

Fondo di Perequazione 2009-2010

progetto inviato a Unioncamere il 31/05/2011

1. Promotore del progetto: CCIAA COSENZA

Tipologia del progetto: Congiunto

2. Titolo del progetto: SIAFT - Souther Italy Agro Food and Tourism III edizione

3. Obiettivo generali dell'iniziativa:

La Camera di Commercio di Cosenza con l'attuale Fondo Perequativo intende confermare la strategia di accompagnamento delle imprese che vogliono aprirsi ai mercati internazionali, facendo propria la linea d'intervento delineata da Unioncamere per la promozione di azioni di sistema in materia di internazionalizzazione. In particolare, si vuole confermare la linea di lavoro attuata per la precedente annualità del progetto "SIAFT Southern Italy Agrifood and Tourism" introducendo al contempo elementi migliorativi maturati grazie all'esperienza pregressa. Gli eventi formativi e di incoming gestiti nel corso della corrente annualità di progetto, a valere sul Fondo di perequazione 2007/2008, hanno ottenuto risultati assolutamente positivi così come espresso dai numerosi imprenditori attraverso le schede di valutazione. Alla luce del numero di aziende partecipanti, 154, e dei buyers coinvolti, 75 provenienti da 5 Paesi target, USA, Lussemburgo, Belgio, Svezia, Germania, nonché delle occasioni di business proposte, oltre 1.000, il partenariato storico, ampliato a numerose altre CCIAA del Centro e del Sud Italia, vuole candidare una terza edizione del progetto SIAFT operando in linea con quanto in generale tracciato da Unioncamere, nel senso di una razionalizzazione delle risorse e nel sostegno a politiche di sinergia, condividendo un quadro di priorità e di obiettivi nazionali che ben si ricollegano alle sollecitazioni che emergono dal livello territoriale. E' con questo obiettivo che si propone la realizzazione di azioni di incoming di imprenditori esteri per promuovere i territori e i distretti agroalimentari. Le missioni di incoming potranno essere realizzate d'intesa con la rete delle Camere di commercio italiane all'estero e i partner tecnici del sistema camerale che operano nel settore dell'internazionalizzazione. Anche quest'anno, dunque, nell'ambito del presente progetto, questa Camera, congiuntamente con alcune Camere aderenti, intende sostenere le imprese locali attraverso azioni di incoming che consentano alle piccole e micro imprese di conoscere i mercati esteri e rispondere correttamente alla domanda dell'economia globale. In particolare, tra le imprese operanti in segmenti di mercato cosiddetti "tradizionali" e più esposti al rischio della concorrenza internazionale, si impone quello agroalimentare. Si tratta di un settore nel quale l'immagine del Made in Italy è ancora forte all'estero e che gode di vantaggi competitivi naturali e difficilmente riproducibili: per il forte legame di tali attività con il territorio di origine, per il radicamento del know how produttivo nel patrimonio di risorse umane aziendali, per la capacità di interagire con altri settori e di sviluppare continui miglioramenti nella qualità e nel contenuto innovativo dei prodotti offerti. E' noto, tuttavia, che le aziende necessitano di supporto tecnico-linguistico per affrontare le difficoltà con cui devono confrontarsi, per presentare i prodotti italiani al pubblico estero e soprattutto per trasmettere la consapevolezza e la conoscenza della qualità e del valore intrinseco dei nostri prodotti tipici come espressione diretta del legame con il territorio di origine. L'attenzione sarà concentrata sugli operatori provenienti dall'America, dal Nord Europa e dal mercato Asiatico per i quali le Camere aderenti si impegnano a partecipare agli eventi organizzati in aree/sedi differenti, anche in continuità per consentire la presenza di autorevoli buyers in più luoghi in un arco temporale limitato, nei territori di alcune delle Camere di Commercio partner prediligendo la specificità produttive di ciascuna provincia e rendendolo settoriale per prodotto wine, oil, food and beverage, tourism. A questi settori, già sperimentati nel corso della seconda annualità, si affiancherà la gestione di un evento B2B destinato nello specifico al mercato della ristorazione consentendo, alle imprese pronte a commercializzare la propria produzione su tale canale distributivo, di presentare il proprio prodotto con una formula adeguata e innovativa alla presenza di buyers e chef internazionali. Ciò rafforzerà il ruolo delle Camere di Commercio Italiane all'estero e consentirà di promuovere la cultura della ristorazione

italiana nel mondo.

