

	<b>Titolo</b>	<b>Data evento</b>	<b>CCIE proponente</b>	<b>Settore</b>	<b>Descrizione</b>
1	Il packaging dei prodotti agro-food in Giappone come chiave del successo sul mercato	01/10/2020	Tokyo	Agroalimentare	I prodotti agroalimentari italiani in Giappone sono amati per la loro facilità al palato e per la loro tradizione, ma spesso il design (funzionale ed estetico) del packaging è spesso sottovalutato nell'assunzione che la genuinità e l'autenticità di un prodotto possano essere valori veicolabili senza un piano di comunicazione e traduzione culturale. Il webinar introduce le PMI italiane all'importanza estrema che il ruolo del packaging ha nelle decisioni di acquisto da parte di importatori e, in ultima analisi, consumatori.
2	Opportunità di Affari per l'internazionalizzazione delle PMI italiane	01/10/2020	Mendoza	Agroalimentare	Saranno analizzate le opportunità di affari potenziali in Argentina per le pmi italiane nel settore agroalimentare puntando sui prodotti di zone temperate (uva, olive ed altro dell'agricoltura intensiva). Saranno inclusi la produzione agricola, la lavorazione, confezionamento, imballaggio e la metalmeccanica di supporto. Temi della presentazione: Introduzione sulle caratteristiche generali del Paese, settori produttivi attuali e futuri, Area agricola generale, prodotti e prospettive, Area di produzione di uva, olive, frutta ed ortaggi, principali caratteristiche ed opportunità, Vantaggio della controstagione in riferimento all'emisfero nord, Tecnologia metalmeccanica di supporto (macchinari ed apparecchiature per la lavorazione, confezionamento ed imballaggio), Tecnologia 4.0 associata al settore agroalimentare, Eventuali ostacoli per le aziende italiane e Normative del settore (fitosanitarie, tecniche, certificazioni), Eventuali incentivi, Partecipazione di un imprenditore italiano con investimenti in Mendoza. Opportunità e vantaggi. Conclusioni. Il webinar sarà realizzato il 01-10-2020 alle 15.00 ora italiana. Durata stimata: 30/45 minuti presentazione + 15/30 minuti Q&A

3	Agroalimentare Biologico	06/10/2020	Lione	<p>Agroalimentare (vitivinicolo, oleario, dolciumi e prodotti da forno, caseario, lavorazione carni e salumi, ecc.)</p>	<p>Il webinar si pone l'obiettivo di fornire un quadro esaustivo sulle prospettive export e le opportunità commerciali per la filiera agroalimentare italiana BIO in Francia, un mercato in piena crescita che vede oltre l'8 % dei consumi delle famiglie francesi nettamente orientato verso l'acquisto di prodotti agroalimentari e gastronomici certificati BIO.</p> <p>Oltre al noto amore dei francesi nei confronti della gastronomia italiana, il mercato francese è caratterizzato da un crescente numero di consumatori ad alta propensione all'acquisto di prodotti BIO, il cui paniere settimanale ha un valore medio di 59€ (+ 48% rispetto al 2019).</p> <p>Tra i prodotti BIO più ricercati dai consumatori francesi ci sono vino, olio, succhi di frutta, dolciumi e prodotti da forno, formaggi, salumi, frutta fresca e secca, piatti pronti da consumare (anche congelati), gli alimenti ad alto contenuto nutrizionale (i cosiddetti superfood), i free-from (senza olio di palma, senza grassi animali etc) e quelli per chi vuole adottare uno stile di vita più salutare.</p> <p>Il webinar non si rivolge solo ai produttori agroalimentari, ma anche a quelle aziende che offrono alternative al classico packaging in plastica non riciclabile e quindi nocivo, e che si presentano come avvantaggiate su un mercato come quello francese particolarmente attento a queste tematiche.</p> <p>Dal 1° gennaio 2021 entra inoltre in vigore la nuova normativa europea sulla certificazione delle aziende agroalimentari BIO e sull'etichettatura dei prodotti biologici e vegetariani.</p> <p>L'incontro sarà l'occasione per trattare temi quali:  certificazioni necessarie per vendere in Francia  packaging innovativi ed etichettature  identificazione del corretto canale di vendita (testimonianza diretta)  e-commerce</p>
4	Agroalimentare Italiano in Thailandia	07/10/2020	Bangkok	Agroalimentare	<p>Webinar sulle potenzialità; per l'alimentare italiano in Thailandia. Paese con 70 milioni di abitanti e una presenza di ristoranti italiani e gelaterie di oltre 1400 unità.</p> <p>Il Webinar descriverà le opportunità per le aziende produttrici di agroalimentare e vitivinicolo</p>

