

Il progetto "**BOLLICINE INTERNATIONAL**" nasce dall'incontro di realtà del comparto agroalimentare presenti nell'ambito regionale Veneto che operano nella filiera del vino, in particolare del *white sparkling*, in grado di sviluppare un progetto di internazionalizzazione con benefici economici su scala regionale.

L'**internazionalizzazione** è un'operazione che fa riferimento a strategie economico commerciali, attraverso cui le imprese si avvalgono al fine di garantire la loro presenza e partecipazione attiva a livello internazionale nei mercati esteri. Il processo di internazionalizzazione mette a disposizione delle imprese diversi strumenti per incrementare il loro business e, dunque, il fatturato. L'export dei prodotti rappresenta infatti l'*access gate* a mercati in cui la domanda supera di molto quella del nostro Paese. Grazie all'internazionalizzazione è inoltre possibile diversificare il rischio e aumentare l'appeal del proprio brand, con ovvie conseguenze positive anche sul mercato regionale.

Il presente progetto di internazionalizzazione mira a consolidare la presenza dei prodotti vitivinicoli Veneti nei mercati di **Inghilterra, Germania, Cina e U.S.A.** In questi paesi, a causa della forte concorrenza da parte dei competitor internazionali, si rende necessario un continuo studio e adattamento delle strategie commerciali per mantenere le quote di mercato e acquisirne di nuove.

Al fine di sviluppare al meglio le attività rivolte agli operatori dei mercati esteri selezionati, per incrementare le iniziative commerciali e successivamente, in data 28/05/2018 è stata trasmessa ad Avepa, la richiesta di modifica dei paesi target.

La necessità di tale rettifica è subentrata successivamente all'avvio del progetto stesso, in quanto dalle prime analisi del TEM, è emerso che, per incrementare sensibilmente il livello di internazionalizzazione dell'aggregazione, era opportuno concentrare le attività sui paesi emergenti dell'area **ASEAN** e in **Russia**, anziché nei mercati consolidati Germania, Inghilterra Cina e USA come inizialmente previsto.

Come spiegato nella comunicazione inoltrata, l'area ASEAN è costituita da 10 nazioni (Singapore, Malesia, Vietnam, Indonesia, Thailandia, Filippine, Cambogia, Brunei, Myanmar, Laos) con una crescita media annua pari al 5% del PIL. La classe media e medio-alta, in armonia con il trend mondiale degli ultimi decenni, ha aumentato l'interesse per il vino il cui mercato è in costante crescita in tutti i paesi.

L'economia Russa è una delle più grandi del mondo per valore del PIL, che, a prezzi correnti, supera i 2.100 miliardi di dollari. Questo fa della Russia l'ottava economia mondiale per dimensione del suo PIL a valore nominale, ma la quinta per potere d'acquisto. L'Italia è il secondo partner commerciale della Russia in Europa (dopo la Germania) e il quarto a livello mondiale, con una media di 10 miliardi di euro di esportazioni annue. Poiché i trend di crescita, in entrambe le aree, sono considerati costanti anche per il prossimo futuro, si è ritenuto opportuno concentrare le attività su queste aree.

Le attività previste e realizzate sono le seguenti:

- **divulgazione e promozione delle iniziative della R.I.A.V. (dicembre 2017- luglio 2018)**, sia tra gli addetti dei settori viticoli che tra i consumatori dei paesi oggetto delle attività. Sono state realizzate azioni di comunicazione delle attività di progetto mediante i siti web di R.I.A.V. e dei Consorzi attraverso le loro pagine web e social.
Durante la preparazione alla partecipazione all'evento fieristico sono stati trasmessi gli inviti/newsletter e materiale promo-informativo agli operatori del settore;
- **iscrizione e partecipazione all'evento fieristico** presso la sede di Verona Fiere. La manifestazione internazionale rappresenta un punto focale di aggregazione di operatori dei settori vitivinicolo di tutto il mondo. L'obiettivo raggiunto è un elevato numero di operatori dei paesi target sfruttando la possibilità di avere una vetrina internazionale nella Regione Veneto.

