

**Al dirigente del servizio promozione
delle filiere e biodiversità
del Dipartimento Agricoltura
della Regione Abruzzo
dott. Carlo Maggitti**
dpd019@pec.regione.abruzzo.it

COMMERCIALIZZAZIONE ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE ABRUZZESI NEL SETTORE AGROALIMENTARE

PROGRAMMA DI MASSIMA DEGLI INTERVENTI

VISTA la L.R. n. 22 del 17 maggio 2023, recante all'art. 34 comma 2 *“La Giunta regionale, su proposta del Dipartimento regionale competente in materia di Agricoltura, nell'ambito delle attività e degli interventi finalizzati al sostegno della commercializzazione ed internazionalizzazione delle imprese abruzzesi nel settore dell'agroalimentare, può individuare quale soggetto attuatore l'Azienda Regionale delle Aree Produttive (ARAP) di cui alla legge regionale 29 luglio 2011, n. 23 (Riordino delle funzioni in materia di aree produttive), fornendo gli indirizzi per l'attuazione, anche relativamente alle modalità di trasferimento delle connesse risorse.”*;

CONSIDERATO altresì che *“L'Abruzzo è una Regione altamente specializzata nell'agroalimentare di qualità ed il sostegno alle attività di internazionalizzazione delle imprese è un obiettivo fondamentale per garantire competitività negli anni futuri. Le produzioni agroalimentari di eccellenza sono quelle con valore ambientale (BIOLOGICO), territoriale (DOP-IGP-Prodotto di Montagna), tradizionale (PAT prodotti tradizionali legati alle pratiche locali tradizionali), quelle a marchio “Qualità controllata della Regione Abruzzo (ai sensi della L.R. 13.01.2012, n. 6) che differenziano e caratterizzano le produzioni in termini di qualità e di legami alla zona di produzione”*;

Si presenta programma di massima degli interventi come da Allegato A), con le specifiche di spesa come da Allegato B).

RELAZIONE DI INTRODUZIONE AL PROGETTO

Il progetto d'internazionalizzazione di Arap Abruzzo ha creato un modello innovativo d'internazionalizzazione del tessuto produttivo abruzzese caratterizzato dalla presenza delle PMI, che parta dall'acquisizione di variabili oggettive generate da una piattaforma di business analysis e

business intelligence e che prevede come suo punto d'arrivo la diffusione del BRAND ABRUZZO nella zona mondo.

Ci si è concentrati molto sulla formazione e sull'informazione aziendale, che sono il fulcro per il vero salto di qualità.

Nello specifico questo progetto, replicabile in molti contesti, ha sfruttato l'evento Expo Dubai 2020 quale vetrina mondiale delle eccellenze italiane. Pertanto l'idea di fondo è stata quella di guardare a tale evento come un acceleratore che, collocato all'interno della crisi post-pandemica, potesse dare nuovo slancio alle nostre imprese. Si è continuato poi con missioni in Abruzzo da parte di delegazioni estere e l'organizzazione di una fiera del tartufo caratterizzata dall'internazionalizzazione delle PMI abruzzesi. La sfida è stata chiaramente collocata quindi anche all'interno di mercati di difficile penetrazione e molto diversi da quello europeo, inserendo all'interno dei processi d'internazionalizzazione aziendali delle variabili di competitività molto precise e puntuali.

L'obiettivo è quello di accompagnare e dare gli strumenti alle PMI per affacciarsi al mondo dell'internazionalizzazione e varcare la soglia dei confini italiani avendo alle spalle un unico grande brand, il brand Abruzzo.

Si è innanzi tutto partiti dall'assunto della necessità di creare un "sistema Abruzzo" e quindi un tavolo sinergico che racchiudesse tutte le strutture pubbliche atte all'internazionalizzazione all'interno della regione Abruzzo (Arap Abruzzo, Camere di Commercio, agenzie ambientali, Associazioni di categoria, Distretti agroalimentari, Dipartimenti Regionali ecc.) e gestito dalla supervisione ed indirizzo della governance regionale con l'imprescindibile inclusione dei rappresentanti di tutte le filiere agroalimentari e quindi dei veri protagonisti di questo progetto: le aziende.

Le aziende abruzzesi hanno sempre partecipato ad eventi e momenti fieristici nazionali ed internazionali, ma uno degli aspetti innovativi cardine del progetto esaminato è la volontà di superare tali eventi e crearne di nuovi fatti ad hoc solo per l'Abruzzo, in maniera da catalizzare l'attenzione degli eventuali importatori alle nostre aziende e di farne percepire la loro unicità legata al territorio.

Si tratta quindi di un modello dinamico in itinere ed in continua mutazione che recepisce variabili, suggerimenti e indicazioni, riversandole sulle specifiche progettualità modulari.