5	<p>CCIE Salonicco - Il settore agricolo ed agroalimentare in Grecia: teconologie, macchinari, trasformazione delle materie prime.</p> <p>Opportunita' d'affari e di cooperazione per le societa' italiane in Grecia.</p>	07/10/2020	Salonicco	Agroalimentare	<p>Introduzione</p> <p>Il webinar vuole analizzare le opportunita' d'affari per le imprese italiane proprietarie di nuove tecnologie e produttrici di macchinari innovativi per il settore agricolo ed agroalimentare, con focus sulla lavorazione delle materie prime, la trasformazione e l'etichettatura (prodotti agricoli, carni, erbe mediche, vitivinicolo oleario).</p> <p>Quadro economico</p> <p>Il Paese Grecia, a fortemente ispirazione agricola ed agroalimentare, tende negli ultimi anni a rinnovarsi nelle proprie dotazioni tecnologiche per una migliore lavorazione e trasformazione dei propri prodotti. Grazie ad una serie di incentivi locali provenienti da Fondi Strutturali, le aziende legate a queste settori hanno oggi la possibilita' di ammodernarsi ed avvicinarsi ad una produzione industriale piu' tecnologica ed efficiente. Ricordiamo i prodotti di punta che la Grecia produce: produzione e trasformazione frutta e verdura (fresca e di conserva), cotone e tabacco, industria lattiero-casearia, industria oleicola, produzione e trasformazione della carne, erbe mediche/aromatiche/oli essenziali.</p> <p>Il webinar, che si avvarra' dell'intervento di due esperti del settore, tocchera' aspetti importanti quali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>le opportunita' d'affari nel settore sia di vendita sia di cooperazione (joint-venture) per la creazione anche di realta' imprenditoriali transfrontaliere;</li> <li>le modalita' di vendita e di rappresentanza; Necessita' tecnologiche nel mercato Greco, normative e certificazioni;</li> <li>programmi di finanziamento ed incentivi per opportunita' di cooperazione tra imprese greche e italiane;</li> <li>marketing;</li> </ul>
---	--	------------	-----------	----------------	--

6	LE OPPORTUNITÀ DI INVESTIMENTI, COMMERCIO NELL' AMBITO DELL'AGROINDUSTRIA IN GUATEMALA	07/10/2020	Città del Guatemala	Agroalimentare	<p>Durante il webinar l'espositore della Camera di Commercio italiana in Guatemala esporrà possibilità commerciali nell'ambito dell'agroindustria guatemalteca, specificamente nei settori zucchero, caffè, banano, frutta, vegetali, palma per biodiesel, cacao, cardamomo e gomma. Si tratteranno i temi di Area di produzione agro industriale in loco da parte di aziende italiane, per produrre prodotti dell'esportazione per il mercato europeo, per gli Stati Uniti e per i paesi orientali. Introduzione e diffusione di agro tecnologie italiane a favore di produttori locali.</p> <p>Per ogni settore si esporranno i principali requisiti normativi e legislativi, per le possibili operazioni commerciali derivanti queste proposte commerciali.</p> <p>Lo speaker del webinar sarà Roberto Rosati Direttore dell'impresa Consulting Logistic S.A. che esporrà in italiano il materiale preparato dal Dr. Luis Velasquez Quiroa, ex ministro dell'economia di Guatemala, ex presidente della banca "Credito Hipotecario Nacional" di Guatemala, imprenditore, direttore e produttore di un programma televisivo di orientazione economico/commerciale, da molti anni convinto promotore dello sviluppo industriale e commerciale del Guatemala soprattutto nelle aree dell'Interno del paese.</p>
7	HONG KONG COME HUB PER L'E - CCOMERCE NEL SUD - EST ASIATICO : UN APPROFONDIMENTO SU LLE PRINCIPALI PIATTAFORME	08/10/2020	Hong Kong	Agroalimentare	<p>Il webinar si concentrerà principalmente su due piattaforme per l'e-commerce, una leader nei paesi del Sud-Est Asiatico, l'altra attiva ad Hong Kong principalmente per il settore della cosmetica. Il settore dell'e-commerce è in forte crescita ad Hong Kong e in tutto il sud-est Asiatico (di cui Hong Kong rappresenta l'hub principale), e la recente crisi pandemica ha velocizzato questo processo toccando al rialzo le previsioni di crescita di questo settore, creando così una domanda sempre maggiore da parte dei consumatori. In questo contesto di crescita si possono aprire delle interessanti opportunità per le aziende italiane che sapranno coglierle. Il webinar si focalizzerà sulle principali caratteristiche di questo tipo di mercato, il processo di identificazione dei principali competitor già presenti, identificazione dei requisiti minimi per poter entrare in questo mercato, gestione magazzini/spedizioni e gestione pagamenti su questo genere di piattaforme.</p>

8	SVEZIA - IL MERCATO DELLE BEVANDE ALCOLICHE E DEI VINI IN PARTICOLARE	12/10/2020	Stoccolma	Agroalimentare	<p>IL CANALE DELLA RIVENDITA AL DETTAGLIO IN REGIME DI MONOPOLIO, GLI ATTORI, LE SFIDE, APPROCCI VINCENTI PER L'INGRESSO NEL CANALE DELLA DISTRIBUZIONE AL DETTAGLIO.</p> <p>A cura del Dott. Giovanni Brandimarti, Segr. Gen. Della CCIE Svezia</p>
