

L'ATTIVITÀ PROMOZIONALE DELL'AGENZIA ICE NEL 2022



20
22

L'ATTIVITÀ PROMOZIONALE DELL'AGENZIA ICE NEL 2022

INDICE

PREMESSA	8	ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI	56
BENI DI CONSUMO	22	UFFICIO DI MILANO	62
AGROALIMENTARE E VINI	26	PIANIFICAZIONE STRATEGICA E CONTROLLO DI GESTIONE	68
TECNOLOGIA INDUSTRIALE, ENERGIA E AMBIENTE	32	COMUNICAZIONE, RELAZIONI ESTERNE E ISTITUZIONALI	74
PARTENARIATO INDUSTRIALE E RAPPORTI CON GLI ORGANISMI INTERNAZIONALI	40	TAVOLE	82
MARKETING	44		

Il presente documento è stato predisposto dall'Agenzia ICE

Ufficio di Coordinamento Promozione del Made in Italy

redattori Silvio Bevilacqua, Francesca Mauri e Francesco Priore

Layout grafico e impaginazione

Ufficio Coordinamento Promozione del Made in Italy | Vincenzo Lioi & Irene Caterina Luca | Nucleo Grafica

PREMESSA

PREMESSA

OVERVIEW

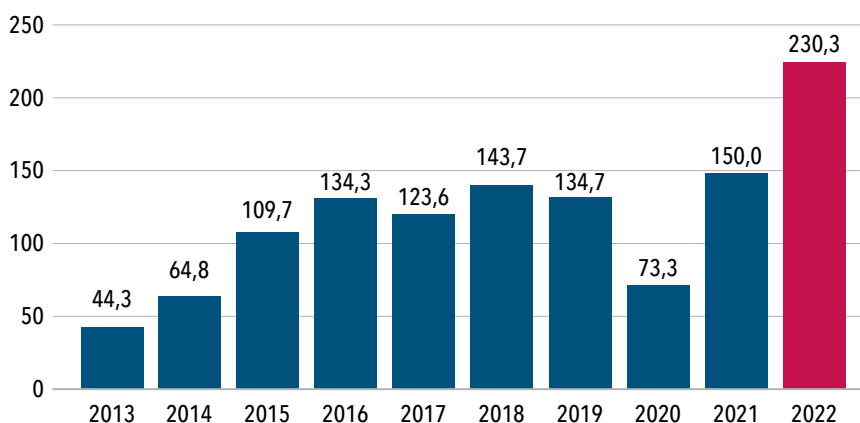
Con la fine dell'emergenza sanitaria internazionale da Covid-19, il 2022 ha registrato una forte ripresa dell'attività economica e degli scambi internazionali. L'Agenzia ICE ha sostenuto le aziende italiane in questa complessa fase, organizzando interventi promozionali per uno speso complessivo di 230,3 milioni di euro, con un incremento del 53% rispetto all'anno precedente, che aveva registrato una spesa pari a 150 milioni di euro.

La forte crescita rispetto al 2021 è dovuta in larga parte al finanziamento della campagna di Nation Branding "beIT" e del progetto speciale "Bonus digitale", che hanno assorbito uno speso complessivo di oltre 59 milioni di euro. Inoltre, la fine delle restrizioni causate dalla pandemia ha determinato la ripresa degli eventi promozionali in presenza. Queste ultime attività di "promozionale puro" hanno registrato uno speso totale di 171 milioni, che, da solo, segna il risultato più alto nella storia dell'Agenzia.

Di seguito l'andamento della spesa promozionale negli ultimi dieci anni.

Spesa promozionale 2013-2022

(dati in mln di euro)



Di seguito il dettaglio delle principali voci in cui è ripartita la spesa promozionale complessiva, che rappresenta

l'ammontare dei costi netti promozionali in un singolo anno solare, registrata nel 2022:

- 223,0 mln di euro (96,8 % della spesa totale) per iniziative dei *Piani promozionali ordinari e straordinari ICE-MAECI*;
- 6,0 mln di euro (2,6% del totale) per gli interventi finanziati dal MISE (ora MIMIT) per il *Piano Export Sud*;
- 1,3 mln di euro (0,6% del totale) per altre attività finanziate dal MISE (ora MIMIT), dal MAECI, da altri Enti e Istituzioni (altri Ministeri, Regioni ecc.) e da privati.

