINI IN RUSSIA - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/11/2019 – 31/3/2020**

### DATI GENERALI

Area geografica: EUROPA CENTRO ORIENTALE
Settore: VINO DI UVE

### DESCRIZIONE

La Russia si conferma anno dopo anno un mercato in grande crescita per il vino italiano. Le consegne sono in aumento dal 2015, e nel 2017 hanno toccato i 111 milioni di Euro (+43%). Dopo il grande successo della Borsa Vini Piano Sud a Mosca e S. Pietroburgo tenutasi nell'aprile 2017 e alla quale hanno partecipato circa 30 aziende delle Regioni meno Sviluppate, si ritiene opportuno, in considerazione dell'ottima risposta del Trade locale, riproporre una nuova edizione della Borsa Vini nel corso del 2019-20.

## 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/AV34**

**INIZIATIVA: BORSA VINI IN SCANDINAVIA - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/11/2019 - 31/3/2020**

### DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: VINO DI UVE

### DESCRIZIONE

Il mercato Nord-Europeo si conferma area di sbocco di primo interesse per il vino italiano, un volano commerciale dinamico e affidabile caratterizzato da economie in salute, consumatori maturi ed esigenti e interessanti propensioni al consumo. Nel 2017 Svezia, Danimarca, Norvegia e Finlandia hanno importato vino italiano complessivamente per oltre 440 milioni di Euro, con tassi di crescita costantemente positivi. Le Borse Vini rappresentano un efficace e sperimentato strumento di promozione il cui obiettivo è il consolidamento della capacità export di aziende che già in precedenza si sono affacciate su questi mercati ma anche la nascita di nuovi canali commerciali per newcomers.

L'azione specifica riguarda un'edizione speciale della Borsa Vini, a carattere itinerante, che toccherà in più tappe, Svezia, Danimarca e Norvegia, dedicata ai produttori delle Regioni meno sviluppate. Si prevede la partecipazione di circa 20/25 aziende 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/AV35**

**INIZIATIVA: BORSA VINI IN CENTRO E SUD AMERICA REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/11/2019 - 31/3/2020**

### **DATI GENERALI**

Area geografica: AMERICA CENTRALE E MERIDIONALE
Settore: VINO DI UVE

### **DESCRIZIONE**

La crescita delle economie locali ha favorito un aumento dei consumi e, in particolare, un'accelerazione dell'export agroalimentare. L'apprezzamento e l'interesse per il vino è andato gradualmente aumentando, sostenuto anche da una produzione locale. Appare tuttavia prioritario assicurare una continuità con le azioni già intraprese gli anni scorsi, organizzando ulteriori momenti di incontro con il trade locale, finalizzati all'approfondimento della conoscenza del vino italiano e allo stimolo dell'interesse e della domanda di vino italiano. Paesi come il Messico si confermano da anni mercati di grande interesse per le imprese italiane, caratterizzati da una costante crescita delle consegne. Nel 2017 il Messico ha importato vino per oltre 33 milioni di Euro (+13,5%) e il primo semestre 2018 ha registrato un'ulteriore crescita delle consegne del 9%. Si prevede l'organizzazione di una Borsa Vini dedicata ai produttori del Sud-Italia, con degustazioni guidate sulla produzione vinicola del Mezzogiorno a Città del Messico, con possibili tappe su mercati limitrofi caratterizzati da potenziali di crescita interessanti (Colombia).

## 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/AV36**

**INIZIATIVA: BORSA VINI IN ESTREMO ORIENTE e SUD-EST ASIATICO – REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/11/2019 - 31/3/2020**

### **DATI GENERALI**

Area geografica: ASIA E OCEANIA
Settore: VINO DI UVE

### **DESCRIZIONE**

L'area di mercato dell'Estremo Oriente è caratterizzata da un andamento della domanda di vino italiano estremamente interessante e dinamica. Nel 2017 ha assorbito un export complessivo di oltre 400 milioni di Euro, con un'ulteriore crescita del 2.7% nel primo semestre 2018. Mercati come Taiwan, Singapore, Vietnam, Thailandia si distinguono per economie in espansione, trend di importazione di vino positivi, ottimi potenziali di crescita e prezzi medi tra i più alti nel mondo. Si prevede l'organizzazione di una Borsa Vini itinerante in due o tre tappe, destinata ai produttori provenienti dalle Regioni meno sviluppate.

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

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

**Filiera / Progetto: MODA-PERSONA**

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

**INIZIATIVA: PROMOZIONE E PRESENTAZIONE DI PRODOTTI DELLA COSMETICA CON INCONTRI B2B - SLOVENIA - REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/4/2019 – 30/4/2020**

