



**PROGETTO DELIZIANDO 2012**  
**ATTIVITA' PROMOZIONALI CON CATENE ALBERGHIERE SVEDESE E BRITANNICA**  
**CIRCOLARE OPERATIVA**

Alle imprese interessate  
**Loro sedi**

Si comunica che, nell'ambito del programma di attività 2012 di **Deliziando**, il progetto della Regione Emilia-Romagna che promuove i prodotti regionali a qualità regolamentata nei mercati internazionali in partnership con Unioncamere Emilia-Romagna ed il sistema camerale regionale, è prevista la realizzazione di una serie di **eventi di promozione e di comunicazione presso alcune importanti catene alberghiere europee** di medio-alto livello.

Gli *obiettivi* che tali azioni si prefiggono sono i seguenti:

- a) consolidare ed ampliare la presenza delle produzioni a qualità regolamentata nei Paesi prioritari e nello specifico incrementare il fatturato per le imprese regionali già presenti e l'ingresso di nuove imprese regionali in detti mercati;
- b) valorizzare i prodotti e i vini regionali di qualità attraverso attività promozionali rivolte al canale HO.RE.CA.;
- c) favorire la visibilità, la notorietà e la diffusione commerciale dei prodotti regionali a qualità regolamentata attraverso attività di promozione e di media advertising;
- d) accreditare la Regione Emilia-Romagna come territorio d'eccellenza per l'enogastronomia, collegando il cibo all'identità del territorio.

I Paesi dove verrà effettuata la promozione sono la Svezia (Stoccolma e Gothenburg) ed il Regno Unito (Londra), mercati europei nei quali il Progetto Deliziando già da diversi anni sta effettuando una serie di attività volte a valorizzare le produzioni agro-alimentari emiliano-romagnole. Le catene alberghiere individuate sono rispettivamente **SCANDIC** per la Svezia e **MELIA WHITE HOUSE** per il Regno Unito.

I *risultati attesi* sono:

- promuovere i prodotti e i vini emiliano-romagnoli in diversi momenti all'interno degli hotel selezionati (accoglienza al check-in, servizio in camera, utilizzo dei servizi);
- presentare e degustare i prodotti e i vini emiliano-romagnoli con personale specializzato (non solo di prodotto, ma anche di comunicazione);
- formare il personale di cucina e di servizio degli hotel, affinché diventi il miglior testimonial ed ambasciatore dei nostri prodotti;
- inserire nuovi prodotti nell'offerta degli Hotel al termine della promozione concordata.



### **CATENE ALBERGHIERE SELEZIONATE**

La selezione dei due partner (**ALL. 1**) con cui svolgere congiuntamente l'attività promozionale è stata effettuata tenendo in considerazione l'identificazione di catene alberghiere con ristorante/i di proprietà soddisfacenti i requisiti di qualità del Progetto Deliziando, l'identificazione delle caratteristiche principali delle catene di riferimento e dei loro target commerciali, nonché la struttura di acquisto per il settore food e beverage. L'analisi del settore alberghiero è stata condotta in primo luogo utilizzando i contatti e le fonti disponibili (partner in loco del Progetto Deliziando e contatti diretti), quindi attraverso un approccio con i responsabili delle catene al fine di testare il loro reale interesse alle attività pianificate e l'apertura/disponibilità degli chef e sommelier ad innovare i loro menù, integrandoli con prodotti e vini emiliano-romagnoli.

