



AVVISO PUBBLICO

MANIFESTAZIONE DI INTERESSE ALLA PARTECIPAZIONE DI **AZIENDE REGIONALI AGROALIMENTARI e VITIVINICOLE** AL PROGETTO “PROMOZIONE AGROALIMENTARE CALABRESE NEL MIDWEST – PRIMAVERA 2022”

Settore 4 “Competitività delle imprese e attrazione degli investimenti”

FINALITÀ ED OBIETTIVI DEL PROGETTO

Finalità del presente avviso è quella di selezionare aziende calabresi del settore agroalimentare e vitivinicolo interessate ad agire nel mercato statunitense ed in particolare nell’area del MIDWEST.

Il progetto “PROMOZIONE AGROALIMENTARE CALABRESE NEL MIDWEST – PRIMAVERA 2022” realizzato dalla Camera di Commercio Italiana del MIDWEST di Chicago, in cooperazione con la Regione Calabria, Dipartimento Sviluppo Economico e Attrattori Culturali, ha l’obiettivo di valorizzare le produzioni di eccellenza in ambito agroalimentare ed enologico Calabresi, attraverso azioni promozionali in grado di raggiungere efficacemente i gruppi target di consumo.

ANALISI DEL CONTESTO – PERCHÉ PARTECIPARE

Le vendite al dettaglio di prodotti alimentari provenienti dall’Italia negli USA hanno raggiunto i 46,1 miliardi di dollari nel 2020, il 5,6% in più rispetto al 2019. Disaggregando i dati per settore un aumento delle vendite significativo si è registrato nei discount (+8,7 per cento), nei supermercati (+6,8 per cento) e presso rivenditori di generi alimentari (+5,6 per cento). Al contrario, le vendite negli ipermercati ha registrato un calo (-3,4%) essendo stati questi penalizzati dalla chiusura dei centri commerciali durante il periodo di lockdown causa Covid.

Ciò premesso, anche se la pandemia ha parzialmente rafforzato la tendenza alimentare di provenienza locale come gesto di solidarietà in favore dei produttori locali, il settore ha registrato un nuovo record storico nelle esportazioni, balzando nelle stime del 2021 ad un +8,9%. Il food è stato anche l’unico settore a crescere rispetto all’anno precedente confermandosi uno dei motori dell’economia italiana che, a differenza degli altri simboli delle “eccellenze italiane”, come moda e arredamento, non è crollato sotto i duri colpi della Pandemia.

L’analisi dell’associazione degli agricoltori italiani Coldiretti, sulla base dei dati Istat relativi al commercio estero nei primi 5 mesi del 2021, ha rivelato che, nonostante le sfide che il commercio ha dovuto affrontare e il lockdown globale nella ristorazione, il settore cibo ha continuato a crescere.

Il motivo principale è che tutti sono tornati a cucinare in casa e c’è quindi stato un boom di ricette “made in Italy”. L’emergenza sanitaria, inoltre, ha favorito il passaggio a un’alimentazione più sana e i consumatori hanno deciso di privilegiare i prodotti inseriti nella dieta mediterranea.

Le tendenze delle scorte e della cucina casalinga hanno incrementato le vendite di alimenti base e ingredienti da cucina, ad esempio pasta, riso, carne lavorata e frutti di mare, frutta e verdura, oli commestibili, salse, condimenti e contorni. Non meno rilevante l’incremento delle esportazioni di vino. Inoltre, il COVID-19 ha accelerato la tendenza a mangiare “sano”, con vegani, vegetariani e alternative flessibili, prodotti “senza” (es. glutine, lattosio o senza zucchero) e superfood attraendo sempre più consumatori locali. Molto richiesti anche snack e pasta a base di legumi e cibi ricchi di proteine.

Altro deciso fattore è stato l’accordo dell’11 marzo 2021 tra la presidente della Commissione Europea, Ursula von der Leyen e il presidente degli Stati Uniti, Joe Biden, per la sospensione di tutte le tariffe relative alle controversie Airbus-Boeing che ha dunque generato impatti favorevoli sui prezzi di vendita al consumatore finale.



Coldiretti ha sottolineato che l'accordo "ha eliminato dazi aggiuntivi in misura del 25% sulle esportazioni verso gli Stati Uniti di Parmigiano Reggiano, Grana Padano, Gorgonzola, Asiago, Fontina e Provolone, ma anche salumi, mortadelle, crostacei, molluschi, succhi e liquori, come amari e limoncello".

Passando al livello Regionale, possiamo senza dubbio affermare che sono diversi i riscontri positivi registrati nella fase precedente delle attività progettuali. Riscontri che andranno, ovviamente, verificati attraverso nuove attività di "esplorazione" del mercato.

Non è superfluo ricordare come il mercato USA si muova in maniera tangibile sulla solidità di prodotto e produttori, misurando la "gradibilità" del primo con la solidità del produttore. Per cui se, in questa nuova fase del progetto, saranno coinvolte gran parte delle aziende già introdotte al mercato USA, questo sarà un valore aggiunto che non potrà che confermare la solidità delle imprese "sopravvissute" alla pandemia.

Questo primo dato sarà poi confrontato con le singole referenze che il mercato USA potrebbe poi recepire. Referenze che, ancora una volta, potrebbero essere riviste alla luce di requisiti storici – ben noti agli importatori USA – dei prodotti calabresi, quali conserve piccanti, oli, dolci, formaggi ecc., e di requisiti nuovi che, senza dubbio la creatività calabrese avrà posto in essere rispetto al 2019.