E' stato fatto quindi un lavoro a 360° e parallelo, che ha collegato le nostre realtà produttive alle nostre tradizioni e territori, sviluppando l'intera azione su più missioni imprenditoriali che hanno riguardato Dubai Expo (7-11 Febbraio 2022), Bruxelles (28-30 Marzo 2022), Abruzzo (Missione imprenditoriale saudita 7-11 Maggio 2022), L'Aquila (9-11 Dicembre 2022) e che hanno coinvolto complessivamente oltre 150 aziende abruzzesi.

All'interno del Progetto d'internazionalizzazione di Arap ha rivestito nucleo fondamentale ai fini degli obiettivi dello stesso, l'utilizzo di una piattaforma di brand mention, sentiment analysis e business analysis da fornire come servizio a tutte le aziende che hanno aderito al progetto ed anche per monitorare l'andamento del brand Abruzzo, al fine di valutare in termini oggettivi la qualità dell'azione messa in campo.

Ogni missione quindi è stata caratterizzata da attività che oltre al classico BtoB importatori-aziende, raccontasse l'Abruzzo ai vari stakeholders e legasse le PMI al territorio di provenienza. Anche

durante Expo si è scelto di fare eventi collaterali e di organizzare quindi una settimana di eventi fuori dal perimetro di Expo e che avessero come protagonisti solo le aziende abruzzesi.

All'interno della progettualità innovativa Arap ha predisposto delle attività che potessero legare il settore produttivo abruzzese al territorio, in occasione di Expo Dubai 2020, al fine di promuovere le

bellezze dei territori abruzzesi, anche attraverso la realizzazione di video e filmati promozionali tramite l'utilizzo di rapaci e/o droni. Contesto valutato attraverso un'analisi puntuale degli usi e tradizioni del Paese ospitante l'Expo. E' stato quindi ritenuto che tale settore, tipico della cultura locale, potesse fungere sicuramente da catalizzatore di interesse.

Tale spettacolo è stato poi replicato anche in occasione della missione in Abruzzo di maggio 2022 che ha visto la partecipazione di 25 buyers provenienti dall'Arabia Saudita e in occasione della Prima Fiera Internazionale dei tartufi d'Abruzzo.

Parallelamente alla progettazione e organizzazione delle missioni, Arap ha ritenuto che all'interno delle azioni potesse essere previsto un percorso di formazione per le aziende che dovesse favorire l'aumento e la percezione delle competenze sul tema internazionalizzazione delle aziende abruzzesi, soprattutto per quelle più piccole e poco inclini all'export. Questa iniziativa è stata sviluppata anche e soprattutto su possibili linee di finanziamento dedicate all'export. Tale fase è stata caratterizzata in primis da webinar di informazione delle linee di finanziamento, ai quali hanno partecipato oltre che ad Arap, consulenti esterni di Arap, anche funzionari Simest, illustrando le linee previste.

Successivamente è stato attivato uno sportello che si è occupato di affiancare gratuitamente le imprese che volessero partecipare a tali bandi.

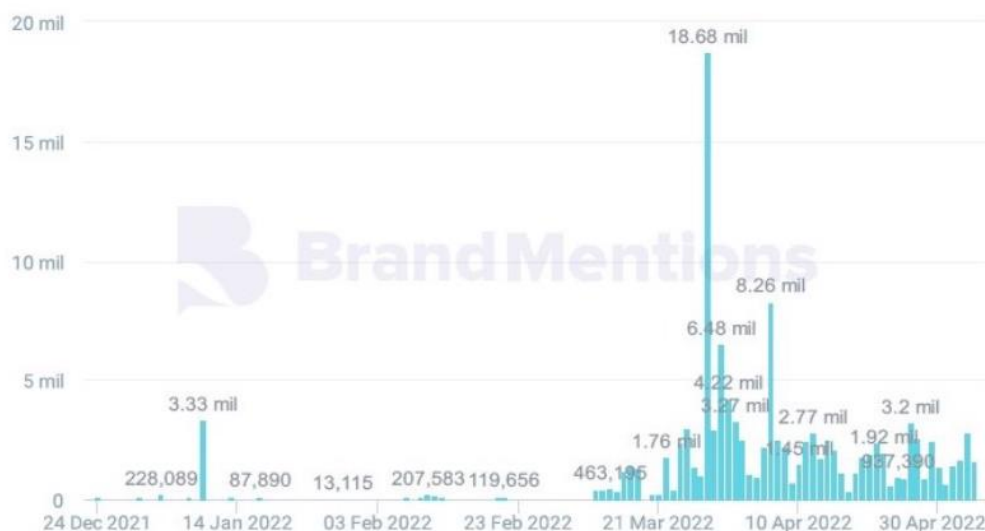
Attualmente Arap sta ancora seguendo le aziende nella stipula contrattuale e in tutti i processi di export dei prodotti, con un'attenzione alle normative e alla burocrazia locale, che sono state negli anni spesso ostacolo invalicabile per dare concretezza alle iniziative di internazionalizzazione.