### **SCANDIC – SVEZIA**

Scandic è la principale catena alberghiera della Scandinavia con 160 hotel in 9 paesi e con un team di oltre 6.600 persone. E' presente in tutte le principali città svedesi e scandinave (70 hotel in Svezia, di cui 23 soltanto a Stockholm). La clientela di riferimento è quella del business e del turismo. La filosofia del gruppo verte su tre strategici valori: particolare attenzione al cliente (hotel come luogo di ritrovo e di ristoro, semplice confortevole e ad un giusto prezzo), all'impatto ambientale (utilizzo di attrezzature e materiali eco-compatibili), alla responsabilità etica, utilizzando anche prodotti biologici nei loro ristoranti (Scandic è stato premiato dal Nordic Council quale promotore del turismo sostenibile in Scandinavia). I vertici di Scandic credono fermamente nel valore legato al cibo italiano e ancor più in una promozione regionale quale elemento di forza per raggiungere la loro diversa clientela. I 5 hotel da loro individuati per la promozione Emilia-Romagna sono stati selezionati in base alla "visibilità" e al tipo di clientela servita, nonché alla disponibilità degli chef ad innovare i menù. Nello specifico: *SCANDIC ARIADNE HOTEL STOCKHOLM; SCANDIC INFRA CITY HOTEL STOCKHOLM; SCANDIC PARK VILLAGE HOTEL STOCKHOLM; SCANDIC VICTORIA TOWER HOTEL STOCKHOLM; SCANDIC CROWN HOTEL GÖTEBORG.*

### **MELIA WHITE HOUSE – REGNO UNITO**

Il Meliá White House di Londra fa parte della catena "Meliá Hotels International", tra le 20 migliori compagnie alberghiere a livello internazionale, con oltre 350 hotel in 35 paesi del mondo e 35.000 impiegati. L'Hotel dispone di 581 camere di diversificati livelli e di una serie di appartamenti privati, con una presenza media di 5.000 persone al mese. La clientela di riferimento è quella del business e del turismo, data la centrale posizione dell'hotel. L'albergo, di proprietà spagnola, ha la Direzione ed il comparto manageriale italiani. I vertici del gruppo e la Direzione hanno dimostrato forte interesse a realizzare azioni promozionali di valorizzazione dei prodotti e vini emiliano-romagnoli, allo scopo di completare la loro offerta con produzioni di qualità.

### **FORMAT ATTIVITA'**

Il programma delle attività si svolgerà con il *medesimo format* sia in Svezia che nel Regno Unito. Sono previste tre diverse tipologie di attività, integrate tra loro:

1. *attività di formazione in Italia*: è prevista la realizzazione di un corso per gli chef e i sommelier di entrambe le catene alberghiere (per un totale di 10 chef e 10 sommelier) sui prodotti e vini a qualità certificata dell'Emilia-Romagna, con momenti di integrazione. Entrambi i corsi prevedono lezioni di approfondimento (schede tecniche, principali utilizzi in cucina, metodi di cottura ed elaborazione, degustazioni guidate) tenuti da chef



professionisti e da un maestro sommelier iscritto all'A.I.S., laboratori pratici di cucina e di abbinamento cibo-vino, visita ad alcune realtà produttive regionali. I corsi saranno tenuti in lingua inglese e si svolgeranno presso la Scuola Alberghiera e di Ristorazione a Serramazzoni (MO) **dal 22 al 26 gennaio 2012**;

2. *attività di promozione di lancio all'estero* (due settimane) presso diversi punti di ristorazione delle catene individuate. Tale attività, che si realizzerà al termine delle attività formative in Italia, si svilupperà attraverso un insieme di eventi promozionali finalizzati a diffondere, presso i clienti delle catene e in vari momenti durante la loro permanenza in hotel, la conoscenza dei prodotti e vini emiliano-romagnoli: lezioni pratiche per il personale delle catene, aperitivi con vini e prodotti regionali, inserimento di prodotti regionali nella prima colazione, predisposizione di una carta menù e una carta vini Deliziando e di materiale promozionale (anche on line) a supporto delle attività. Tale promozione si svolgerà indicativamente nel mese di **aprile 2012** presso il **Melia White House a Londra** e a **maggio 2012** presso gli **Scandic Hotels in Svezia**;
3. *attività di promozione per il consolidamento all'estero* (ulteriori due settimane) presso le medesime catene, finalizzate a valorizzare ulteriormente i prodotti e vini emiliano-romagnoli promossi con le precedenti azioni: adozione del menù e della carta vini Deliziando presso i ristoranti selezionati e loro disponibilità a riproporle per un successivo periodo, pubblicizzazione dei piatti e dei vini Deliziando nei luoghi/modi/tempi indicati dalle catene, organizzazione di degustazioni guidate al pubblico, apposita cartellonistica e materiale informativo a supporto della promozione, eventuale disposizione di vetrine interne per esposizione dei prodotti e vini. Tali ulteriori promozioni saranno realizzate secondo indicazioni che le due catene alberghiere comunicheranno agli Organizzatori, ipotizzabili comunque **entro il 2012**.