Il grafico sotto riportato illustra sinteticamente la ripartizione della spesa promozionale 2022 per programmi o committenti.

Ripartizione della spesa promozionale 2022 per programmi o committenti

FONDI	SPESO	% sul totale
PIANO ORDINARIO E STRAORDINARIO ICE-MAECI	223.020.874	96,8%
PIANO EXPORT SUD	5.964.190	2,6%
ALTRI FONDI MIMIT/MAECI	433.989	0,2%
ALTRI ENTI E ISTITUZIONI	346.300	0,2%
COMMITTENTI PRIVATI	303.610	0,1%
MADE IN ITALY (ex L.350/03)	215.838	0,1%
TOTALE COMPLESSIVO	230.284.800	100,0%

Anche nel 2022 le attività del Piano promozionale ordinario e straordinario hanno rappresentato la parte più rilevante della promotion dell'ICE (96,8% pari a 223,0 mln di euro).

Come noto, i Piani vengono definiti annualmente sulla base delle linee guida e di indirizzo strategico definite dalla Cabina di Regia, tenendo conto delle proposte elaborate dalla rete degli uffici ICE all'estero, congiuntamente con le Ambasciate, e scaturite dal confronto continuo con le categorie produttive ed il mondo associativo in generale, affinché gli interventi siano in linea con le esigenze delle imprese.

I Piani vengono finanziati annualmente attraverso la Legge di Bilancio, adottata dal Parlamento nel mese di dicembre di ogni anno, con un contributo a carico del bilancio del MAECI.

Il Piano Export Sud ha registrato una spesa di 6,0 mln di euro relativa alle attività di promozione e formazione inserite nel Quinto programma operativo, realizzato dal 1 gennaio al 31 dicembre 2022.

Alle azioni dei Piani ordinari e straordinari ICE-MAECI si sono affiancate, in maniera complementare, gli interventi attuati nel quadro delle attività realizzate a valere su altri fondi MISE e MAECI, per conto di altri Enti, Istituzioni (Regioni, Ministeri, ecc.) e committenti privati, che hanno registrato costi pari a 1,3 mln di euro.

Durante il 2022, l'apporto del contributo delle aziende partecipanti all'attività promozionale realizzata è stato fortemente ridotto a seguito delle *Misure straordinarie in campo promozionale a sostegno delle imprese sui mercati esteri, adottate dall'Agenzia ICE d'intesa con il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale. L'Agenzia, per favorire la ripresa delle esportazioni e il pieno coinvolgimento delle aziende italiane nelle attività di internazionalizzazione, ha annullato le quote di partecipazione alle iniziative promozionali (seminari, mostre autonome, workshop, ecc.) e garantito la gratuità del primo modulo espositivo a tutte le manifestazioni fieristiche alle quali l'ICE ha partecipato, organizzando collettive di aziende italiane. Il contributo privato totale è risultato pari a 2,6 mln di euro.*

L'ATTIVITÀ PROMOZIONALE

L'azione promozionale attuata dall'Agenzia ICE nel 2022 è stata sviluppata tenendo conto delle direttive emesse dalla Cabina di Regia per l'Italia Internazionale del 13 dicembre 2021, che ha definito paesi prioritari e attività in termini di azioni strategiche, geografiche e settoriali, a seguito di confronto con i principali stakeholder dell'ICE e che ha coinvolto tutte le associazioni di categoria e gli Enti preposti al sostegno pubblico all'internazionalizzazione.

Particolarmente rilevanti sono state le iniziative nel campo del commercio digitale e degli accordi con la GDO, il prosieguo della campagna di Nation Branding "beIT", l'avvio del progetto per l'erogazione del c.d. "Bonus digitale" in convenzione con Invitalia, oltre alla realizzazione delle tradizionali iniziative di supporto alle piccole e medie imprese quali le partecipazioni alle principali fiere internazionali, gli interventi di formazione ed informazione, tra cui workshop e webinar, e l'attrazione degli investimenti esteri (AIE) in Italia.

Per assicurare continuità agli interventi avviati negli anni precedenti, nel 2022 il Governo ha destinato ingenti risorse per la prosecuzione delle misure di promozione del Made in Italy nel 2023/24, con uno stanziamento per l'anno 2023 pari a 168,7 milioni di euro, affidato all'Agenzia ICE per il finanziamento di progetti promozionali declinati in sette tipologie di azione: comunicazione, formazione/informazione, e-commerce e grande distribuzione organizzata, sistema fieristico, valorizzazione delle produzioni agricole e agroalimentari, digitalizzazione e innovazione, attrazione investimenti esteri.

