

# L'ECCELLENZA E' UN DONO DI NATURA

Aziende, territorio, turismo

---

## PARTNER DEL PROGETTO



# IL PROGETTO

---

## E' DI SCENA L'ECCELLENZA

*L'eccellenza è un dono di natura* ® è un progetto promozionale che ha come obiettivo la diffusione e la valorizzazione del **made in Italy**.

Il progetto è rivolto alle imprese, pubbliche e private, che vogliono accrescere la loro immagine in un contesto internazionale, abbinando il loro marchio a brand "eccellenti" e potendo contare su una specifica attività promozionale.

## I PRINCIPALI SETTORI DELL'ECONOMIA ITALIANA

Secondo quanto indicato dall'Istituto Commercio Estero (ICE), abbiamo individuato alcuni settori potenzialmente interessati al nostro programma promozionale.

### TURISMO

E' certamente uno dei settori dell'economia italiana con enormi prospettive. Si intende favorire l'aumento della competitività dei distretti produttivi di alcune Regioni e il raggiungimento di una nuova dimensione delle politiche di sviluppo degli scambi e dei processi di internazionalizzazione delle imprese.



Un altro obiettivo è il miglioramento dell'immagine complessiva regionale all'estero attraverso la presentazione e promozione non solo delle produzioni tipiche locali legate al territorio, all'ambiente e allo stile di vita, ma anche del patrimonio turistico e culturale regionale.

Infine si vuole contribuire al superamento delle situazioni di debolezza della struttura produttiva della gran parte del sistema delle PMI delle Regioni meridionali mediante azioni promozionali di supporto all'azione di commercializzazione delle produzioni regionali, lo sviluppo di progetti integrati privilegiando aggregazioni, filiere e distretti e con la realizzazione di iniziative in settori fortemente innovativi o che presentano eccellenze tecnologiche.

### AGROALIMENTARE

La promozione del sistema Agroalimentare ha da sempre fortemente contribuito alla diffusione dell'immagine del Made in Italy nel mondo, grazie alla notorietà e alla qualità indiscussa dei prodotti italiani. Dal punto di vista della destinazione geografica, l'Unione Europea, avendo un ruolo primario come destinazione dell'export agroalimentare italiano (68%), assorbe ancora la quota maggiore, soprattutto per via

dell'organizzazione dei grandi eventi fieristici internazionali. Gli obiettivi dell'attività promozionale in tale area sono il consolidamento delle quote di mercato sui mercati maturi, la crescita della presenza del prodotto italiano sui mercati potenzialmente suscettibili di crescita, e la valorizzazione dell'immagine di qualità dell'offerta agroalimentare italiana.

## MODA

I più importanti settori produttivi del Sistema Moda subiscono ormai da tempo gli effetti della crisi dei consumi in atto, anche se con intensità diversa per ciascun comparto del sistema e della filiera produttiva. Il quadro di riferimento presenta mediamente una connotazione involutiva della domanda interna e delle esportazioni, con qualche rara eccezione. I paesi nuovi *competitors* continuano a conquistare quote di mercato erodendo e minando le posizioni di leadership dei prodotti italiani.



Il proliferare dei prodotti contraffatti e l'inadeguatezza della struttura distributiva che caratterizza molti dei settori coinvolti, in quanto costituiti prevalentemente da piccole e medie aziende, costituiscono altri due aspetti fondamentali delle difficoltà attraversate dal Sistema nel suo complesso. Per contrastare o attenuare questi fenomeni negativi, la strategia promozionale adottata continua a perseguire come obiettivo prioritario la diffusione generale di una percezione più consapevole del vero valore del Made in Italy, evidenziando quei fattori di qualità derivanti da processi produttivi tecnologicamente innovativi e quindi basati non solo sull'"estro creativo" che continua a caratterizzare all'estero l'immagine dei nostri prodotti, in modo però tendenzialmente meno "premiante" rispetto al passato.

## MECCANICA – ELETTRONICA

Il settore della Meccanica/Elettronica, costituisce elemento portante dell'economia italiana, sia per entità di fatturato e di addetti che, soprattutto, per il contributo che esso offre alla bilancia commerciale. I settori che costituiscono il Sistema della meccanica risultano tutti fortemente dipendenti dall'export, in molti casi superando la quota del 70% nel rapporto esportazioni/fatturato.



Tuttavia la domanda estera, prescindendo dal positivo andamento di alcuni mercati, risulta in generale in difficoltà, in linea con quanto si verifica per tutto il Made in Italy, in seguito ad una serie di fattori, quali:

incertezza diffusa nel mercato globale, sopravvalutazione dell'euro nei confronti di dollaro e altre valute, forte concorrenza sui prezzi.