9	Bisogni ed opportunità del settore Agroalimentare in Marocco. Come inserirsi all'interno di un mercato tutt'altro che saturo del Made in Italy.	14/10/2020	Casablanca	Agroalimentare (vitivinicolo, oleario, dolciumi e prodotti da forno, caseario, lavorazione carni e salumi, ecc.)	<p>Analisi sulle opportunità di un mercato ancora carente del &amp;#39;Made in Italy sia nel campo della ristorazione che in quello della trasformazione degli alimenti e della grande distribuzione organizzata.</p> <p>In questo webinar ci addenteremo in una serie di interessanti ed esaurienti riflessioni su un mercato in gran parte progredito ma in parte ancora legato a tradizioni ancestrali.</p> <p>La grande distribuzione è stata soggetta a diversi cambiamenti negli ultimi anni, spiegati da una forte crescita demografica unita ad una rapida urbanizzazione e ad un sostanziale aumento del reddito disponibile. Il Regno del Marocco risulta essere un forte importatore di materie prime da trasformare ma non è ancora adeguato nella fase di trasformazione, permettendo a chi detiene know-how e tecnologia - necessari per la creazione di prodotti ad alto valore aggiunto - di colmare questo vuoto. In aggiunta, e dato di fatto oggettivo, esiste una forte carenza di prodotti italiani "trasformati" nei canali della distribuzione enogastronomica del paese, nonostante l'alta percezione dei consumatori di prodotti enogastronomici Made in Italy</p> <p>Esporremo le ragioni di questa mancanza e le soluzioni per penetrare il mercato marocchino in modo organizzato ed efficace.</p> <p>Il nostro viaggio prevederà diverse tappe, quali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotografia della situazione attuale, compreso un focus post Covid-19</li> <li>• Metodologie di approccio al mercato</li> <li>• Tendenze dei consumi e delle importazioni</li> <li>• Punti deboli e punti forti della grande distribuzione</li> <li>• Opportunità per le aziende italiane produttrici e commerciali</li> </ul> <p>Focus sulle principali caratteristiche del sistema commerciale marocchino – criticità, possibili modalità di vendita e di riscossione dei pagamenti – e sulla nuova spinta per l'implementazione industriale in campo agroalimentare voluta dal Ministero dell'industria, anche a seguito della pandemia Covid-19.</p> <p>Presentazione della nuova piattaforma B2B, dedicata esclusivamente al comparto agroalimentare, ideata dalla CCIM per incentivare e supportare l'attività di vendita di prodotti agroalimentari tradizionali italiani nel territorio marocchino. Uno spazio dedicato al &amp;#39;Made in Italy&amp;#39; dove le aziende italiane potranno intercettare in maniera autonoma e dinamica gli stakeholders locali ( importatori , distributori e settore ho.re.ca ) e promuovere i propri prodotti attraverso vetrine virtuali e piattaforma e-commerce corredata da informazioni doganali e supporti tecnici.</p> <p>La parte finale del webinar sarà dedicato ad un contraddittorio tra relatore e utenti</p>

10	Il Mercato biologico in Danimarca	14/10/2020	Copenaghen	Agroalimentare	<p>La Danimarca presenta il consumo pro-capite più elevato al mondo di prodotti certificati biologici, non solo per quanto riguarda il settore agroalimentare, ma anche in relazione a beni strumentali (es. prodotti per la pulizia della casa, cura del corpo etc.).</p> <p>Secondo i dati locali, oltre il 50% della popolazione acquista settimanalmente prodotti biologici. Le categorie merceologiche più vendute sono i cereali, i prodotti lattiero-caseari e gli ortaggi. Particolare crescita si può denotare anche nel settore enologico bio.</p> <p>Il mercato del biologico in Danimarca non è considerato una nicchia. Grazie alle politiche nazionali, l'acquisto del biologico è diffuso anche tra le fasce meno abbienti della popolazione.</p> <p>Il seminario presenterà nel dettaglio i trend di mercato, i canali distributivi e le concrete opportunità che il Paese offre alle aziende italiane interessate ad esportare verso il Paese scandinavo.</p>
11	"La catena dell'agroalimentare in Ungheria"	15/10/2020	Budapest	Agroalimentare	<p>La Camera di Commercio Italiana per l'Ungheria in collaborazione e con UNIONCAMERE hanno il piacere di invitarLa al Webinar UNIONCAMERE   "La catena dell'agroalimentare in Ungheria"</p> <p>*** 15/10/2020 ore 14:30 - Perché non perdere questo Webinar? L'obiettivo principale è quello di offrire un Webinar molto dinamico che gestisca questioni pratiche e pragmatiche, oltre a condividere le lezioni apprese. Il webinar darà risposte sulle recenti disposizioni relative al tema proposto.- Principali caratteristiche del settore</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Principali opportunità per aziende italiane- Eventuali ostacoli per aziende italiane</li> <li>- Modalità di vendita- Marketing- Normative di settore (es. fitosanitarie, normative tecniche, certificazioni)</li> <li>- Eventuali incentivi</li> </ul> <p>Partecipa e ricevi le informazioni necessarie alla realizzazione del tuo business in Ungheria.</p>