Il Decreto Ministeriale MAECI 3712/485 del 8 marzo 2022 ha previsto, per ognuna delle tipologie di azione sopra indicate, la seguente ripartizione triennale (2022-2024) delle risorse:

Attività promozionale 2022 totale per azione

(Valori in euro)

AZIONE	2022	2023	2024
A) Comunicazione	15.000.000	15.000.000	15.000.000
B) Formazione/informazione	10.000.000	10.000.000	10.000.000
C) E-commerce e grande distribuzione organizzata	30.000.000	30.000.000	30.000.000
D) Sistema fieristico	60.000.000	60.000.000	61.000.000
E) Valorizzazione delle produzioni agricole ed agroalimentari	18.000.000	18.000.000	18.000.000
F) Digitalizzazione e innovazione	30.677.671	30.677.671	30.677.671
G) Attrazione investimenti esteri	5.000.000	5.000.000	5.000.000
TOTALE	168.677.671	168.677.671	169.677.671

SETTORI, PAESI E STRUMENTI DELL'INTERVENTO PROMOZIONALE

Le risorse promozionali sono state destinate al comparto agroalimentare, che ha registrato uno speso di 40,8 milioni di euro (pari al 17,7% del totale), al sistema tecnologia industriale con uno speso di 38,1 milioni (16,5% del totale) e al comparto moda-persona-tempo libero e benessere con 36,0 milioni (15,6%).

Di rilievo anche la spesa per il sistema startup-innovazione e digitalizzazione pari a 17,7 milioni (7,7% del totale) e per il comparto casa-ufficio (15,7 milioni, 6,8%).

Le attività plurisettoriali, che hanno registrato uno speso di 7,5 milioni di euro (3,2%), comprendono l'adeguamento dei sistemi informatici promozionali, l'attività di comunicazione, le campagne GDO/e-commerce dedicate a più settori, la gestione di banche dati, ecc.

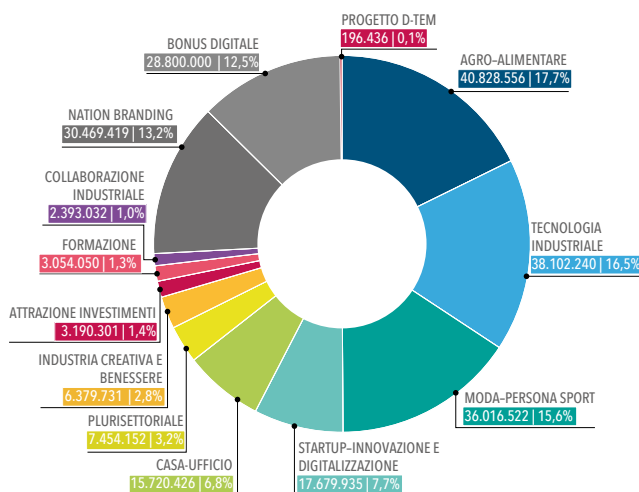
A seguire, la spesa a sostegno dell'industria creativa e del benessere, pari a 6,4 milioni di euro (2,8% del totale) e gli interventi di attrazione degli investimenti esteri in Italia, con uno speso di 3,2 milioni (1,4%).

Alla formazione, ossia iniziative a favore di imprese, giovani laureati e operatori stranieri, sono stati destinati 3,1 milioni (1,3%), mentre alle azioni per il partenariato industriale 2,4 milioni (1,0%).

Tale distribuzione delle risorse riflette le indicazioni delineate dalla Cabina di Regia, che ha individuato come prioritari, oltre agli aggregati del sistema moda e dell'agroalimentare, quelli della tecnologia e in particolare della digitalizzazione. Si evidenziano, inoltre, come ambiti privilegiati gli interventi per il potenziamento delle fiere italiane, le azioni con le catene della GDO e con i player operanti nell'e-commerce, l'organizzazione di campagne di comunicazione e il supporto alle start-up tecnologiche.

Infine, si sottolineano, per la loro rilevanza finanziaria, i costi sostenuti nell'ambito della campagna di Nation Branding (con 30,5 mln. 13,2%) e del Progetto Bonus digitale (28,8 mln, 12,5%), per i quali si rimanda all'approfondimento nelle pagine successive.