Il progetto, con una veste e una comunicazione unica, parteciperà all'evento internazionale EURO&MED FOOD in programma a Foggia palesando in tal modo l'efficienza della rete delle Camere di Commercio e delle imprese SIAFT.

Inoltre, proseguendo l'esperienza della seconda annualità saranno organizzati step di formazione/approfondimento su paesi-target e settori produttivi di particolare interesse per le aziende.

E' interesse del progetto strutturare percorsi di avvicinamento di aziende matricole all'esperienza di internazionalizzazione SIAFT sviluppando una campagna di promozione progettuale che consenta di raggiungere anche quelle aziende che hanno sperimentato saltuari interventi di internazionalizzazione ma che esprimono forte interesse per i mercati stranieri.

Sarà dato ampio spazio alla costruzione di una rete tra le imprese SIAFT che consenta la condivisione di profili aziendali, di esperienze e strategie imprenditoriali e di marketing attraverso la creazione di un applicativo, il SI@FT BOOK, che operativo su IPAD e Blackberry consenta agli imprenditori di dialogare in rete, un sistema sofisticato e innovativo per definire strategie comuni e proseguire l'esperienza di incoming anche con i buyers selezionati

4. Destinatari finali del progetto:

Camere di Commercio/Unioni regionali

Imprese/Imprenditori (filiera)

SI

Associazioni di categoria

Istituzioni locali

Istituzioni regionali/nazionali

Futuri imprenditori

Aggregazioni di impresa

SI

Altro

5. Classificazione del progetto:

internazionalizzazione delle PMI, attrazione di talenti e investimenti diretti dall'estero

6. Progetto cofinanziato:

Unione Europea

no

progetto già approvato

no

data di approvazione

Amministrazioni e Enti pubblici nazionali

no

Amministrazioni e Enti pubblici regionali

no

Amministrazioni e Enti pubblici locali

no

Specificare l'Amministrazione/Ente cofinanziatore

7. Fasi del progetto:

1- Analisi e progettazione esecutiva

Data di inizio:

1/06/2010

Durata in mesi:

2

A- Analisi territoriale

Obiettivo di questa prima fase è individuare i settori di intervento e, all'interno di questi, i comparti/prodotti da associare a ciascun evento B2B nell'ambito delle filiere agroalimentare e turistico sui quali si intende intervenire, scelti in base alla rilevanza strategica e alle potenzialità di sviluppo competitivo dei contesti locali.

B- Analisi contesto organizzativo inetrno all'Ente (strumenti, tecnologiche, personale, risorse finanziarie)

Saranno esaminate le risorse finanziarie disponibili al fine di redigere la progettazione di dettaglio; saranno verificate la disponibilità di risorse strumentali e finanziarie disponibili e la loro coerenza con le azioni progettuali

C- Individuazione delle responsabilità del team (chi fa cosa)

Obiettivo di questa fase è la individuazione dello staff di progetto che, a livello locale e interregionale procederà alla redazione della progettazione esecutiva delle attività. la camera di Comemrcio dui Matera sarà soggetto capofila.

D- Selezione e individuazione dei partner del progetto

Tale fase consentirà di individuare, nel contesto della progettazione esecutiva, gli ambiti entro i quali interessare partner consulenziali di progetto che coadiuveranno le Camere di Commercio partner nella realizzazione delle attività.

E- Altre attività

La Camera di Commercio di Cosenza, ospiterà un evento di incoming, relativo al wine. Inoltre avvalendosi del proprio laboratorio merceologico Calab,effettuerà le analisi chimiche organolettiche dei campioni dei prodotti forniti dalle aziende partecipanti al progetto.

2- Realizzazione del progetto e sperimentazione attività

Data di inizio:

1/09/2010

Durata in mesi:

9

A- Formazione personale/addetti

B- Formazione utenti/imprese

Sarà organizzata un azione formativa rivolta alle imprese e alle loro associazioni propedeutica alla partecipazione ai B2B commerciali e incentrata sulle procedure di export e conoscenza dei mercati esteri interessati dal progetto

C- Realizzazione banche dati

E' prevista la progettazione e realizzazione di banche dati di profili aziendali (aziende italiane e aziende straniere) coinvolte nelle azioni di progetto che, consultabili in modalità web possano consentire agli attori SIAFT di interfacciarsi in tempo reale per lo scambio di informazioni, dati, strumenti e tecniche operative e di lavoro.
Si provvederà alla definizione di un applicativo, il SI@FT BOOK, che operativo su IPAD e Blackberry consenta agli imprenditori di dialogare in rete, un sistema sofisticato e innovativo per definire strategie comuni e proseguire l'esperienza di incoming anche con i buyers selezionati.