In definitiva tutto il processo descritto è stato sviluppato in un tempo molto breve, però grazie anche allo stimolo degli stakeholders, ha generato consapevolezza da parte del tessuto produttivo abruzzese del settore ed è stato visto come un ottimo punto di partenza per un percorso che deve necessariamente essere più strutturato e replicabile anche in altre zone mondo.

Attraverso il monitoraggio costante della piattaforma di business analysis utilizzata nel Progetto si può notare come, in concomitanza con gli eventi promossi da Arap, le *reach* abbiano valori particolarmente elevati.

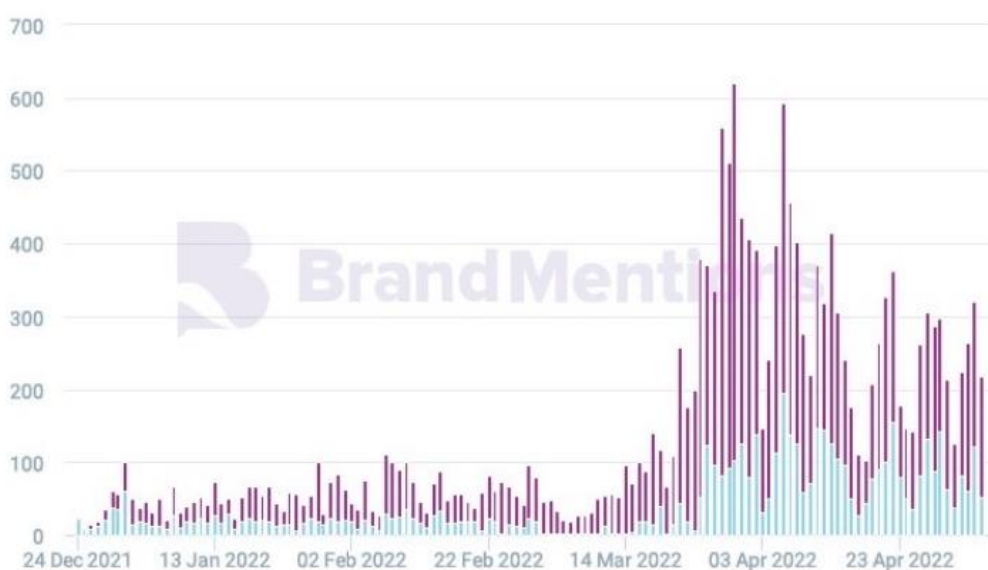
Le *reach* rappresentano il numero di persone esposte ai termini di ricerca. Sono una stima della quantità di utenti raggiunti e forniscono informazioni dettagliate sull'impatto del brand sul web.

Andamento reaches per tutta la durata del progetto.



Anche per le *mention* l'andamento conferma che in concomitanza degli eventi promossi da Arap, la percezione globale del brand Abruzzo cresce con picchi esponenziali mantenendo un trend positivo nel tempo.

Andamento mention per tutta la durata del Progetto.



Con un raggio temporale più ampio e con un focus sulla missione a Bruxelles è da notare come già rispetto a Dubai la percezione del brand 'Abruzzo' è sempre più forte.

Andamento con un raggio temporale più ampio.



Questa rilevazione è particolarmente significativa, perchè certifica incontrovertibilmente la crescita nel tempo della percezione del brand e legata ad essa quella delle singole PMI che hanno partecipato alle diverse missioni imprenditoriali.

Se andiamo nello specifico infatti attraverso le missioni descritte in precedenza, molte delle aziende non solo hanno avuto contatti con buyers provenienti da diverse zone mondo, ma, cosa più importante, hanno portato a chiusura numerosi contratti, superando anche i limiti più forti nel fare export: quello dovuto alla burocrazia doganale e quello legato all'adeguamento socio economico locale, proprio grazie all'affiancamento post missioni di ARAP Abruzzo. Inoltre le missioni hanno dato la possibilità ad Arap di creare un portfolio di potenziali buyers che coprono gran parte delle zone mondo.

Per tutto quanto suddetto, la proposta di Progetto di commercializzazione e internazionalizzazione di Arap 2023-2024, mira a replicare e a potenziare tutti gli strumenti messi in campo, andando ad intensificare il lavoro all'interno dei confini Regionali su specifiche filiere come quella ortofrutticola, e ampliando su mercati che possono essere strategici ai fini dell'internazionalizzazione del nostro tessuto produttivo.

Per quanto riguarda il programma come da Allegato A), ovviamente date e eventuali missioni possono subire variazioni, preventivamente concordate con il Dipartimento Regionale competente, così come per il prospetto di specifiche di spesa, come da Allegato B).

Il Responsabile D.I
Dipartimento Internazionalizzazione e Informatica
dott. Romeo Ciammaichella