Ripartizione spesa promozionale 2022 per sistema merceologico



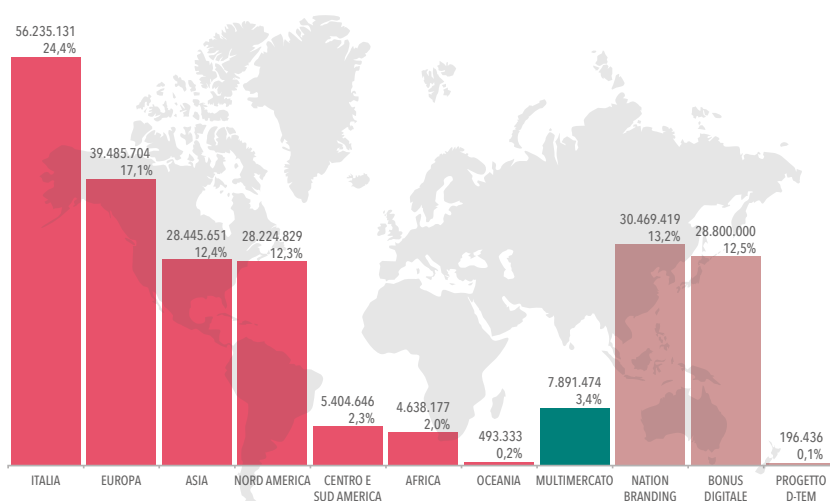
Per quanto riguarda la ripartizione della spesa promozionale del 2022 per aree geografiche, continua ad essere primario l'impegno finanziario a sostegno delle iniziative a favore dell'internazionalizzazione svolte in Italia (tra le quali rientrano principalmente i progetti di potenziamento dei grandi eventi fieristici italiani, le attività di formazione, workshop, studi e analisi, ecc.) con uno speso totale di 56,2 milioni (24,4% del totale).

Dopo l'Italia, l'Europa è la prima area di intervento dell'attività dell'ICE con 39,5 milioni di speso (17,1% del totale), seguita dai mercati asiatici e nordamericani, rispettivamente con 28,4 (12,4%) e 28,2 milioni (12,3%).

Si evidenziano inoltre gli interventi in Centro e Sud America con 5,4 milioni (2,3%), Africa con 4,6 milioni (2,0%) e Oceania con 0,5 milioni (0,2%).

Le azioni promozionali e di comunicazione multi-mercato, che hanno interessato più aree geografiche, hanno totalizzato uno speso pari a 7,9 milioni, pari al 3,4%.

Ripartizione spesa promozionale 2022 per aree geografiche

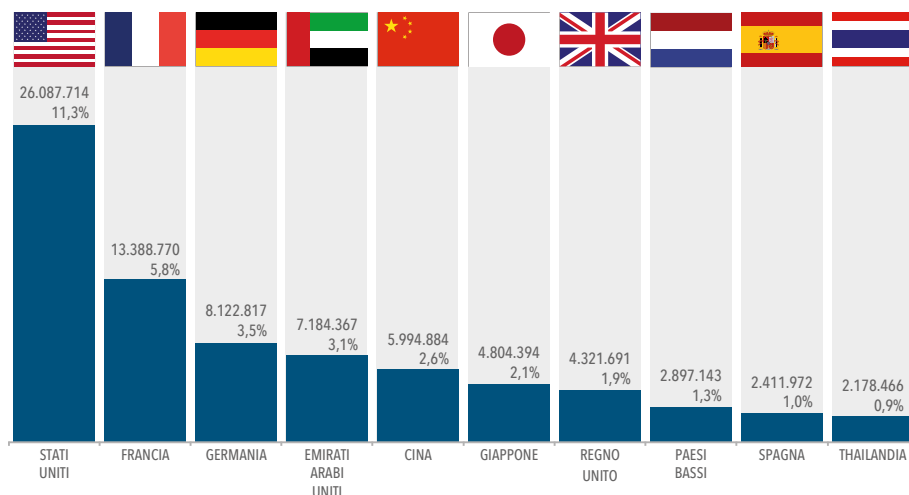


Tra i principali mercati dell'attività promozionale 2022 si conferma l'impegno negli Stati Uniti, primo Paese per entità dell'investimento promozionale, con 26,1 milioni di euro (11,3% del totale), al secondo posto la Francia con 13,4 milioni (5,8%) e al terzo la Germania con 8,1 milioni (3,5%).