12	Agroaliment.AR: business opportunities per le PMI italiane nell'innovazione della filiera agroindustriale	15/10/2020	Rosario	Agroalimentare	<p>Con questo webinar si intende fornire alle aziende italiane un quadro d'insieme sulle principali opportunità offerte dal mercato argentino nella filiera agroindustriale.</p> <p>in Argentina il mercato di riferimento è maturo, altamente competitivo ed in continua evoluzione, generando quindi spazi di opportunità per le imprese italiane del settore. Trattandosi altresì di un key sector di prioritaria importanza nell'area di riferimento della Camera di Commercio Italiana di Rosario, il webinar si focalizzerà soprattutto sui comparti dell'automazione industriale, dell'ICT e della digitalizzazione applicati all'agro.</p> <p>L'applicazione di nuove tecnologie permette infatti l'abbattimento delle tradizionali barriere e dei sistemi isolati della produzione, favorendo l'integrazione e l'interattività fra le parti all'intero del ciclo produttivo ed i relativi stakeholders quali fornitori, clienti e business partners, e conseguentemente una maggiore e più facile interazione fra domanda e offerta.</p> <p>Tale integrazione permette l'ottimizzazione di una serie di fattori quali costi, qualità e time to market. Fattori tanto più essenziali nel contesto COVID19 che impone nuove modalità di vendita e di marketing. In questo nuovo scenario verranno esaminati anche i principali canali a disposizione per le imprese italiane interessate al mercato argentino.</p> <p>Al webinar si inviteranno relatori esperti nei diversi comparti che, con la partecipazione attiva anche del personale della CCIE Rosario, permetteranno alle CCIAA ed aziende italiane coinvolte l'acquisizione di nuove conoscenze sulle caratteristiche della filiera agroindustriale e sulle principali business opportunities offerte dall'Argentina,</p> <p>Temi della presentazione:</p> <p>Introduzione alle caratteristiche generali del Paese, con focus particolare sulle aree di produzione agro industriale;</p> <p>Tecnologia metalmeccanica di supporto ed innovazione tecnologia 4.0;</p> <p>Normative del settore (fitosanitarie, tecniche, certificazioni);</p> <p>Piattaforme online per la vendita in loco da parte di aziende italiane;</p> <p>Eventuali incentivi e/o ostacoli per le aziende italiane.</p> <p>Durata stimata: 40 minuti di presentazione + 20 minuti di Q&amp;A</p>
----	---	------------	---------	----------------	--

13	Alimentazione green, il futuro del Regno Unito: dai prodotti vegani alla sostenibilità ambientale	27/10/2020	Londra	Agroalimentare	<p>Il webinar si pone l'obiettivo di fornire un quadro sul futuro dell'agroalimentare del Regno Unito, un settore importantissimo per l'Italia, che è il sesto fornitore del Paese con €2.12 miliardi di esportazioni "food" nel 2019 e €1.02 miliardi di esportazioni "drink" (l'Italia è il primo fornitore di vino in termini di volume).</p> <p>Il mercato britannico è un mercato maturo ed altamente competitivo, dove il prezzo spesso rappresenta il fattore determinante nella scelta del prodotto: al contempo, il mercato è molto frammentato (con un elevato numero di consumatori altospendenti) ed in continua evoluzione, rappresentando quindi numerose opportunità per le imprese italiane.</p> <p>Oltre al noto amore dei britannici nei confronti della cucina italiana, si è notata una sempre più alta richiesta da parte dei consumatori sia di prodotti vegani che sostenibili, data la maggiore attenzione riservata al benessere personale ed alla salvaguardia dell'ambiente.</p> <p>Nel 2018, più di 600.000 persone in Regno Unito si sono dichiarate vegane, mentre cresceva ulteriormente il numero di persone vicine a una dieta che prevedesse il minor consumo possibile di carne.</p> <p>Nel 2019, un quarto dei nuovi prodotti lanciati sul mercato britannico era vegano, portando la vendita totale di questo genere di alimenti al valore di £816m annui.</p> <p>La vasta scelta di prodotti presenti nei supermercati, inoltre, è appetibile non solo per vegani o vegetariani, ma anche per chi vuole adottare uno stile di vita più salutare. Tra i prodotti più ricercati, i piatti pronti da consumare, anche congelati; le farine alternative (cocco, ceci...) e i prodotti creati con queste; gli alimenti ad alto contenuto nutrizionale (i cosiddetti superfood), i free-from (senza olio di palma, senza grassi animali etc) e quelli biologici.</p> <p>Il webinar non si rivolge solo ai produttori agroalimentari, ma anche a quelle aziende che offrono alternative al classico packaging in plastica non riciclabile e quindi nocivo, e che si presentano come avvantaggiate su un mercato attento a queste tematiche.</p> <p>L'incontro sarà l'occasione per trattare temi quali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- packaging innovativi ed etichettature</li> <li>- piattaforme e-commerce (numerose ricerche prevedono una crescita delle vendite online, soprattutto a seguito della pandemia)</li> <li>- certificazioni necessarie per vendere nella GDO del Regno Unito</li> <li>- identificazione del corretto canale di vendita</li> <li>- preparazione delle aziende del settore agroalimentare alla Brexit.</li> </ul>