Vinitaly 2018 dal 15 al 18 aprile

Il salone internazionale del vino e dei distillati, nato nel 1967, che ha scandito l'evoluzione del sistema vitivinicolo nazionale e internazionale, contribuendo a fare del vino una delle più coinvolgenti e dinamiche realtà del settore primario.

A Vinitaly si danno appuntamento tutti gli attori del comparto per conoscere le eccellenze, scoprire le tendenze del mercato e soprattutto fare business. La manifestazione investe sempre di più in innovazione e tecnologia per dare agli operatori strumenti digitali efficaci nel mettere in contatto domanda e offerta e nell'accorciare le distanze tra i continenti.

Un ruolo importante nel contatto tra operatori e produttori viene svolto dalle numerose degustazioni in programma: degustazioni guidate, walk around, prestigiose verticali, seminari, educational e grand tasting che rendono ogni edizione di Vinitaly un'annata unica e irripetibile.

Oltre alle degustazioni, focus sui principali mercati, presentazione di ricerche e dati di mercato su Italia ed estero, seminari tematici, workshop e tanto altro ancora. Più di 400 appuntamenti in 4 giorni per rispondere a tutte le esigenze dei professionisti del settore.

- **consulenze per la pianificazione di iniziative di incoming (9 ottobre 2017-18 aprile 2018):** attività svolte attraverso la organizzazione e gestione di incontri, press trip, contatti nel territorio regionale veneto con buyers, operatori del settore, e giornalisti dei paesi target individuati, al fine di favorire la conoscenza dei prodotti della R.I.A.V.. Tali meeting sono stati svolti durante la partecipazione al Vinitaly.

Per poter raggiungere gli obiettivi di internazionalizzazione previsti in questo progetto è risultato fondamentale affidare la realizzazione delle attività ad agenzie e professionisti del settore di rilevanza internazionale, esperti del tessuto commerciale e delle realtà dei paesi target.

Gli obiettivi generali, di seguito riportati, sono stati completamente raggiunti:

- l'incremento della capacità di apertura commerciale;
- l'aumento delle competenze e delle informazioni della R.I.A.V., attraverso la selezione di contatti che portano allo sviluppo di nuove relazioni, sia dirette sia attraverso l'uso del web;
- la promozione e la valorizzazione dell'immagine dei prodotti delle aziende consorziate, in un approccio multisettoriale dato dalla R.I.A.V., presso i consumatori e gli operatori del settore dei mercati target, ai fini di rafforzare la consapevolezza e aumentare la riconoscibilità dei prodotti a denominazione, nonché di aumentare la competitività sistemica della rete innovativa regionale;
- la diversificazione dei mercati di sbocco da parte della R.I.A.V., e quindi del sistema produttivo regionale, rafforzando la vocazione all'esportazione e il livello di internazionalizzazione delle imprese consorziate.

Raggiungere gli obiettivi specifici individuati e sopra descritti, ha consentito a tutto il settore agroalimentare, attraverso R.I.A.V., di poter migliorare la capacità di apertura commerciale nei mercati target individuati, obiettivo perfettamente coincidente con le mission di sistema sopra evidenziate.

La R.I.A.V. ha individuato nei quattro Consorzi i soggetti ideali per la realizzazione del presente progetto, data la carenza di grandi player capaci di trainare interi comparti sui mercati.

La funzione aggregativa dei consorzi partecipanti, infatti, consente di coinvolgere una grossa fetta del comparto vitivinicolo regionale, con particolare riferimento ai vini bianchi e frizzanti. Il progetto ha **sviluppato l'internazionalizzazione del comparto agroalimentare veneto**, con risultati funzionali alla crescita della competitività sistemica della rete innovativa regionale e alla penetrazione delle micro e piccole imprese consorziate nei mercati esteri.

Periodo di attività progettuale oggetto della presente relazione:

Primo periodo: da 9/10/2017 a 31/03/2018

Secondo periodo: da 1/04/2018 a 16/07/2018.

Spesa ammessa: Euro 300.000,00

Contributo concesso: Euro 150.000,00