### **PARTECIPAZIONE IMPRESE EMILIANO-ROMAGNOLE**

Come evidenziato nel primo obiettivo di tale attività, il coinvolgimento delle imprese emiliano-romagnole negli eventi con le catene alberghiere risulta prioritario. Gli *obiettivi attesi* infatti dal Progetto Deliziando a beneficio delle aziende regionali partecipanti alle attività a Londra, a Stoccolma e a Gothenburg sono i seguenti:

- far testare e degustare i loro prodotti e i loro vini all'interno delle catene individuate;
- mettere le aziende regionali in contatto con i Responsabili, i Food & Beverage Manager e gli importatori delle catene alberghiere selezionate;
- ottenere per loro un primo acquisto di prodotti da parte delle medesime catene.

#### Prodotti e vini inclusi nella promozione.

In accordo con le due catene alberghiere, è stato redatto un elenco (**ALL.2**) che prevede:

- a) FOOD: l'elenco dei singoli prodotti suddivisi per le due attività di promozione all'estero (quella di lancio e quella per il consolidamento) per entrambe le catene. Per ciascun prodotto i quantitativi previsti/proposti, il numero di imprese invitate e quelle selezionate per la prima attività, mentre per la seconda la scelta sarà a discrezione delle catene.
- b) WINE: l'elenco dei vitigni suddivisi per le due attività di promozione all'estero (quella di lancio e quella per il consolidamento) per entrambe le catene. Per ciascun vitigno il numero di bottiglie previste/proposte, il numero di imprese invitate e quelle selezionate per la prima attività, mentre per la seconda la scelta sarà a discrezione delle catene, per un minimo di 10 etichette.



### Selezione imprese.

La selezione delle imprese regionali interessate a partecipare agli eventi promozionali comporterà i seguenti passaggi:

1. la compilazione dettagliata della **scheda di adesione (ALL. 3)** ed il successivo invio **SOLTANTO VIA MAIL alla propria Camera di commercio entro e non oltre il 19 dicembre 2011**;
2. la predisposizione da parte di Unioncamere E.R. della lista complessiva delle imprese che potranno partecipare alla selezione, organizzata tenuto conto:
  - dell'ordine cronologico di arrivo delle schede di adesione e, laddove possibile, anche per provincia e all'interno di tale ordine:
    - a) per il settore FOOD del numero massimo di produttori per singolo prodotto (come indicato nell'ALL.1);
    - b) per il settore WINE per numero massimo di imprese per vitigno;
3. la comunicazione da parte della propria Camera di commercio dell'inserimento delle aziende in tale lista, con le specifiche delle successive modalità operative;
4. **la successiva selezione** dei prodotti e dei vini che parteciperanno all'attività di promozione di lancio all'estero (prime due settimane), **effettuata autonomamente dai Responsabili Acquisti e dai Food & Beverage Manager delle due catene** durante i diversi momenti degustativi del corso di formazione in Italia. **A tale proposito le aziende dovranno fornire per l'occasione il proprio listino, con indicazione dei prezzi (+ I.V.A.) franco magazzino raccolta (spedizioniere Nord Italia)**;
5. la comunicazione da parte della propria Camera di commercio delle aziende selezionate dalle catene per la partecipazione all'attività di promozione di lancio all'estero (prime due settimane);
6. **l'ulteriore selezione, effettuata autonomamente dalle due catene**, delle aziende che parteciperanno all'attività di promozione per il consolidamento all'estero (ulteriori due settimane), con il possibile inserimento di parte di esse tra i fornitori stabili delle catene medesime. In questa successiva attività di promozione i contatti saranno tenuti direttamente dalle catene con le aziende selezionate.

