



## DELIZIANDO E TURISMO ENOGASTRONOMICO REGIONALE DI QUALITA' 2015

### Promotori

- Direzione Generale Agricoltura della Regione Emilia-Romagna per la promozione istituzionale e la valorizzazione delle produzioni eno-gastronomiche regionali a qualità regolamentata, in partnership con i Consorzi di Tutela e l'Enoteca Regionale;
- Unione Regionale delle Camere di commercio dell'Emilia-Romagna e Camere di commercio provinciali per la promozione commercializzazione dei prodotti e vini regionali di qualità attraverso il coinvolgimento ed il supporto delle aziende emiliano-romagnole;
- APT Servizi per la gestione di iniziative di promo-commercializzazione e di progetti di marketing e promozione turistica (L.R. 7/1998) e per la realizzazione, in collaborazione con i Club di Prodotto, di proposte di "pacchetti turistici" rivolti ai mercati internazionali.

### Premessa

Il **2014** ha visto il Progetto Deliziando attendere tutti i risultati attesi: penetrazione e consolidamento della presenza delle imprese agro-alimentari regionali sui mercati esteri obiettivo (Brasile, Canada, Regno Unito, Thailandia), anche attraverso una pluralità di azioni per singolo mercato; consolidamento e rafforzamento della valorizzazione delle eccellenze eno-gastronomiche regionali in un quadro interregionale, nazionale ed internazionale; massimizzazione dell'efficacia degli interventi promozionali e coordinamento dei medesimi. Sono state realizzate tutte le attività promo-commerciali previste (15 in totale di cui 13 all'estero e 2 in Italia). 148 le aziende di tutte e nove le province che hanno partecipato agli eventi: 31 nelle attività rivolte al mercato canadese (18 food e 13 wine); 46 alle manifestazioni fieristiche internazionali (7 SIAL Canada; 16 Cibus Parma; 3 Thaifex Bangkok; 13 London Wine Fair; 7 SIAL Brazil); 10 agli eventi promozionali con la GDO in Thailandia ed infine 61 al workshop con 40 buyer esteri in occasione di Vinitaly a Verona.

Di seguito la ripartizione per singola CCIAA: 19 BO; 9 FE; 22 FC; 28 MO; 10 PR; 15 PC; 16 RA; 19 RE; 10 RN.

Il 2014 ha altresì visto l'avvio di un *progetto pilota* nato dalla collaborazione tra Regione ER/Direzione Generale Agricoltura, Unioncamere ER, il sistema camerale ed APT Servizi che, integrando le competenze specifiche di ogni soggetto nonché i rispettivi programmi di attività, nell'ambito di una concordata operazione di co-marketing, ha consentito di valorizzare il prezioso patrimonio enogastronomico regionale a livello internazionale, intercettando i flussi di turismo ed avviando un processo virtuoso di sviluppo di aziende vocate all'eccellenza enogastronomica e a servizi di accoglienza di circuiti di incoming. Le eccellenze - non solo agroalimentari - presenti sull'intero territorio regionale nel suo insieme sono state chiamate ad orientarsi verso l'estero, con l'offerta turistica dell'intero sistema produttivo regionale, consapevole del valore aggiunto del suo patrimonio enogastronomico quale brand turistico attrattivo sui mercati esteri. In tale contesto e ad integrazione del programma di attività di Deliziando, sono state realizzate ulteriori 37 attività di promo-commercializzazione turistica delle eccellenze agro-alimentari regionali all'estero e in Emilia-Romagna; sono stati individuati 7 mercati esteri sui quali focalizzare la promozione (Brasile, Canada, USA, Regno Unito, Germania, Russia, Israele); 14 i Club di Prodotto (attualmente 13) che hanno aderito al progetto; 324 le aziende produttive, ricettive e ristorative che si sono candidate e che sono state inserite nella banca dati costituita (55 BO; 29 FE; 38 FC; 34 MO; 37 PR; 107 RE; 23 RN).