Consistente l'impegno di risorse destinate a Emirati Arabi Uniti (7,2 milioni, 3,1%), Cina (6,0 milioni, 2,6%), Giappone (con 4,8 milioni, 2,1%), Regno Unito (4,3 milioni, 1,9%), seguiti da Paesi Bassi (2,9 milioni, 1,3%), Spagna (2,4 milioni, 1,0%) e Thailandia (2,2 milioni, 0,9%) tra i primi dieci paesi di intervento.

Da evidenziare, come si può leggere nella tavola 4, che l'Agenzia ha registrato costi promozionali in ben 88 mercati, in netto aumento rispetto ai 66 del 2021.

I primi 10 Paesi dell'investimento promozionale 2022



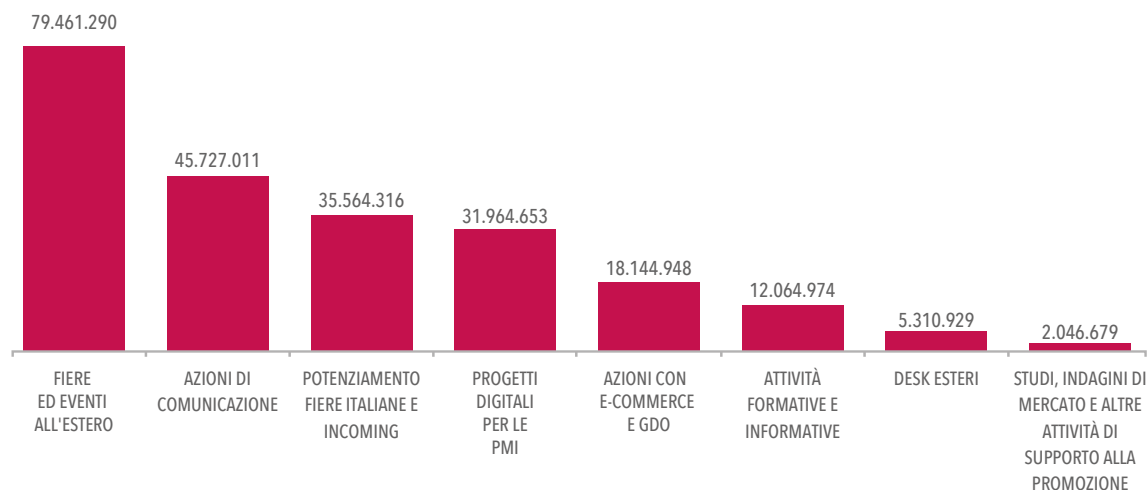
Grazie alla ripresa di quasi tutti gli eventi in presenza, nel 2022 è più che raddoppiato lo speso per le manifestazioni espositive all'estero (fiere, mostre e presenze istituzionali), passando da 34,7 milioni nel 2021 a 79,5 nel 2022, pari al 34,5% del totale.

Molto importante risulta l'investimento in azioni di comunicazione con un totale di 45,7 milioni (19,9%).

Il potenziamento delle principali manifestazioni fieristiche italiane e gli incoming in Italia sono la terza tipologia di intervento realizzata nel 2022 con uno speso di 35,6 milioni (15,4%).

A seguire i progetti digitali per le PMI (32,0 milioni, 13,9%), le azioni di partnership con l'e-commerce e la GDO (18,1 milioni, 7,9% del totale), le attività formative e informative (12,1 milioni, 5,2%), il finanziamento di desk settoriali all'estero (5,3 milioni, 2,3%) e infine le altre tipologie di promozione come indagini di mercato, nuclei operativi, studi, ecc., con uno speso complessivo di 2,0 milioni (0,9%).