14	Il mercato vitivinicolo in Corea del Sud	28/10/2020	Seoul	Agroalimentare	<p>Un importatore di vino con sede a Seoul, parlerà del mercato del vino coreano e delle conoscenze da condividere con i produttori e le agenzie italiane.</p> <p>Lo scopo è quello di fornire al pubblico :</p> <p>visione generale del mercato del vino coreano</p> <p>tendenze e cambiamenti recenti</p> <p>prospettive e intuizioni per il vino italiano</p> <p>consigli pratici per trattare con le dogane e i regolamenti coreani.</p>

15	I nuovi trend di consumo in Cina: tutte le opportunità per il Made in Italy	29/10/2020	Pechino	Agroalimentare	<p>Negli ultimi anni i trend di consumo in Cina hanno subito rapidi e drastici cambiamenti. Con la rapida crescita economica e lo sviluppo di una sempre più consolidata classe media, l'acquirente cinese presta sempre più attenzione alla qualità e provenienza dei prodotti agroalimentari. Con un numero elevato di potenziali consumatori, la seconda economia mondiale più grande ed una crescita economica stabile, la Cina offre per questo grandi opportunità alle aziende italiane del settore agroalimentare. L'importazione di prodotti alimentari in Cina dal resto del mondo ha registrato negli ultimi anni un forte aumento. I comparti più competitivi per l'Italia riguardano l'importazione e distribuzione di bevande, liquori alcolici e aceti e in secondo luogo le carni. Oltre all'importazione di prodotti, la filiera agroalimentare nel suo insieme (macchine agricole industriali, attrezzature e packaging) emerge come elemento strategico nella collaborazione tra Italia e Cina. A fianco alle opportunità di esportazione di prodotti d' eccellenza certificati non delocalizzabili, per le aziende italiane si prospetta anche l'opportunità di esportare i modelli produttivi, sicuri e sinonimo di qualità sostenibile che caratterizzano la filiera produttiva italiana. Quella italiana dunque, grazie al know-how, esperienza e tecnologia specializzata può presentarsi come una filiera integrata in grado di esportare accanto ai nostri prodotti di eccellenza anche un modello di produzione agroalimentare sostenibile, altamente ricercato dal mercato cinese e dalla classe media in forte crescita. Una delle difficoltà maggiori alla quale le aziende italiane del settore dovranno prestare attenzione nell'operare all'interno del mercato cinese è rappresentata dal fenomeno "Italian Sounding", il quale consiste nell'inserimento di riferimenti che evocano all'Italia sulle etichette di prodotti non realmente Made in Italy. Altro importante punto da tenere in considerazione è quello relativo alle modalità e canali di vendita che caratterizzano il mercato cinese. Consumatori e buyer cinesi si rivolgono sempre più spesso a rivenditori online ed a piattaforme "O2O" (Online to Offline) per l'acquisto di prodotti alimentari. Questo fattore può rappresentare delle criticità per le aziende italiane non abituate a operare su canali online, ma allo stesso tempo anche delle opportunità per aumentare la loro visibilità anche in quelle città considerate di seconda e terza fascia, considerate in espansione e che possono rappresentare un alto potenziale a livello di capacità di spesa. Il webinar proposto mira dunque ad andare a presentare e approfondire i fattori di successo per le aziende italiane interessate a puntare al mercato cinese: qualità dei prodotti, tradizione culinaria e radicamento nel territorio, marketing del Made in Italy e story-telling; importanza dell'e-commerce e promozione online nonché scelta strategica dei partner sul territorio.</p>
16	LE OPPORTUNITÀ DEL SETTORE AGROALIMENTARE IN PORTOGALLO	04/11/2020	Lisbona	Agroalimentare	<p>La CCIE di Lisbona propone questo Webinar, dal titolo " Le opportunità del settore agroalimentare in Portogallo", previsto per il 29 ottobre. I contenuti saranno sviluppati e presentati dallo staff della Camera di Commercio Italiana per il Portogallo e da Francesco Montanari, expert in diritto del settore agroalimentare, tutor per la Commissione Europea in materia di legislazione nel settore food e collaboratore, presso l'ufficio di Lisbona, della società "Arcadia International (<a href="http://www.arcadia-international.net/">http://www.arcadia-international.net/</a>) con sede a Bruxelles. Questi i principali contenuti del webinar: Portogallo e Italia a confronto;Portogallo: il comparto agri-food; I principali canali: GDO (on and offline), Horeca, filiere corte;Le opportunità del mercato portoghese La durata prevista è di 80 minuti: webinar della durata di 60 minuti, seguito da una sessione di 20 minuti di "Q&amp;A".</p>