### DATI GENERALI

Area geografica: UNIONE EUROPEA
Settore: COSMETICA

### DESCRIZIONE

L'obiettivo dell'iniziativa è quello di presentare agli operatori sloveni e dei Paesi limitrofi, centri wellness e Spa in Slovenia i prodotti cosmetici delle aziende italiane delle regioni coinvolte nel programma. La Slovenia è un mercato di dimensioni relativamente ridotte ma molto sviluppato. Negli ultimi anni si nota un trend di crescita della spesa per i prodotti per la cura del corpo, in quanto lo standard della popolazione è in crescita. È da segnalare anche una crescente sensibilità verso prodotti cosmetici naturali biologici ed eco biologici da parte dei consumatori bosniaci. Il mercato dei prodotti cosmetici naturali (fitocosmetici, ecc.) si è aperto da pochi anni e ultimamente sta registrando una costante crescita. Per questo motivo, le previsioni per lo sviluppo del settore restano positive per i prossimi anni, essendo esso ancora lontano dalla completa saturazione. Essendo l'Italia, in particolare le imprese del Sud, tra i più grandi produttori europei di prodotti cosmetici, naturali e non, si propone l'organizzazione di una presentazione dei prodotti cosmetici presso un albergo di Lubiana con successivi incontri B2B tra potenziali acquirenti (importatori, distributori e centri spa) della BiH e i produttori italiani al fine di favorire un contatto diretto e permettere la presentazione dettagliata delle aziende italiane partecipanti a un gruppo selezionato di potenziali clienti.

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

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

**Filiera / Progetto: ALTA TECNOLOGIA**

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

### **INIZIATIVA: REALIZZAZIONE DI UN WORKSHOP E INCONTRI B2B NEL SETTORE DELLA MECCATRONICA E DELL'ICT – REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/4/2019 - 31/3/2020**

#### **DATI GENERALI**

Area geografica: AFRICA

Settore: MECCATRONICA

#### **DESCRIZIONE**

La presente iniziativa riguarda la realizzazione di un seminario/workshop di presentazione delle tecnologie italiane nel settore della meccatronica e dell'ICT, con incontri B2B tra gli operatori italiani e tunisini. La Tunisia ha avviato da qualche anno un processo di sviluppo tecnologico investendo nelle attività di ricerca attraverso la creazione di appositi centri dedicati ai settori dell'ICT, della meccatronica e microelettronica. Sul piano internazionale, i ricercatori del Centre de Recherche on Microélectronique et Nanotechnologie sono già attivi per costituire dei partenariati con controparti dei Paesi UE per sviluppare reti e progetti congiunti che possano migliorare i livelli di produttività con l'utilizzo di tecnologie più innovative. Tra l'altro, in questi comparti, va evidenziato che la Tunisia detiene un notevole potenziale di ingegneri e professionisti altamente qualificati che parlano la lingua italiana. Nello specifico, l'iniziativa è destinata a PMI, distretti, centri di ricerca ed università delle Regioni Meno Sviluppate in considerazione delle realtà di eccellenza esistenti, quali ad esempio quella pugliese (meccatronica) e calabrese (ICT) in questi comparti. L'obiettivo è quello di creare condizioni di collaborazione in base a un'analisi del fabbisogno tunisino in termini di tecnologie che sarà svolta dall'ICE di Tunisi. A latere dell'evento di workshop/B2B è prevista la visita ai due principali poli tecnologici locali: il Pole El Ghazala, specializzato nelle Tecnologie della Comunicazione e dell'Informazione e il Technopole de Sousse, competente per la meccatronica.

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

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

**Filiera / Progetto: ALTA TECNOLOGIA**

**Ufficio di Riferimento: Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente - CdR:  
SF10/AT1**

**INIZIATIVA: BIAT BORSA DELL'INNOVAZIONE E DELL'ALTA TECNOLOGIA – SICILIA –  
REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 1/1/2020 - 30/4/2020**

### 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. L'edizione 2020 si propone di 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 e aerospazio.

## B – INIZIATIVE PROMOZIONALI

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

**Filiera / Progetto: ALTA TECNOLOGIA**

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

**INIZIATIVA: PARTECIPAZIONE CON B2B AGLI ADM - AEROSPACE & DEFENCE  
MEETINGS -TORINO – REGIONI MENO SVILUPPATE**

**Data: 27/11/2019 – 25/11/2019**

### DATI GENERALI

Area geografica: VARI ITALIA MONDO

Settore: AEROMOBILI E VEICOLI SPAZIALI

### DESCRIZIONE

ADM Torino (Aerospace Defence Meetings) è l'unica business convention internazionale per l'industria dell'aerospazio e della difesa che ha luogo in Italia. La prossima sarà la 7 Edizione di un rassegna che ha cadenza biennale. In 2 giorni aziende produttrici di sottosistemi, parti e componenti o di servizi di progettazione, ricerca, engineering hanno la possibilità di incontrare e instaurare relazioni mirate di business e sviluppare nuovi progetti con i grandi assemblatori e produttori di sistemi per aeroplani e satelliti del calibro di Avio, Leonardo, Lockheed Martin, Leonardo, Thales. Gli incontri hanno luogo in postazioni personalizzate acquisite dai produttori di subfornitura secondo un calendario predefinito in base agli interessi specifici delle parti predisposto dagli organizzatori di ADM. Si tratta di un'opportunità unica per le nostre aziende delle Regioni del Sud meno sviluppate in termini di impegni di tempo e di costi. ICE Agenzia offrirà a dette aziende postazioni preallestite e agende ed inoltre inviterà buyers dai mercati più lontani a fronte di un contributo privato contenuto. E' prevista la partecipazione di una trentina di aziende delle 5 Regioni tra cui i rispettivi distretti tecnologici e centri di ricerca.