Principali tipologie di intervento

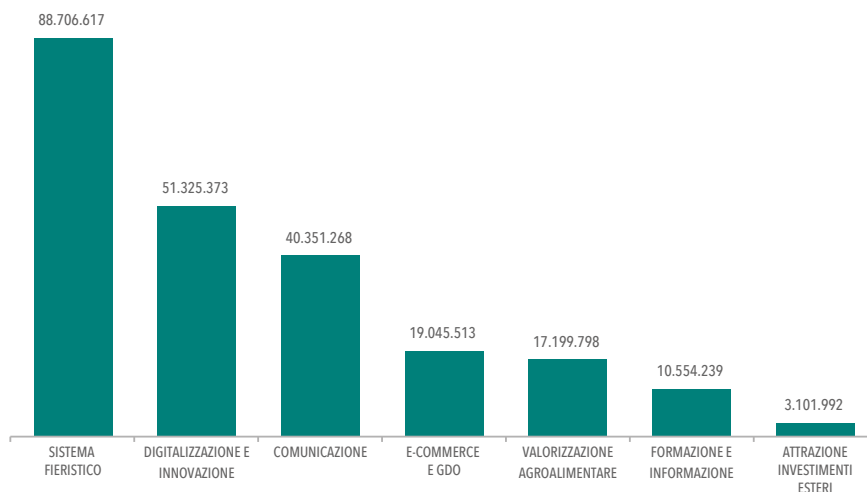


Per quanto riguarda la ripartizione dello speso promozionale tra le varie linee di azione previste dal Decreto MAECI di riparto, l'importo più consistente è stato quello dedicato al sistema fieristico (nazionale e internazionale), con uno speso di 88,7 milioni di euro (pari al 38,5% del totale), seguito da digitalizzazione e innovazione delle PMI con 51,3 milioni (22,3%) e dalla comunicazione con 40,4 milioni (17,5%).

Molta rilevanza hanno avuto anche le azioni a favore di iniziative con partner e-commerce e GDO, con uno speso di 19,0 milioni (8,3% del totale), della valorizzazione dell'agroalimentare (17,2 milioni, 7,5%), di formazione e informazione 10,6 milioni (4,6%) e di attrazione degli investimenti esteri con 3,1 milioni di speso (1,3%).

Attività promozionale 2022 totale per azioni

(Valori in euro)



Nel 2022 sono state realizzate complessivamente più di 900 iniziative promozionali, con 23.800 partecipanti italiani e 11.200 operatori esteri.

CUSTOMER SATISFACTION

Per rilevare i livelli di customer satisfaction delle aziende italiane clienti di Agenzia ICE, in riferimento ai servizi di promozione utilizzati nel corso del 2022, è stata impiegata una metodologia di somministrazione mista:

- CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) interviste autocompilate con questionario online, tramite i contatti email forniti da Agenzia ICE;
- CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing), per raggiungere, tramite le interviste telefoniche, le aziende che non hanno risposto al questionario online.

A partire da un universo di 25.488 aziende sono state effettuate 5.008 interviste ed è emerso che i servizi di promozione nel complesso del 2022 evidenziano una soddisfazione media di 4,3 (su scala da 1 a 5).

Il report completo è consultabile sul sito www.ice.it, nella sezione Amministrazione Trasparente/Servizi erogati/servizi in Rete.

FOCUS: I PROGETTI INNOVATIVI DI AGENZIA ICE

La strategia digitale: e-commerce

Al fine di sostenere le aziende italiane nel loro percorso di promozione e distribuzione sui canali digitali, che acquisiscono sempre più rilievo per le esportazioni mondiali, Agenzia ICE ha attuato nel 2022 le seguenti linee strategiche:

- sottoscrizione di accordi con grandi marketplace ed e-tailer internazionali o locali, per l'accesso delle realtà produttrici italiane a tali piattaforme a costi limitati;
- creazione – all'interno di queste piattaforme – di vetrine del Made in Italy, per contrastare fenomeni di Italian sounding;
- finanziamento di campagne pubblicitarie digitali volte a generare traffico verso tali vetrine, per sostenere la performance economica delle imprese ivi presenti, assicurando una maggiore visibilità ed engagement tra i consumatori;
- assistenza end-to-end: dalla creazione dei negozi virtuali fino alla fatturazione, attraverso l'intero ciclo dell'e-commerce (formazione, promozione, ordine, logistica, post-vendita).

Nel corso del 2022 Agenzia ICE ha aperto 17 vetrine in 16 Paesi diversi con i seguenti partner: Evino/Grand Cru (Brasile), Divvino (Brasile), Wine.com.br (Brasile), Zalando (Austria, Belgio, Danimarca, Francia, Germania, Paesi Bassi, Spagna), Alibaba.com (copertura globale, operante in oltre 190 Paesi), Gmarket (Corea del Sud), Galaxus (Svizzera), Shopee (Thailandia), Amazon (Francia, Germania, Spagna, UK, USA, Paesi Bassi, Svezia e Polonia), Lamoda.kz (Kazakistan).