Il **2015**, alla luce degli ottimi risultati ottenuti nella precedente annualità, intende proseguire l'approccio integrato di promozione e valorizzazione del comparto agro-alimentare emiliano-romagnolo di qualità al contesto turistico, unendo pertanto in maniera imprescindibile i prodotti al territorio di origine, a testimoniata dalle numerose azioni ed iniziative



promozionali che le Camere di commercio organizzano ogni anno. In tale ottica, il rinnovato Protocollo d'Intesa triennale 2014–2016 tra la Direzione Generale Agricoltura della Regione Emilia-Romagna e l'Unioncamere Emilia-Romagna siglato il 4 dicembre 2013 per la promozione e valorizzazione delle eccellenze regionali sui mercati esteri e la rinnovata Intesa biennale 2014–2015 tra Regione Emilia-Romagna ed Unioncamere Emilia-Romagna siglata il 26 maggio 2014 per la promozione turistica costituiscono il punto di partenza per il raggiungimento dei risultati attesi. In modo particolare, la ricchezza in numero e la peculiarità del paniere dei prodotti a qualità regolamentata e dei vini regionali costituiscono un patrimonio di offerta, conoscenze e professionalità, una perfetta sintesi che consente di valorizzare in Italia e all'estero tale patrimonio eno-gastronomico certificato, integrandolo strettamente alla scoperta e alla riscoperta dei territori di origine dei prodotti medesimi, rafforzando pertanto la collaborazione tra tutti i soggetti regionali coinvolti e supportando l'internazionalizzazione delle imprese. Parimenti, assieme alla struttura partecipata APT Servizi, il sistema camerale e la Regione individuano le linee guida ed il co-finanziamento per le attività congiunte di promozione sui mercati esteri dell'immagine dell'Emilia-Romagna in chiave turistica, della filiera agro-alimentare, dell'eno-gastronomia, della cultura e dell'artigianato, rafforzandone quindi il valore e sviluppando ulteriori sinergie tra enti pubblici e soggetti privati, anche in vista dell'importante appuntamento di EXPO 2015.

### Obiettivi

- rafforzare la promozione della filiera agro-alimentare regionale nei mercati esteri con un approccio integrato al settore turistico che unisca in maniera imprescindibile i prodotti al territorio di origine (dalla costa fino all'entroterra), supportando in maniera sempre più incisiva le aziende;
- potenziare la valorizzazione del marketing territoriale e promuovere attraverso politiche di sviluppo territoriali organiche ed interconnesse fra Enti ed Organismi pubblici e privati i singoli territori attraverso l'enfatizzazione dei percorsi enogastronomici che accompagnano il turista alla scoperta di culture che hanno segnato la nostra regione nella sua geografia e nella sua storia; la Via AEmilia come filo conduttore per lo sviluppo di nuovi prodotti turistici orientati ad una domanda internazionale di alta qualità e definiti attraverso specifici disciplinari condivisi con APT Servizi e sottoscritti dai Club di Prodotto interessati;
- concentrare le attività su mercati esteri che vedano la congiunta promo-commercializzazione dei prodotti e del turismo agro-alimentare di qualità, partecipando anche ad eventi di carattere nazionale e/o interregionale;
- implementare le attività di incoming di operatori esteri in Italia, anche in occasione dell'importante appuntamento di Milano e sviluppo di format che facilitano l'avvicinamento delle imprese ai mercati esteri (market test; b2b virtuali);
- confermare la compartecipazione finanziaria da parte di tutti i soggetti coinvolti (sia istituzionali che imprese) attraverso modalità che consentano di usufruire di tali ricavi per implementare le attività, cercando altresì di allinearsi sempre più alle iniziative interregionali o nazionali;
- incoraggiare il coinvolgimento di reti di imprese o aggregazioni, anche attraverso azioni mirate.