### Groupage e spedizione prodotti e vini.

Si precisa che sia per le attività formative in Italia che per l'attività di promozione di lancio all'estero (prime due settimane) gli Organizzatori - con costi a loro carico - metteranno a disposizione delle aziende partecipanti un *servizio di groupage e spedizione dei prodotti e dei vini* dal punto di raccolta al luogo di destinazione. Resta inteso che il segmento dalla sede dell'impresa al punto di raccolta sarà a carico dell'impresa stessa. Le modalità dell'attività di logistica verranno comunicate alle aziende selezionate. Per quanto attiene invece l'attività di promozione per il consolidamento all'estero (ulteriori due settimane), gli accordi saranno diretti tra le due catene alberghiere e le aziende selezionate.

### Fornitura dei prodotti e dei vini.

Al riguardo si precisa quanto segue:

- a) per gli eventi formativi in Italia **le aziende partecipanti dovranno fornire gratuitamente una campionatura rappresentativa dei propri prodotti/vini**, considerando che verranno effettuate due sessioni di laboratori di cucina giornaliera e una sessione giornaliera di abbinamento cibo-vino, per tre giorni di attività, a favore dei suddetti 10 chef e 10 sommelier;



- **per i produttori di vino, ogni impresa potrà proporre massimo 3 etichette**; si consiglia la fornitura di nr.6 bottiglie per tipologia
- b) per l'attività di promozione di lancio all'estero (prime due settimane) **le aziende selezionate** dovranno **fornire gratuitamente il 50% del proprio prodotto/vino in promozione**, mentre gli Organizzatori si faranno carico dell'acquisto del restante 50% dei prodotti e dei vini secondo le quantità indicate nel suddetto ALL. 2;
  - per i produttori di vino si precisa che per ogni azienda selezionata sarà messa in promozione una sola etichetta scelta a discrezione dalle catene tra quelle tre proposte per i suddetti eventi di formazione
- c) per l'attività di promozione per il consolidamento all'estero (ulteriori due settimane) le catene alberghiere provvederanno ad acquistare direttamente dalle imprese regionali selezionate i prodotti/vini.

Requisiti da soddisfare per partecipare agli eventi con le catene alberghiere

Le imprese emiliano-romagnole interessate a partecipare alla promozione dovranno soddisfare i seguenti requisiti:

- rientrare nell'elenco dei produttori dei vini e dei prodotti indicati nell'ALL. 2;
- essere in possesso delle certificazioni necessarie per l'esportazione nei due Paesi individuati e delle etichettature in inglese (e/o in svedese per la Svezia);
- dare la propria disponibilità a **partecipare a tutte le attività previste** (quelle formative in Italia e quelle promozionali in loco) nelle modalità sopra riportate.

Ritorni per le imprese regionali interessate

- possibilità di far testare i propri prodotti e vini agli chef, sommelier ed importatori delle due catene;
- visibilità del proprio marchio aziendale - secondo modalità concordate con le catene - durante le promozioni in loco e sui materiali informativi all'interno degli hotel individuati.

Si precisa infine che tutti i costi di organizzazione degli eventi non esplicitati in questa circolare saranno a carico degli Organizzatori e delle due catene alberghiere selezionate.

Rimaniamo a disposizione per qualsiasi ulteriore informazione o chiarimento e, nell'attesa di un Vostro cortese riscontro in merito, Vi inviamo i più cordiali saluti.