## CHIMICA

Nel quadro economico italiano, il settore della chimica è costituito da una percentuale molto elevata di aziende esportatrici, con punte che superano l'80% di quota export sul fatturato. Nel settore operano oltre 1.500 aziende, il 60% delle quali di piccole e medie dimensioni e vi

sono impiegati circa 1400 addetti. I punti di maggior forza delle nostre imprese hanno la loro base nella specializzazione e nella leadership di nicchia. Negli ultimi anni, la stretta collaborazione tra Federchimica ed ICE ha consentito di mantenere e accrescere la già elevata propensione all'export dell'industria chimica.

## ALTRI SETTORI



Esistono poi dei settori di nicchia come la compravendita di **immobili prestigiosi** collocati in località esclusive italiane, **prodotti artigianali** pregiati e il **turismo eno-gastronomico** che trovano tanti estimatori all'estero.

## OBIETTIVI

Gli obiettivi dell'attività promozionale in tale area sono il consolidamento delle quote di mercato sui mercati maturi, la crescita della presenza del prodotto italiano sui mercati potenzialmente suscettibili di crescita, e la valorizzazione dell'immagine di qualità dell'offerta del "prodotto Italia".

Sarà data, inoltre, ampia visibilità ai nostri **prodotti artigianali** pregiati e al **turismo eno-gastronomico** che trovano tanti estimatori all'estero.

## FASI DEL PROGETTO

La prima fase del progetto prevede un'indagine per conoscere la propensione delle aziende ad aderire al progetto.

Dopo un'attenta analisi delle esigenze delle aziende, scaturita dall'elaborazione dei dati raccolti, saranno organizzati nel corso del 2008 dei workshop che, con il supporto delle **Camere di Commercio Italiane all'Estero** (Assocamerestero), di **ISNART** (Istituto Nazionale Ricerche Turistiche, società consortile per azioni del Sistema Camerale)

e la rete **Globus** di **Unioncamere**, consentiranno degli incontri con importatori, buyer, potenziali acquirenti e tour operator.

Oltre ai workshop sono previste **specifiche attività promozionali** in occasione di eventi sportivi caratterizzati da una consistente copertura mediatica.

## LO SPORT DEI MOTORI, STRUMENTO INNOVATIVO DI COMUNICAZIONE



La crescente attenzione del pubblico verso le gare automobilistiche ad ogni livello ha determinato un aumento di interesse verso le stesse da parte degli organi d'informazione. Un numero sempre crescente di giornali, radio, televisioni e siti internet dedicano ampi spazi allo sport dell'auto.

L'immagine veicolata attraverso l'automobilismo raggiunge quindi non solo il pubblico presente ad una competizione ma in modo capillare anche quello che non segue la stessa sui campi di gara.

L'evento sportivo diventa, quindi, un fenomeno caratterizzato da componenti che rientrano nelle categorie dello spettacolo, della cultura e del costume.

La comunicazione attraverso l'immagine costituisce la base commerciale delle competizioni sportive che ne sono un efficace mezzo di diffusione se usate in tutta la loro potenzialità.

Le competizioni sportive costituiscono oggi un efficace mezzo di comunicazione diretta con il pubblico, attraverso tutte le varie manifestazioni che gli addetti ai lavori organizzano per catalizzare l'attenzione sul marchio che interessa. L'organizzazione di incontri mirati, si è rivelata più volte una mossa efficace nella comunicazione pubblicitaria. Infatti le manifestazioni sportive automobilistiche si prestano alle varie forme di promozione, come dimostrato dalla costante crescita di pubblico.

ARTICOLAZIONE  
DEL PROGETTO

---

## FASI DEL PROGETTO

1. Ricerca di mercato realizzata con il supporto dell'Università degli Studi di Catania.
2. Organizzazione di workshop presso le Camere di Commercio Italiane all'estero con particolare riferimento a Gran Bretagna, Francia, Germania e Belgio.
3. Specifico programma di attività promozionali abbinate ad eventi motoristici.



## SERVIZI OFFERTI

### 1. VETTURA IMPEGNATA IN UN CAMPIONATO

E' prevista la **presenza di una vettura**, con colorazione esclusiva, in un campionato automobilistico.



Alle aziende/enti aderenti saranno riservati spazi sulla tuta del pilota e spazi pubblicitari sulla vettura. Inoltre saranno distribuiti degli ingressi riservati in ogni gara del campionato con fruizione del servizio catering.

### 2. PRESENTAZIONE PUBBLICA

#### 2.1. Conferenza stampa di presentazione

Sarà tenuta una **conferenza stampa** che servirà per il lancio dell'iniziativa e la presentazione delle aziende/enti aderenti.

#### 2.2. Ufficio Stampa per tutti gli eventi

Altro elemento di fondamentale importanza del progetto sarà la realizzazione di un **ufficio stampa**. L'ufficio stampa vedrà la presenza di un addetto stampa ad ogni evento che agirà in collaborazione con i responsabili stampa degli organizzatori e delle case automobilistiche coinvolte.