BENEFICIARI

La partecipazione al progetto è riservata alle aziende vitivinicole e agroalimentari Calabresi con le seguenti esclusioni:

1. Prodotti surgelati
2. Insaccati (a meno che non siano stabilimenti già certificati dal Governo Americano che abbiamo già l'autorizzazione a esportare negli USA. Gli stabilimenti in fase di certificazione non sono ammessi)
3. Imprese operanti nel settore della produzione primaria dei prodotti agricoli, inclusi frutta e verdura.

Le aziende candidate devono:

- ✓ avere sede operativa in Calabria ed essere regolarmente iscritte alla CCIAA;
- ✓ godere del pieno e libero esercizio dei propri diritti;
- ✓ non essere in liquidazione, fallimento o concordato preventivo e non avere in corso alcuna procedura prevista dalla legge fallimentare.

Per le aziende partecipanti, costituisce condizione di ammissibilità alla selezione il rispetto dei seguenti requisiti:

1. Possedere un website aziendale anche in inglese;
2. Disporre di materiale promo-pubblicitario ed informativo anche in lingua inglese;
3. Avere la presenza stabile in azienda di una risorsa umana con funzioni di addetto ai mercati esteri in grado di parlare e scrivere fluentemente in lingua inglese.

SVOLGIMENTO DEL PROGETTO E SELEZIONE DELLE IMPRESE

Partecipando alla manifestazione di interesse si definisce, nel rispetto delle condizioni di ammissibilità di cui sopra, il macro gruppo di imprese pronte ad esplorare il mercato USA.

Tutte le imprese che saranno dichiarate ammissibili, saranno invitate a partecipare alle seguenti azioni:

Raccolta del materiale promozionale informativo

Attività 1 Raccolta informazioni dalle aziende ammesse

Le aziende ammesse al progetto verranno singolarmente contattate per la raccolta delle informazioni di dettaglio circa la gamma di referenze da promuovere condividendo con le stesse le modalità di promozione previste. Dunque si acquisiranno le schede prodotto elettroniche, eventuali filmati e/o materiale di presentazione in formato elettronico e i riferimenti di eventuali canali commerciali già attivi negli USA.



Nello specifico ogni azienda dovrà restituire:

1. Una scheda prodotto in lingua inglese su proprio modello (o su modello fornito dalla Camera se richiesto) per ogni referenza prescelta per le azioni promozionali sino ad un massimo di 5;
2. Foto di buona qualità, possibilmente di tipo lifestyle, una per ogni referenza;
3. Video di circa 3-4 minuti di presentazione dell'azienda e dei prodotti (in lingua Inglese o con sottotitoli).
Il video può essere creato anche con l'utilizzo di un telefono cellulare e consegnato alla Camera per il montaggio finale.

Queste informazioni serviranno per costruire un catalogo sia digitale che in PDF delle aziende e dei loro prodotti che verrà inserito nella vetrina web dedicata al progetto e saranno disponibili alla visione da parte sia degli operatori di settore che verranno contattati che del pubblico generale.

Realizzazione della vetrina web virtuale

Attività 1 Realizzazione vetrina virtuale

Una volta che la raccolta del materiale informativo sarà stata completata sarà possibile mettere on line la vetrina web dedicata. La stessa sarà ospitata sul sito della IACC del Midwest. Questo elemento costituisce un vantaggio in quanto la stessa, congiuntamente agli altri strumento social della Camera tra cui LinkedIn, Facebook, Instagram e altri, è frequentata da migliaia di utenti qualificati che a loro volta ricevono svariate comunicazioni promozionali tramite i suddetti strumenti social che promuovono gli eventi e le iniziative che la Camera organizza. La vetrina sarà organizzata per ospitare in maniera omogenea e organica tutte le aziende che aderiranno a questa fase progettuale e darà ampia visibilità a tutte le singole imprese partecipanti. Foto e schede tecniche delle referenze saranno il contenuto minimo da posizionare con l'evidente possibilità di linkare sulla pagina web di ogni azienda.

Realizzazione del webinar con le aziende calabresi

Attività 1 Realizzazione webinar

Il webinar costituisce il primo momento di visibilità di questa fase del progetto. Previsto per la durata di circa 90' si aprirà con gli interventi registrati di alcuni dei testimonial sopra descritti.

Successivamente il Segretario Generale della Camera di Commercio Italiana Americana di Chicago farà una presentazione aggiornata del nuovo contesto di settore approfondendo i temi descritti cui nella parte iniziale di questa relazione.

Successivamente verranno coinvolti 2 esperti di settore: 1 per il food e 1 per il vino. In aggiunta e' prevista la partecipazione di uno o due delegati da parte della Regione Calabria. Nel webinar sarà prevista una fase di confronto tra le aziende partecipanti e i relatori.

Durante il webinar verranno svolte le seguenti azioni:

1. presentazione in anteprima dei video prodotti;
2. presentazione della vetrina virtuale;
3. presentazione della campagna di social media marketing.

Realizzazione della campagna social media

Attività 1 Realizzazione campagna social media marketing

Una volta che il sito sia attivo partiranno le azioni di social media marketing sui diversi canali social sia della Camera che dei partners Camerali. Tali azioni verranno condivise e coordinate con i blogger e influencer sotto indicati e si faranno forza delle produzioni video descritti precedentemente.



MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLA CANDIDATURE

Le aziende che intendono partecipare alla manifestazione d'interesse dovranno compilare la scheda di adesione e la scheda informativa allegate al presente avviso, da inviare unitamente a un documento di identità del firmatario e a una visura camerale in corso di validità, al seguente indirizzo e-mail:

progettocalabria@iacc-chicago.com non oltre il 28 Aprile 2023.

Per ulteriori informazioni contattare la Camera di Commercio di Chicago alla mail progettocalabria@iacc-chicago.com.