**SETTORE VINO – ATTIVITA’**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Attività | Descrizione di sintesi | durata | Costi non inclusi |
| 1 – B2B in sala attrezzata | B2B personalizzati per ogni cantina partecipante; ogni produttore ha desk attrezzato. La CCIC assicura briefing preparatorio collettivo e follow up personalizzato. | 1,5giornate | Spedizione, sdoganamento e delivery campionatureLight lunch – buffet lunch costo 35 euro pax |
| 2. Masterclass (Atelier) | Sessione tecnica in sala attrezzata per degustazione. La sessione è guidata da sommelier esperto ed è indirizzata ad operatori trade (agenzie) e sommelier. Questi ultimi collaborano con la ristorazione di medio/alta gamma alla carta dei vini, il che consente un elevato mark up. Sono inoltre presenti diversi agenti specializzati.  | 2 ore | Spedizione, sdoganamento e delivery campionature |
| 3- Networking event | Per le aziende del settore wine, il networking event risponde all’obiettivo di accreditare il paniere di nuove referenze presso potenziali consumatori interessati ad attivare ordini in importazione privata (sia privati, sia del canale HoReCa). Ogni produttore ha desk per tasting. Per consumer interessati ad ordini in Importazione Privata la CCIC può agire daagenzia temporanea (no profit). | 2,5 ore stimate | Spedizione, sdoganamento e delivery campionature |

Il programma prevede la realizzazione di visite di studio nei negozi SAQ – vere e proprie sessioni di ***market learning***. Vi è un funzionario delegato ad accompagnare le imprese presso i negozi SAQ ( Grandi catene di negozi retailer per alcolici e vino della Government Corporation) dove verrà mappato il mercato per il vino : pricing , posizionamento a scaffale, etc).

**SETTORE FOOD**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Attività | Descrizione di sintesi | durata | Costi non inclusi |
| 1 – B2B | B2B personalizzati per ogni azienda partecipante; gli incontri si svolgono presso le sedi dei buyer/distributori/broker. La CCIC assicura briefing preparatorio collettivo e follow up personalizzato nelle settimane successive alla missione. | 2 giornate | Spedizione, sdoganamento e delivery campionature |
| 2 – Networking event | L’obiettivo del networking event è quello di facilitare la conoscenza del prodotto e accelerare processodecisionale dei potenziali buyer | 2,5 ore stimate | Spedizione, sdoganamento e deliverycampionature |

Il programma di B2B include visita guidata a negozi di specialità e GDO per facilitare la comprensione del contesto competitivo, vera a propria sessione di market learning .