

CIRCOLARE INFORMATIVA e CONVENZIONE



ITINERARI FEDERICIANI 2^a edizione, rappresenta uno dei progetti speciali approvato nel Programma 2014 del Sistema Camerale per l'Internazionalizzazione e proposto dalla Camera di Commercio di Potenza.

Federico II di Svevia, colto edificatore, protettore delle arti, grande rinnovatore, rappresenta l'ispiratore e il pretesto per la realizzazione di un programma promozionale dedicato alle aziende dei settori del **turismo e dell'agroalimentare** che svolgono la propria attività nei territori dell'Italia meridionale e che intendono internazionalizzarsi. La figura di Federico II di Svevia è l'elemento che ancora oggi riesce ad associare interessi culturali con quelli economici del sud d'Italia.

Il progetto ha l'**obiettivo** di rispondere alle esigenze del nostro sistema economico in modo snello e concreto, trasformando i risultati delle azioni in termini di incremento del business, ma anche di crescita culturale e competitiva delle imprese che possono confrontarsi su tavoli internazionali di alto livello, conoscersi tra loro e sviluppare sinergie, tenendo conto che molte, le più piccole e meno strutturate, o le aziende cosiddette "matricola", da sole, senza un progetto di supporto e accompagnamento, difficilmente sarebbero in grado di varcare i confini nazionali.

L'edizione dello scorso anno ha visto coinvolte le imprese di 7 Camere di Commercio, per un totale di 98 aziende che hanno incontrato circa 50 buyer operanti in Germania (selezionati dalla Camera di Commercio Italo/tedesca) nelle 3 missioni, realizzate, presso castelli federiciani, nel periodo compreso tra il 10 settembre e il 25 ottobre 2013. Il follow-up, realizzato entro il mese di febbraio 2014, su tutti i buyer che hanno partecipato alla 1^a edizione, sono emersi i seguenti risultati:

- 8 operatori hanno avviato rapporti commerciali con alcune delle aziende incontrate;
- 7 operatori hanno dichiarato di voler avviare un accordo commerciale a breve;
- 20 operatori si trovano attualmente in fase di approfondimento del contatto per verificare possibilità di rapporti commerciali;
- 8 operatori, sulla base di un approfondimento, hanno deciso di non avviare alcun rapporto commerciale;
- 3 operatori non hanno ancora approfondito per impegni personali/aziendali, ma hanno dichiarato che lo faranno a breve.

Fino a questo momento è stato possibile contattare solo 46 buyer su 52; quindi il risultato non è definitivo, ma in evoluzione.

L'**edizione 2014** del progetto **Itinerari Federiciani** propone alle Camere aderenti le seguenti modalità di svolgimento, che prevedono alcune azioni nel 2014 e altre nel 2015:

- 1) Azione 2014: per i settori **agroalimentare e turismo** si prevede l'organizzazione di una collettiva, alla 10^a edizione del **Matching 2014**, che si svolgerà a Milano presso la fiera di Rho, dal 26 al 28 novembre p.v.;



- 2) Azione 2015: incoming con b2b dedicati agli operatori del settore turismo (*azione da finanziare con l'annualità 2014 del fondo di perequazione*), presso i territori delle aziende partecipanti al Matching, con buyers incontrati all'evento milanese, interessati alle strutture e agli itinerari proposti, da svolgersi entro il mese di aprile 2015. Si intende inoltre aumentare il gruppo dei buyers stranieri intercettando le iniziative che le amministrazioni regionali stanno organizzando per Expo 2015;
- 3) Azione 2015: TuttoFood 2015, partecipazione in collettiva delle aziende agroalimentari partecipanti al Matching 2014 (*azione da finanziare con l'annualità 2014 del fondo di perequazione*), nel Pad. 6 dedicato all'Ho.Re.Ca., in uno spazio di circa 200 mq, con massima visibilità per le Camere aderenti al progetto Itinerari Federiciani da coniugare con quello della Dieta Mediterranea di Unioncamere. Come è noto TuttoFood 2015 rappresenta un appuntamento di particolare rilievo perché coincide con l'inaugurazione di **Expo 2015**.

Azione 1 – Partecipazione al Matching 2014

(in allegato la brochure di presentazione)

Cos'è Matching?

E' un evento finalizzato a sviluppare relazioni di business fra i partecipanti che si basa sulla programmazione di incontri fra gli aderenti. Le aziende partecipanti descrivono sul portale www.e-matching.it la propria attività e le proprie esigenze, i prodotti, i servizi e i vantaggi delle proprie offerte. Dall'incrocio dei dati forniti da tutti gli iscritti si ottiene **un'agenda di appuntamenti personalizzata** per ogni azienda partecipante. Ogni impresa mette in rete la propria capacità di offerta e, attraverso un'analisi dei propri bisogni, può individuare gli incontri più interessanti. Il Matching diventa quindi un'occasione offerta all'imprenditore per selezionare nuovi fornitori e conoscere potenziali clienti, guardare ai mercati, internazionalizzare la propria azienda, fare innovazione.