17	Mercato svizzero - Opportunità e sfide per le aziende italiane: Focus Agroalimentare	11/11/2020	Zurigo	Agroalimentare	<p>Il webinar ha l'obiettivo di presentare il mercato svizzero dell'agroalimentare fornendo indicazioni specifiche sui due comparti food e wine, in cui il prodotto italiano è molto apprezzato. Particolare rilevanza sarà riservata ai prodotti vinicoli, oleari, dolci e prodotti da forno, ortofrutta, sughi e pasta.</p> <p>Il webinar inizierà presentando il quadro economico post-emergenza Covid-19 e indicando l'importante posizionamento dell'Italia in Svizzera (secondo paese fornitore della Svizzera dopo la Germania, quarto mercato di destinazione delle esportazioni italiane in milioni di euro, primo paese per provenienza del vino importato). Verranno poi fornite informazioni sulle principali caratteristiche del settore agroalimentare elvetico, indicando nello specifico gli aspetti che rappresentano un'opportunità e quelli che possono nascondere degli ostacoli. Il mercato agroalimentare è caratterizzato da un'ottima conoscenza dei prodotti italiani, data la vicinanza geografica, e da alte aspettative di qualità.</p> <p>Il mercato è maturo e competitivo e per affrontarlo è richiesta una buona preparazione in termini di promozione, visibilità e stimolo dell'utenza finale.</p> <p>Verranno poi forniti dettagli sul sistema distributivo in Svizzera e sull'approccio alla vendita, a seconda del profilo aziendale e del segmento target, considerando che la figura dell'importatore è indispensabile per l'accesso sia alla ristorazione, sia al dettaglio specializzato.</p> <p>Seguiranno indicazioni di marketing e promozione: strumenti fondamentali per far conoscere e riconoscere il proprio prodotto.</p> <p>Verranno inoltre forniti alcuni elementi di riferimento alle caratteristiche normative, al regime doganale, ai limiti quantitativi e tariffari che caratterizzano l'entrata di alcune merci nel paese e a come ciò si ripercuote sui prezzi finali. Daremo infine alcune indicazioni sugli incentivi all'export stanziati dall'Italia e che interessano il settore.</p>
18	Il mercato del vino in Spagna	16/11/2020	Barcellona	Agroalimentare (vitivinicolo, oleario, dolci e prodotti da forno, caseario, lavorazione carni e salumi, ecc.)	<p>Webinar di introduzione al mercato del vino in Spagna per conoscere e approfondire il quadro completo del settore con un focus sul contesto export e sugli strumenti più utili per un efficace approccio commerciale nel territorio spagnolo, i punti di forza e debolezza, le tipologie di consumatore e le tendenze di acquisto, le potenzialità dei diversi canali di distribuzione e le strategie di internazionalizzazione più adeguate.</p>

19	Ho.re.ca. in Polonia e focus pizza – il miglior canale per la commercializzazione delle eccellenze italiane in Polonia	17/11/2020	Varsavia	Agroalimentare	<p>In questo webinar verranno presentate le opportunità per le PMI alimentari italiane nel mondo Ho.Re.Ca. polacco. Un'attenzione particolare verrà data al mondo delle pizzerie, trend in continua crescita in Polonia.</p> <p>Il webinar è rivolto alle aziende agroalimentari italiane e a fornitori di attrezzature Made in Italy per l'Ho.Re.Ca.: forni da pizza, tecnologie per la cucina, posaterie, ceramiche, etc.</p> <p>Programma: Introduzione al mercato Ho.Re.Ca polacco</p> <p>Ho.Re.Ca. versus GDO per la commercializzazione di prodotti italiani, Focus sul mondo delle pizzerie in Polonia, Opportunità per le aziende italiane del comparto alimentare e attrezzature per l'Ho.Re.Ca.</p> <p>Contesto di riferimento: La Polonia è un mercato in costante crescita, di consumatori con crescente capacità di acquisto, che viaggiano molto e amano l'Italia.</p> <p>Il canale privilegiato per la distribuzione delle produzioni agroalimentari di qualità delle PMI italiane è l'Ho.Re.Ca. Il mercato polacco infatti rimane molto sensibile al prezzo, ragion per cui le operazioni in GDO sono sostenibili solo per realtà aziendali strutturate. La ristorazione invece assorbe l'offerta italiana di qualità più facilmente, proponendola a fasce sempre più ampie di consumatori interessati a prodotti di alto livello.</p> <p>In Polonia sono operativi oltre 76.000 locali Ho.Re.Ca., 14 ogni 10.000 abitanti.</p> <p>Circa il 5% di tutti i 76000 locali Ho.Re.Ca. offre la pizza in menu (circa 3750 locali).</p> <p>Nella scelta del tipo di cucina quando si va in ristorante, domina quella polacca (82%) seguita da quella italiana (61%). La pizza è il prodotto preferito, tanto che il 68% degli intervistati si reca regolarmente in pizzeria.</p> <p>Il lock-down a seguito dell'emergenza COVID ha definitivamente lanciato l'home delivery, che nel 2019 valeva già 1 miliardo di zloty. Il prodotto più ordinato in internet è in assoluto la pizza (61%), in netta prevalenza rispetto a fast food tipo Mc Donald e KFC.</p> <p>L'Ho.Re.Ca. è il canale più promettente per l'export agroalimentare italiano e il segmento pizza in costante crescita apre spazi interessanti per le PMI italiane interessate alla Polonia.</p>
20	Opportunità di sviluppo del settore del packaging per latte/caseario	18/11/2020	Quito	Agroalimentare	<p>Il secondo webinar proposto dalla CCIE sarà un'occasione per conoscere le opportunità per esportare in Ecuador tecnologia e know-how italiano nel settore latte/caseario.</p> <p>L'iniziativa permetterà di presentare alla controparte locale qual è l'offerta per quanto riguarda macchinari e tecnologia soprattutto per il packaging in cui l'Italia è leader a livello mondiale.</p> <p>Per la realizzazione del webinar ci sarà la collaborazione da parte dell'impresa La Holandesa che produce latticini e formaggi.</p>