I principali compiti che dovrà svolgere saranno i seguenti:

- Organizzare la conferenza stampa di presentazione dell'evento.
- Curare la redazione e la distribuzione di Cartelle Stampa presso le Sale Stampa, alle testate giornalistiche prima e dopo la singola manifestazione.
- Inviare comunicati stampa alle testate giornalistiche che veicolano notizie al target di riferimento.
- Aggiornare continuamente il sito internet [www.racingshow.it](http://www.racingshow.it).
- Realizzare delle rassegne stampa relative alle manifestazioni di riferimento.

### 3. MEDIA

#### 3.1. Pubblicazioni

**Primopiano Magazine** è la newsletter del progetto. All'interno, oltre a notizie relative agli sponsor coinvolti, ci sarà la rubrica "RACING SHOW News" con i risultati sportivi dell'iniziativa.

**Primopiano Magazine** sarà diffuso ai mass-media nazionali e internazionali, autorità, autodromi, scuderie e piloti, stampa, sponsor, altri (da concordare) e sarà visibile attraverso Internet.



### 3.2. La Produzione Televisiva

La produzione televisiva è curata direttamente dagli organizzatori. Alcuni eventi prevedono la **diretta televisiva**.

### 3.3. Internet

Sarà costantemente aggiornata una pagina web su Internet all'indirizzo [www.racingshow.it](http://www.racingshow.it).

All'indirizzo [www.racingshow.it](http://www.racingshow.it) saranno disponibili lo spazio news, la sezione destinata al programma sportivo e una parte dedicata alle aziende/sponsor.

## 4. WORKSHOP E DESK

### 4.1. Workshop

Sarà eseguita, per conto delle aziende/enti coinvolti, una ricerca di buyer, importatori, potenziali clienti e tour-operator.

Saranno quindi organizzati 7/8 workshop presso le **Camere di Commercio Italiane all'Estero**, in collaborazione con Assocamere Estero.

### 4.2. Desk Multimediale

Sarà realizzata una presentazione multimediale delle aziende/enti aderenti.

In occasione di ogni evento, sarà allestito un desk multimediale alla presenza di due o più hostess, che cureranno i seguenti aspetti:

- Diffusione di immagini fornite dai soggetti coinvolti (CD-Rom, videocassette) attraverso personal computer.
- Servizio di accoglienza per gli ospiti invitati dai soggetti aderenti all'iniziativa.
- Promozione dei servizi, dei prodotti e/o dell'immagine dei soggetti aderenti all'iniziativa.
- Distribuzione di volantini, news-letter e altro materiale promo-pubblicitario.
- Distribuzione di inviti - pass box da offrire agli ospiti invitati.



## 5. SFILATA DI MODA

E' prevista, in una data e in luogo da definire, una esclusiva sfilata di moda che vedrà come protagonisti artigiani che presenteranno, attraverso le loro creazioni stilistiche, luoghi e bellezze locali.



## 6. REDAZIONALE RIVISTA INTERNAZIONALE



**Golf & Sports events** è un'esclusiva rivista a diffusione internazionale. Viene letta, oltre che dagli amanti del golf, anche da persone che frequentano banche e hotel di lusso e, in generale, da chi sa apprezzare le cose belle ed esclusive.

Su questa rivista sono previste quattro uscite sotto forma di articoli redazionali corredati da foto a colori.

## SERVIZI AGGIUNTIVI

- A. Servizio video, con regia mobile e realizzazione di immagini complete di interviste, a disposizione delle emittenti televisive accreditate.
- B. Proiezione di immagini su schermo gigante in diretta durante l'evento ed immagini montate durante la conferenza stampa.
- C. Servizio fotografico completo, con foto a disposizione delle testate accreditate e dell'organizzazione in tempo reale e foto a corredo di ogni comunicato stampa. Realizzazione di un CD-Rom con immagini fotografiche dell'evento.
- D. Informazioni per la stampa in tre lingue (Italiano, inglese, francese).
- E. Allestimento completo di una sala stampa con quattro personal computer a disposizione dei giornalisti, due fotocopiatori, un telefax, tre stampanti, assistenza tecnica continua alle attrezzature, compresi ricambi e materiali di cancelleria.
- F. Pubblicità-redazionale sulla rivista a diffusione internazionale "Luxury" (quattro uscite).
- G. Pubblicità-redazionale sulla rivista a diffusione internazionale "Tendence & Life style international" (quattro uscite).

## INFO GENERALI

Giuseppe Finocchiaro  
[www.racingshow.it](http://www.racingshow.it)  
[giuseppe.finocchiaro@racingshow.it](mailto:giuseppe.finocchiaro@racingshow.it)  
F +39 (06) 233237912