D- Realizzazione network con altri enti camerali

I partner camerali definiranno azioni di condivisione delle informazioni in fase progettuale e programmatica e in fase divulgativa consentendo la pubblicazioni degli atti prodotti (cataloghi, profili aziendali, schede paese, ecc.)

E- Realizzazione partenariati con altre istituzioni

Il progetto prevede che il partenariato dialoghi con il sistema camerale allargato tutto, italiano ed

estero, e si relazioni con gli attori di ciascuna realtà locale che operano sull'internazionalizzazione (enti, sistema bancario e creditizio, sportelli regionali per l'internazionalizzazione, ecc.)

F- Realizzazione di analisi, studi ricerche

Saranno acquisite e prodotte a favore delle aziende partecipanti le schede paese di ciascun territorio estero target.

G- Informatizzazione procedure interne

H- Digitalizzazione servizi alle imprese

I- Interoperabilità verso le imprese/associazioni/ordini professionali

L- Attribuzione certificazione di qualità

M- Azioni promozionali di divulgazione e comunicazione

Il progetto definirà un'intensa campagna di promozione che si avvalga degli abituali canali di divulgazione (stampa, web, crm), indirizzati anche alle aziende che non frequentano abitualmente le fonti di informazione canoniche al fine di coinvolgere e sensibilizzare nuove realtà imprenditoriali. Si proseguirà la campagna di comunicazione interna finalizzata alla gestione degli eventi settoriali (cataloghi, DVD, gadget, ecc.) e si incrementeranno le azioni di comunicazione rivolte all'esterno che raccontino il work in progress del progetto (conferenze stampa, pubblicazioni di dati, ecc.). Svolgerà un ruolo di grande valore strategico la progettazione e gestione del SI@FT BOOK del quale già si è detto. Ogni evento sarà caratterizzato e diversificato in modo da diventare agevolmente associabile ad un evento e ad un territorio

N- Messa a regime del servizio/tool e verifica eventuali disfunzioni

O- Promozione del sistema delle imprese

Il sistema delle imprese dei settori agroalimentare e turistico sarà promosso con:
o la gestione di 7 eventi settoriali di incoming da svolgersi nei territori di alcune Camere di Commercio partner:
o 2 event B2B Wine,
o 2 event B2B Food and Beverage,
o 2 event B2B OIL,
o 1 event B2B Tourism,
o 1 event B2B catering;
o la partecipazione del progetto SIAFT all'evento internazionale EURO&MED Food in programma a Foggia.

P- Promozione dei distretti industriali

Q- Identificazione di eventuali correttivi da apportare

I correttivi da apportare saranno dedotti dall'analisi delle valutazioni emerse da parte di tutti gli attori coinvolti, Camere di Commercio italiane, Camere di Commercio italiane all'Estero, partner tecnici, aziende italiane, buyers. Potranno dunque essere dedotti correttivi procedurali attinenti ciascuna fase progettuale.

R- Altre attività

3- Valutazione e analisi dei risultati

Data di inizio:

01/05/2012

Durata in mesi:

1

A- Prodotti/outputs che si intende realizzare

Saranno prodotti: cataloghi, schede area Paese, profili aziendali, analisi agende, valutazioni e analisi questionari di customer.

B- Stima del n. totale di imprese beneficiarie del progetto

33

n. beneficiarie dirette

n. beneficiarie indirette

C- Tipologia di indicatori utilizzati per la valutazione dei risultati

- o numero di buyers esteri intervenuti
- o numero di aziende italiane partecipanti
- o numero di incontri realizzati
- o numero di eventi B2B conclusi
- o numero di trattative/ordini conclusi
- o scala di gradimento dei servizi offerti

8. Durata complessiva del progetto:

annuale

9. Al termine del progetto si prevede:

mettere a regime tale attività tra quelle realizzate dall'Ente

9bis. Altre Camere di commercio partner dell'iniziativa e fasi/azioni svolte congiuntamente:

Camera di commercio	fasi/azioni
COSENZA	1A,1D,2B,2C,2D,2E,2F,2M,2O,2Q
POTENZA	1A,1D,2B,2C,2D,2E,2F,2M,2O,2Q
FOGGIA	1A,1D,2B,2C,2D,2E,2F,2M,2O,2Q
MATERA	1A,1D,2B,2C,2D,2E,2F,2M,2O,2Q
CROTONE	1A,1D,2B,2C,2D,2E,2F,2M,2O,2Q
UNIONCAMERE MOLISE	2B,2C,2M,2O
LATINA	2B,2C,2M,2O
AVELLINO	2B,2C,2M,2O
CHIETI	2B,2C,2M,2O
BRINDISI	2B,2C,2M,2O
SIRACUSA	2B,2C,2M,2O

10. Costo complessivo previsto per l'iniziativa per l'annualità 2009-2010 del Fondo:

€ 165.000,00

11. Stima del costo per l'annualità successiva del Fondo (2011):

€ 0,00

12. Cofinanziatori esterni per l'annualità 2009-2010 del Fondo:

13. Costo complessivo previsto per l'iniziativa al netto del cofinanziamento e contributo richiesto:

Costo previsto netto

€ 165.000,00

Contributo previsto (40%)

€ 66.000,00

14. Articolazione delle spese che si prevede verranno sostenute nell'annualità 2009-2010 del Fondo per la realizzazione del progetto

14.1 Progettazione	Val. standard €	g/u	Imp. complessivo €
Consulenti junior	300	0	0,00
Consulenti senior	450	0	0,00
Segretario Generale	300	0	0,00
Dirigenti	200	0	0,00
Personale/addetti	110	0	0,00
Dipendenti Aziende speciali	110	0	0,00
Altro		0	0,00
TOTALE			0,00

14.2 Personale	Val. standard €	g/u	Imp. complessivo €
Segretario Generale	300	0	0,00
Dirigenti	200	0	0,00
Personale/addetti	110	0	0,00
Dipendenti Aziende speciali	110	0	0,00
Altro		0	0,00
TOTALE			0,00

14.3 Consulenze	Val. standard €	g/u - ora	Imp. complessivo €
Consulenti junior	300	10	3.000,00
Consulenti senior	450	30	13.500,00
Borsisti e collaboratori	110	50	5.500,00
Docenti senior	85	0	0,00
Docenti junior	55	0	0,00
Altro	0	0,00	
TOTALE			22.000,00

14.4 Attrezzature	q.tà	Imp. complessivo €
Strumenti hardware	0	4.000,00
Applicazioni software	0	6.000,00
Attrezzature tecniche	0	3.000,00
Altro	0	0,00
TOTALE		13.000,00

14.5 Materiali di consumo e spese generali	q.tà	Imp. complessivo €
Materiali di consumo	0	0,00
Quota spese generali di funzionamento	0	0,00
Abbonamenti a banche dati e riviste	0	0,00

Altro	0	0,00
TOTALE		0,00

14.6 Promozione	q.tà	Imp. complessivo €
Organizzazione convegni, seminari, eventi	2	40.000,00
Incoming aziende estere	1	40.000,00
Comunicazione	0	10.000,00
Formazione alle imprese	0	12.000,00
Stampa e diffusione materiali promozionali	0	15.000,00
Pubblicità;	0	0,00
Altro	0	6.000,00
TOTALE		123.000,00

14.7 Altro	q.tà	Imp. complessivo €
Missioni personale	0	7.000,00
Formazione personale (costi partecipazione)	0	0,00
Altro	0	0,00
TOTALE		7.000,00

COSTO TOT. PROGETTO PER L'ANNUALITA' 2009-2010	165.000,00
---	-------------------

15. Descrizione delle tipologie di spesa sostenute

Progettazione

Personale

Consulenze

Attrezzature

Materiali di consumo

Promozione

Altro

16. Responsabile del progetto: Dr. Federico Lasco

Telefono 0984/815202

Fax 0984/815244

E-mail federico.lasco@cs.camcom.it

17. Referente operativo: Dr.ssa Brunella Dho

Telefono 0984/815245

Fax 0984/815245

E-mail brunella.dho@cs.camcom.it

18. Annotazioni, specifica degli allegati:

19. Livello di importanza del progetto per l'Ente (1=massimo, 5=minimo):

1