### Partner

- in Italia: Unioncamere Nazionale; ICE-Agenzia per la promozione all'estero ed internazionalizzazione delle imprese italiane; Fiere di Parma; Enoteca Regionale Emilia-Romagna; Consorzi di tutela regionali; ENIT;
- all'estero: Camere di commercio italiane all'estero; desk ed uffici di collegamento della rete estera delle CCIAA e del Progetto America Latina; uffici ICE-Agenzia dei paesi target; Fiere di Parma; Enoteca Regionale Emilia-Romagna; Consorzi di tutela regionali; ENIT.

### Destinatari finali

- per il settore agro-alimentare: prodotti DOP e IGP (41); prodotti tradizionali dell'Emilia-Romagna; prodotti Q. C. Qualità Controllata; ulteriori prodotti (caffè, cioccolato, prodotti biologici, vongola di Goro); vini DOP ed IGP con priorità ai vitigni autoctoni;
- per il settore turismo: Unioni di Prodotto, Club di Prodotto/Tour Operator/Agenzie e aziende regionali produttive/ricettive/ristorative aderenti alla Banca Dati 2014 del progetto sul turismo eno-gastronomico di qualità.

### Target focus

- per il settore agro-alimentare: importatore/distributore, canale HO.RE.CA., ristorazione tradizionale, ristorazione commerciale, distribuzione moderna, enoteche/gastronomie/indipendenti;
- per il settore turismo: tour operator e sistema dell'intermediato rivolto a gruppi/cliente finale/mice; cliente finale; press e PR (carta stampata, food blogger, radio, tv, opinion leader).



### Paesi obiettivo della promozione

I mercati oggetto della promozione costituiranno da un lato il consolidamento delle attività sviluppate nel corso dell'ultimo triennio, dall'altro la sinergia con quelli oggetto della programmazione di partner quali Enoteca Regionale ER ed APT Servizi, prioritariamente per attività di incoming in Emilia-Romagna anche in vista di Expo 2015 e nello specifico:

1. AMERICA - Canada USA Brasile Messico
2. EUROPA - Austria Francia Germania Paesi Bassi Regno Unito Russia Scandinavia (focus su Svezia) Svizzera + Bulgaria Polonia Repubblica Ceca Romania (turismo)
3. MERCATI ASIATICI – Cina (anche turismo) Corea del Sud (turismo) Hong Kong Giappone Singapore Thailandia Vietnam

### Azioni

Premesso che quanto di seguito proposto deve ancora essere oggetto di approvazione formale dei vertici della Direzione Generale Agricoltura della Regione Emilia-Romagna, il programma di attività individuato è da considerarsi naturale seguito e sviluppo – laddove possibile – delle azioni realizzate nel corso dell'ultimo triennio e tiene conto dei criteri/modalità condivisi, delle richieste raccolte e concordate, anche in un'ottica di potenziamento dei risultati ottenuti. Le azioni di seguito indicate saranno realizzate in co-marketing con la Regione Emilia-Romagna Direzione Generale Agricoltura ed Assessorato Attività Produttive (nell'ambito del progetto "Destinazione Vietnam II" Food Factory), Enoteca Regionale Emilia-Romagna, APT Servizi e Fiere di Parma.

Le attività individuate sono le seguenti:

#### INCOMING ED EDUCATIONAL TOUR IN EMILIA-ROMAGNA ANCHE IN VISTA DI EXPO 2015:

- workshop tra 25/30 buyer wine da America Europa Asean e 40/45 imprese er espositrici alla 49<sup>a</sup> edizione della manifestazione "Vinitaly": Verona, 23 marzo 2015;
- educational tour in E-R di 10/12 rappresentanti top seller agenzie viaggio canadesi per promuovere i pacchetti turistici creati nel 2014, in co-marketing con il T.O. canadese Tour Chanteclerc e in collaborazione con la CCIE di Montréal e con APT Servizi: ipotesi 10 > 18 aprile 2015 + successiva attività di formazione per la rete delle agenzie viaggio canadesi partner del TO Chanteclerc sul "prodotto Emilia-Romagna finalizzata alla creazione di nuovi pacchetti turistici: ipotesi maggio > luglio 2015
- workshop tra 10/12 TO esteri (Canada USA UK Germania e Russia) ed i Club di Prodotto dedicato all'enogastronomia di qualità in occasione della 20<sup>a</sup> edizione di "BUY EMILIA-ROMAGNA": Bologna, 18 aprile 2015
- workshop tra 8 TO esteri ed i Club di Prodotto dedicato all'enogastronomia di qualità in occasione della 19<sup>a</sup> edizione di "100 CITTA' D'ARTE": Bologna, 30 maggio 2015
- educational tour di 16 opinion maker (giornalisti e food & wine blogger) da Canada, USA, Cona, Austria, Germania, Regno Unito e Scandinavia in ER: ipotesi maggio/giugno 2015
- workshop tra 10/15 buyer food da UE e Vietnam e 30/35 imprese er a Parma presso Ente Fiera, ipotesi giugno/luglio 2015

#### ALTRE ATTIVITA':

- eventi istituzionali a supporto della partecipazione di aziende agro-alimentari regionali (food e wine) alla 5<sup>a</sup> edizione dell'evento "Real Italian Wine & Food Event" di Londra (Church House) organizzata da ICE Londra e contestuale realizzazione di un workshop tra Tour Operator britannici e i Club di Prodotto regionali e di un momento degustativo in collaborazione con i Consorzi di Tutela, Enoteca Regionale e le imprese presenti: Londra, 4 giugno 2015
- partecipazione in collettiva alla manifestazione "ANUGA" (Colonia, 10>14 ottobre 2015) per un massimo di 9 imprese in open space; attività in co-marketing con Enoteca Regionale
- implementazione analisi territoriale: realizzazione nuovi incontri sul territorio con i soggetti deputati, consolidamento ed allargamento numero imprese (produttive, ristorative e ricettive) da inserire nella banca dati regionale e dei Club di Prodotto (anche in forma aggregata), condivisione di nuovi criteri ed individuazione di un calendario di eventi food & wine da inserire nei circuiti turistici
- implementazione Portale Wine Lover Canada e USA: attività di promozione del portale in specifici eventi nei due Paesi target ed incentivazione della presenza di cantine er (per un massimo di 50) come attrattori turistici, attraverso azioni di co-marketing per l'attivazione di abbonamenti annuali – ipotesi gennaio > giugno 2015
- promozione dei pacchetti turistici già esistenti sia via Internet che negli eventi promozionali e creazione di nuovi pacchetti turistici legati all'enogastronomia di qualità che tengano in considerazione altresì le aspettative dei tour operator dei paesi esteri di riferimento ed attività di promozione e di comunicazione a supporto dei pacchetti turistici creati, anche attraverso specifiche azioni di co-marketing con i tour operator individuati nei paesi esteri.





DELIZIANDO

Tradition & Quality:  
the legendary flavours of Emilia-Romagna.

EDUC TOUR OPINION MAKER TURISMO: - 7 giornalisti e f & w blogger da Cina Canada e USA - 9 giornalisti e f & w blogger da Europa (Austria Germania Regno Unito Scandinavia) in Emilia-Romagna			X						
WORKSHOP TURISMO TRA 15/20 TO ESTERI E 13 CP durante la 19^ edizione "100 CITTA' D'ARTE" - Bologna (29 > 31 maggio)			29						
EVENTO TURISMO IN UK: - wrk 15 TO UK e 13 CP e momento degustativo - Londra				4					
EVENTO TURISMO IN GERMANIA: - wrk 15 TO tedeschi e 13 CP in Germania - Francoforte				24					
WORKSHOP FOOD DA EUROPA (Germania UK Scandinavia) E VIETNAM: - 10/15 buyer (di cui 5 da Vietnam) per B2B con 35/40 imprese er - Parma c/o Ente Fiera					X				
MANIFESTAZIONE "ANUGA" - Colonia: - partecipazione di 8-9 aziende food & wine er in open space di 66 mq								10 > 14	

Paola Frabetti  
Unioncamere Emilia-Romagna

Bologna, 19 febbraio 2015