Matching 2014 e Itinerari Federiciani

Nel patrimonio che caratterizza le imprese dell'Italia meridionale, cioè la piccola dimensione, Matching è un'occasione per costruire ulteriormente la rete tra le imprese, che trovano il punto di coesione nell'immagine di *Federico II di Svevia*, attraverso il progetto Itinerari Federiciani.

Oltre alle relazioni commerciali e di consulenza che potranno crearsi tra gli iscritti al portale, le aziende dei settori turismo e agroalimentare delle Camere aderenti al progetto avranno l'opportunità di incontrare la comunità di **buyers internazionali** provenienti da 40 Paesi, invitati ed ospitati a Milano da **Matching**, ma soprattutto selezionati tenendo conto delle esigenze delle imprese aderenti al progetto Itinerari Federiciani, in accordo con la Camera di Commercio di Potenza.

Nel Padiglione dedicato all'evento presso la Fiera di Milano - Rho è stato prenotato uno spazio di 180 mq, tra i più prestigiosi e di grande visibilità, che potrà ospitare circa 60 imprese dei settori **turismo e agroalimentare**. Le **Camere di Commercio** partecipanti al progetto e la stessa **Unioncamere nazionale**, in qualità di patrocinante, avranno inoltre uno spazio istituzionale con un'ulteriore area dedicata, per la precisione si tratta dello **stand Platinum** posizionato nella zona blu, dimensione di circa 48 mq, dotato di n. 8 postazioni (tavoli con sedie), reception d'ingresso, zona ufficio e magazzino, grafica personalizzata.

La partecipazione a questa prima azione del progetto consentirà, soprattutto alle imprese che si presenteranno in forma aggregata, di incontrare un **significativo numero** di buyers esteri di diversi Paesi, suggeriti ai selezionatori del Matching in quanto strategici e rispondenti alle esigenze delle imprese meridionali. I buyers esteri del settore **Food** saranno individuati tra quelli operanti nei seguenti Paesi:



Ue: Benelux, Francia, Germania, Gran Bretagna, Paesi Scandinavi, Polonia;

Extra Ue: Corea del Sud, Giappone, Nafta, Nord Africa, Svizzera, Turchia.

Mentre i buyers esteri del settore **Turismo** saranno individuati tra quelli operanti in:

Ue: Austria, Benelux, Francia, Germania, Gran Bretagna, Paesi Scandinavi, Polonia, Repubbliche Baltiche, Repubblica Ceca, Russia, Spagna, Svizzera, Ucraina;

Extra Ue: Brasile, Cina, Corea del Sud, Giappone, Stati Uniti.

Le **azioni 2 e 3** (Incoming settore turismo e partecipazione a TuttoFood 2015) saranno sviluppate successivamente e dedicate prioritariamente alle Camere di Commercio che avranno aderito alle attività dell'azione 1.

Come aderire a Itinerari Federiciani

La partecipazione al progetto è aperta a tutte le Camere, ma in particolar modo a quelle interessate dai percorsi Federiciani e quindi dei territori di Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia e Sicilia. Il partenariato ottimale comunque non deve superare la partecipazione di 12 Camere.

Le Camere che vorranno aderire dovranno sottoscrivere la presente **Convenzione** che prevede il versamento di una quota di partecipazione per ogni struttura camerale pari ad **€ 3.000,00** (tremila/00) e di **€ 350,00** (trecentocinquanta/00) oltre iva per ogni impresa partecipante. La quota a carico delle imprese sarà invece pari a **€ 120,00** (centoventi/00) oltre iva.

Ogni Camera potrà far aderire max **4 imprese del settore agroalimentare e 3 del turismo**.

Tra i criteri di selezione delle imprese le Camere aderenti dovranno preferire le forme di partecipazione aggregate, con priorità per i **contratti di rete** e ancora, per le aziende turistiche, verrà data precedenza a quelle che presenteranno **pacchetti completi di soggiorni e/o itinerari** interessando anche più di una regione e quindi più di una struttura e/o servizi per il turismo.

I prodotti turistici da proporre potranno riguardare il turismo culturale, religioso, l'enogastronomia, il cicloturismo, i grandi eventi culturali e sportivi, il benessere, il mare e la montagna/campagna invernale ed estiva.

Se siete interessati a partecipare vi preghiamo di accettare le condizioni sin qui descritte, sottoscrivendo la presente **per accettazione** entro e non oltre **mercoledì 23 luglio 2014**.

Per approfondimenti: daniela.marchese@pz.camcom.it, maurizio.basile@pz.camcom.it, luigi.giorgiomarrano@pz.camcom.it

Potenza, 9 luglio 2014

Il Segretario Generale

(Avv. Patrick Suglia)

Per accettazione

Camera di Commercio di

Il Segretario Generale