Di queste, 3 sono dedicate esclusivamente al vino (Evino/Grand Cru, Divvino, Wine.com.br), Zalando per i settori moda e cosmetica, Galaxus per i settori moda, cosmetica e gioielleria, Lamoda.kz per il settore moda, mentre le restanti 10 sono plurisettoriali.

Nel corso del 2022, le aziende ammesse ai progetti e-commerce su piattaforme oggetto di accordi sono state 4.433, di cui 1.722 ammesse nel 2022. Di queste, oltre l'80% risultano già attive sulle diverse piattaforme.

Le categorie merceologiche maggiormente rappresentate sono agroalimentare e vini, bevande alcoliche, seguite da abbigliamento e accessori, design, cosmetica, gioielleria, pelletteria, calzature, tecnologia industriale e occhialeria.

Se si osserva la distribuzione territoriale, a cinque Regioni italiane fanno capo oltre il 50% delle aziende ammesse: Lombardia, Toscana, Veneto, Piemonte ed Emilia-Romagna.

In termini dimensionali, le aziende che hanno aderito ai progetti e-commerce di ICE rientrano per la quasi totalità nella categoria delle PMI: solo il 10% dichiara, infatti, un fatturato annuo superiore ai 25 milioni di euro.

Inoltre, a partire dal 2022, Agenzia ICE fornisce un servizio di assistenza specializzata tramite team dedicato, volto a indirizzare le aziende verso le soluzioni digitali e-commerce più appropriate e a dare indicazioni per ottimizzare la

loro presenza sulle varie piattaforme. Tale servizio di consulenza digitale è stato fruito da 406 aziende.

Sempre a supporto delle imprese è stato lanciato con Amazon il servizio Made in Italy Incubator, che sta affiancando 60 imprese del Made in Italy nell'incremento delle proprie performance sulla piattaforma tramite consulenza specializzata e creazione di business plans e piani di azione progettati ad hoc.

La strategia nella Grande Distribuzione Organizzata (GDO)

Come indicato dalla Cabina di Regia per l'Internazionalizzazione, "per proseguire nel solco dell'azione di rafforzamento dell'offerta del Made in Italy nelle catene della GDO internazionale", in stretto raccordo con il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, le iniziative che l'Agenzia ICE realizza con le GDO estere costituiscono una base di marketing incentivante per i processi di aggregazione e qualificazione dell'offerta di prodotti e servizi delle PMI export-oriented, oltre che un ulteriore stimolo per le attività online che caratterizzano la struttura di molte catene distributive estere.

Ciascun retailer, a fronte di un investimento promozionale dell'Agenzia ICE, si impegna ad effettuare acquisti aggiuntivi di prodotti italiani di qualità da distribuire nei propri punti vendita sul territorio, anche in modalità online. Inoltre, le GDO sono incentivate ad ampliare la gamma di prodotti italiani in assortimento e a prevedere l'inserimento di nuovi fornitori.

Le finalità che Agenzia ICE intende raggiungere attraverso gli accordi con le GDO sono:

- sostenere l'ingresso e lo sviluppo sui mercati esteri di prodotti italiani di qualità, grazie alla
- collaborazione con le GDO ed i retailer O2O (offline to online);
- incrementare visibilità, distribuzione e vendite dei prodotti delle PMI italiane;
- lanciare nuovi marchi e prodotti italiani, inserendo stabilmente nuove merceologie nei canali stranieri della grande distribuzione;
- potenziare le azioni di marketing verso il consumatore, promuovendo l'immagine e la cultura del Made in Italy;
- contrastare la contraffazione ed altri fenomeni simili, come quello dell'Italian sounding.

Nel 2022 sono stati registrati 56 accordi attivi con la GDO in tutto il mondo, con particolare riferimento ad alcuni mercati prioritari (tra cui USA, Giappone, Cina, Emirati Arabi Uniti, Thailandia e Canada), che hanno coinvolto 6.407 punti vendita. Tra le catene distributive estere coinvolte citiamo, a titolo esemplificativo, Saks (USA), Secoma (Giappone), Epermarket (Cina), Lulu (E.A.U.), CFR – Central Food Retail (Thailandia), Saq – Lcbo (Canada).