21	Principali canali di distribuzione per i prodotti agroalimentari italiani in Spagna nell'era post Covid 19	18/11/2020	Madrid	Agroalimentare	<p>Principali caratteristiche del settore: la distribuzione dei prodotti agroalimentari in Spagna sta attraversando una fase di ridefinizione dovuta in gran parte al cambiamento delle abitudini e modalità di consumo. In questo senso verranno esaminati i principali canali a disposizione per le imprese italiane e le principali tendenze del settore nell'epoca post Covid 19.</p> <p>Principali opportunità per aziende italiane: I prodotti agroalimentari italiani hanno registrato negli ultimi anni una notevole espansione nel mercato spagnolo, grazie anche ad una maggiore conoscenza degli stessi da parte dei consumatori e la buona immagine in termini di qualità. È importante conoscere le nuove tendenze in termini di distribuzione per saper adattare la propria strategia di vendita nel mercato.</p> <p>Eventuali ostacoli per aziende italiane: lingua, scarsa conoscenza dei principali intermediari e delle dinamiche che caratterizzano il processo di distribuzione.</p> <p>Normative di settore (es. fitosanitarie, normative tecniche, certificazioni): si fa riferimento alla legislazione comunitaria.</p>
22	E-commerce e Italian Food Delivery in Bulgaria: adempimenti normativi ed opportunità per le imprese alimentari	19/11/2020	Sofia	Agroalimentare	<p>La proposta di webinar indicata risponde alle nuove e recenti esigenze delle imprese italiane e parallelamente alle opportunità che il mercato bulgaro sta offrendo nel settore dell'e-commerce e food delivery. Ottime performances come dimostrano i dati inseriti nella scheda Paese Bulgaria.</p> <p>Nel corso del webinar la CCIE Sofia intende:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- analizzare le principali caratteristiche del settore, presentando le principali opportunità per aziende italiane</li> <li>- illustrare le principali modalità di vendita con presentazione dei portali e marketplace e loro peculiarità normative e casi pratici;</li> <li>- presentare la sicurezza alimentare e il food delivery</li> </ul>
23	I Canali di Distribuzione del Vino Italiano in Perù	19/11/2020	Lima	Agroalimentare	<p>Nel webinar la Camera di Commercio Italiana del Perù esplorerà i requisiti aziendali per esportare vino italiano in Perù, il contatto con i distributori locali e come scegliere quelli più idonei in base alle capacità e obiettivi aziendali. Inoltre si parlerà di logistica, delle tempistiche, dei problemi che possono insorgere, dell'arrivo in dogana in Sud America e le dinamiche tanto nella gestione quanto nella commercializzazione.</p> <p>Si parlerà anche dell'importanza nell'area tecnologica per il settore con focus speciale sull'e-commerce modalità di vendita on-line sempre più diffusa a livello mondiale e locale.</p> <p>Lo speaker del webinar sarà David Bosia commissario per il Perù di ONAV (Organizzazione Nazionale Assaggiatori Vino). La sua doppia cittadinanza italiana e peruviana, la sua esperienza nel mondo del vino come commissario ONAV e esportatore in Perù di vino italiano garantirà una visione a 360 gradi delle principali tematiche sul mondo del vino.</p>
24	Dall'Italia alle tavole russe con digital marketing e e-commerce: nuovi strumenti per il Made in Italy agroalimentare	24/11/2020	Mosca	Agroalimentare	<p>Approfondimenti: il food in Russia, il digital marketing e la promozione, le spedizioni.</p>

25	Caratteristiche funzionali, prospettive e domanda del mercato agroalimentare in Serbia. Linea dei vantaggi agli investimenti nella produzione biologica	25/11/2020	Belgrado	Agroalimentare	<p>Il webinar inizia con un saluto e la breve presentazione della CCIS dopodiché si prosegue con la parte operativa.</p> <p>La Camera di Commercio della Serbia (PKS), generatore principale nel Paese per quanto riguarda il settore agroalimentare farà una presentazione introduttiva del mercato e degli aspetti dell'interscambio commerciale, con un riferimento particolare relativo alle opportunità e vantaggi agli investimenti nella produzione biologica.</p> <p>Gli esponenti del Ministero dell'Agricoltura proseguiranno con le norme e procedure in materia di importazione dei prodotti alimentari. (La Direzione della sanità pubblica veterinaria provvede alle attività di importazione di prodotti di origine animale, mentre la Direzione per la protezione delle piante è responsabile per i prodotti di origine vegetale).