

MADE IN ITALY-Emilia Romagna: Deliziando, obiettivo crescita



Continua la promozione dei prodotti e dei vini a qualità regolamentata dell'Emilia-Romagna sotto il brand Deliziando sostenuto dall'Assessorato Agricoltura della Regione e da Unioncamere regionale, attraverso un ricco programma di eventi promozionali mirati.

Nel 2013, il paniere di Deliziando include i 36 prodotti Dop e Igp, quelli a Qualità Controllata e quelli BIO da agricoltura biologica, i vini Dop (ex Docg e Doc) ed Igp(ex Igt) prioritariamente da vitigni autoctoni, integrato da alcuni prodotti selezionati dall'elenco agro-alimentari tradizionali dell'Emilia-Romagna, tra cui quelli ittici della pesca e dell'acquacoltura, ed ulteriori come caffè e cioccolato data la presenza in regione di aziende di eccellenza a completare un'offerta di alta qualità.

Diversi gli obiettivi del Progetto Deliziando: consolidare la presenza delle imprese emiliano-romagnole nei mercati esteri, rafforzandone la visibilità e l'immagine agli occhi del consumatore finale; sostenere l'entrata delle imprese regionali, anche attraverso azioni di scouting, sui mercati di alcuni Paesi di nuovo intervento; diffondere la conoscenza delle produzioni regionali di qualità attraverso la creazione di una domanda informata volta alla valorizzazione delle eccellenze regionali e del loro stretto legame con il territorio d'origine.

Gli strumenti operativi della promozione saranno: manifestazioni fieristiche internazionali di settore integrate da specifiche azioni collaterali, missioni di operatori e giornalisti in Italia per incontri B2B con imprese emiliano-romagnole e visite alle realtà produttive più rappresentative e all'estero per attività promo-commerciali, campagne promozionali con le reti distributive estere ed il canale HO.RE.CA. supportate da giornate gastronomiche e degustazioni guidate. Sono previste anche attività formative in collaborazione con scuole alberghiere e di ristorazione, oltre ad azione di comunicazione finalizzata.

Le aziende interessate possono compilare la scheda di adesione allegata ed inviarla alla Camera di commercio competente entro e non oltre **lunedì 21 gennaio 2013**.

Il focus geografico degli interventi promozionali sarà posto sia sui mercati con le più elevate dinamiche di crescita (Bric) dove è costante l'aumento della domanda dei prodotti italiani, che in quelli più avanzati dell'Unione Europea, per presidiare le posizioni acquisite e valorizzare le nostre eccellenze enogastronomiche in un'ottica di promozione integrata della regione. Nello specifico le Aree di interesse saranno: America Latina (Brasile, Messico, Colombia); Asia Pacifico (Hong Kong, Thailandia); Unione Europea (Austria, Francia, Regno Unito, Svezia); Nord America (Canada).

I primi due appuntamenti saranno le fiere biennali IFE di Londra (dal 17 al 20 marzo) ed HOFEX di Hong Kong (dal 7 al 10 maggio) dedicate al settore agroalimentare, dove è prevista la partecipazione collettiva di un gruppo di aziende regionali. Nel 2011 la 17ª edizione di IFE ha registrato 1.140 espositori provenienti da 55 Paesi e 28.350 visitatori. Mentre "HOFEX", mostra leader in Asia nel settore dei prodotti alimentari, vini ed attrezzature, nel 2011 la 14ª edizione ha registrato 1.800 espositori provenienti da 48 Paesi e oltre

33.400 visitatori.