</p> <p>Durante il webinar due aziende importatrici/ distributori parleranno delle condizioni e dello sviluppo del mercato, delle proprie esperienze e soprattutto delle possibilità di distribuire prodotti italiani in Serbia (per quali prodotti vi è la maggiore domanda e non sono presenti nel mercato). Saranno scelti due distributori che importano diverse categorie di prodotti alimentari per rendere il quadro settoriale più completo.</p> <p>La società italiana Linea Verde presente in Serbia con un impianto di produzione, condividerà le proprie esperienze relative agli investimenti nella produzione alimentare in Serbia, collocamento dei prodotti sul mercato locale, vantaggi e problemi riscontrati.</p> <p>Nel corso del Webinar è prevista la presentazione dell'Istituto BioSense che copre in modo incrociato i due settori più promettenti in Serbia: ICT e agricoltura. I rappresentanti dell'Istituto informeranno i partecipanti sui loro sistemi di integrazione che uniscono i risultati di vari gruppi di ricerca in un unico sistema integrato di monitoraggio agricolo.</p> <p>La parte finale del webinar prevede una sezione Q&amp;A durante la quale le aziende interessate potranno interagire con i relatori e ottenere ulteriori risposte ai loro eventuali chiarimenti.</p> <p>In coerenza con la domanda e la richiesta del mercato serbo si invitano dalla parte italiana le aziende interessate agli investimenti e al commercio in base alle condizioni e alle prospettive del mercato serbo.</p>
26	Enogastronomia, tra kosher, hallal, bio e free from	25/11/2020	Tel Aviv	Agroalimentare	<p>durante il webinar si spiegheranno le regole dell'alimentazione kosher e hallal e si esamineranno le opportunità; offerte in mercati specifici da questa alimentazione. inoltre si esaminerà; il fenomeno biologico e free from, in crescente ascesa sul mercato israeliano, ma che non vede ancora l'inserimento di molte aziende italiane</p>

27	Belgio: opportunità nel settore agroalimentare	01/12/2020	Bruxelles	Agroalimentare (vitivinicolo, oleario, dolciumi e prodotti da forno, caseario, lavorazione carni e salumi, ecc.)	Il webinar ha l'obiettivo di presentare il mercato agroalimentare del paese fornendo indicazioni specifiche sui due comparti food e wine, in cui il prodotto italiano è molto apprezzato. Particolare rilevanza sarà data ai prodotti vinicoli, oleari, ortofrutta, prodotti da forno, pasta. Il mercato agroalimentare in Belgio è caratterizzato da: una presenza molto ampia della comunità italiana, di imprese di import di prodotti agroalimentari e di attività di nel settore ristorazione e catering; un'ottima conoscenza dei prodotti italiani; alte aspettative di qualità essendo un mercato maturo e competitivo. Per affrontarlo è richiesta una buona preparazione in termini di promozione, visibilità e stimolo dell'utenza finale. Il webinar sarà introdotto dal contesto economico del Paese, con accenno alla situazione post Covid, e all'interscambio con l'Italia. Sarà data un'informativa generale sul posizionamento strategico del Belgio e della sua interazione economica con i Paesi Bassi e il Lussemburgo. Saranno presi in esame i canali di distribuzione esistenti, l'analisi della domanda, dell'offerta della concorrenza e le strategie di mercato e di marketing per l'accesso al mercato, con riferimento anche a delle success stories.
28	Lussemburgo: opportunità nel settore agroalimentare	01/12/2020	Lussemburgo	Agroalimentare	Il webinar ha l'obiettivo di presentare il mercato agroalimentare del paese fornendo indicazioni specifiche sui due comparti food e wine, in cui il prodotto italiano è molto apprezzato. Particolare rilevanza sarà data ai prodotti vinicoli, oleari, ortofrutta, prodotti da forno, pasta. Il mercato agroalimentare Lussemburghese è caratterizzato da un'ottima conoscenza dei prodotti italiani e da alte aspettative di qualità essendo un mercato è maturo e competitivo per affrontarlo è richiesta una buona preparazione in termini di promozione, visibilità e stimolo dell'utenza finale. Il webinar sarà introdotto dal contesto economico del Paese, con accenno alla situazione post Covid, e all'interscambio con l'Italia. Sarà data un'informativa generale sul posizionamento strategico del Lussemburgo e della sua interazione economica con la macro regione frontaliere della Saar Lor Lux (che vede il Lussemburgo come motore di una macro area economica che tocca tre Paesi - Germania Belgio Francia). Saranno presi in esame i canali di distribuzione esistenti, l'analisi della domanda, dell'offerta della concorrenza e le strategie di mercato e di marketing per l'accesso al mercato, con riferimento anche a delle success stories.
29	<b>Il settore Agroalimentare nel periodo post pandemia in Romania</b>	<b>data da definire</b>	<b>Bucarest</b>	<b>Agroalimentare</b>	<b>Il webinar ha l'obiettivo di descrivere le principali novità nel settore agroalimentare nel periodo post pandemia. Nuovi scenari relativi alla distribuzione ed alla vendita. Verranno descritti gli ostacoli così come le opportunità per le aziende italiane</b>