Campagna di Nation Branding

La prima campagna di Nation Branding, lanciata nel 2021 dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione

Internazionale in collaborazione con Agenzia ICE, "Italy is simply extraordinary: beIT", si è conclusa il 31 ottobre 2022.

La Campagna ha avuto tre principali obiettivi:

- raggiungere un pubblico globale in 26 paesi target, poi ridotti a 25 a seguito dell'esclusione della Russia;
- informare un target internazionale sugli aspetti meno conosciuti dell'Italia;
- sostenere l'internazionalizzazione delle filiere produttive italiane, ampliando e diversificando i mercati esteri per le piccole e medie imprese.

La campagna, principalmente digitale e omnichannel, è stata divisa in due fasi: la prima concentrata sugli straordinari valori dell'Italia - creatività, innovazione, patrimonio, passione, stile e diversità – e la seconda destinata alla promozione di specifiche filiere produttive di interesse strategico per il Made in Italy: Machinery, Automation and Components; Fashion, Luxury, Lifestyle; Healthcare and Wellness; Agri-food; Design; Auto and Nautical Industry; Advanced Technologies for Aerospace and Security; Sustainable Infrastructure and Energy; Culture and Entertainment.

In attesa della realizzazione della seconda fase della campagna di comunicazione, **è stata individuata e avviata una soluzione-ponte per mantenere l'infrastruttura digitale. Tale soluzione ha previsto l'affidamento in outsourcing, da un lato, delle attività di hosting dell'infrastruttura digitale "beIT" e dei servizi ad essa collegati (www.madeinitaly.gov.it e relative landing pages) e, dall'altro, della gestione e aggiornamento del Communication Hub, nonché della pianificazione, gestione e moderazione dei canali social ufficiali "beIT".**

Bonus Export Digitale

La misura "Bonus Export Digitale" è stata lanciata nel maggio 2022 dal MAECI e dall'Agenzia ICE con la finalità di sostenere lo sviluppo delle attività di esportazione e internazionalizzazione delle piccole e microimprese del settore manifatturiero attraverso l'erogazione di un contributo che consenta loro di accedere più facilmente alle soluzioni digitali per l'export.

Il contributo è concesso in regime de minimis per i seguenti importi:

- € 4.000,00 alle imprese a fronte di spese ammissibili non inferiori, al netto dell'IVA, a € 5.000,00;
- € 22.500,00 euro alle reti e consorzi a fronte di spese ammissibili non inferiori, al netto dell'IVA, a € 25.000,00;

Anche se inizialmente pensato per le microimprese, dal dicembre 2022 il Bonus è stato esteso anche alle piccole imprese del settore manifatturiero (codice ATECO C) con meno di 50 occupati e fatturato annuo o totale di bilancio annuo non superiore a dieci milioni di euro, aventi sede legale o sede operativa e stabilimento produttivo in Italia.

L'Agenzia ICE si avvale del supporto tecnico di INVITALIA, con la quale ha stipulato un Accordo di collaborazione per la gestione della misura.

BENI DI CONSUMO

BENI DI CONSUMO

Considerata la ripresa delle attività in presenza, l'organizzazione di incontri con operatori esteri ha dovuto tener conto dei periodi di apertura asimmetrica delle aree geografiche. Coinvolgendo tuttavia l'intera rete estera dell'ICE nella selezione e nell'invito di operatori alle manifestazioni in Italia, molti Uffici ICE hanno avuto la possibilità di proporre visitatori a manifestazioni italiane, consentendo alle aziende di entrare in contatto con potenziali partner.

L'Ufficio Beni di Consumo ha favorito la maggiore partecipazione di aziende italiane alle iniziative realizzate. Sono stati attivati nuovi contatti e identificate nuove manifestazioni, derivanti dalla proficua interlocuzione con organismi territoriali, associazioni imprenditoriali ed enti fieristici.

INDUSTRIE CULTURALI E CREATIVE

L'industria culturale e creativa è composta da diversi settori: audiovisivo, discografia, editoria, strumenti musicali, arte e artigianato artistico. Nonostante sia caratterizzata da una significativa complessità, legata prevalentemente alla natura intangibile della maggioranza dei beni trattati (con l'eccezione del settore degli strumenti musicali) e dall'aspetto culturale comune a questi settori, registra una continua crescita sullo scenario del commercio internazionale.

L'Agenzia ICE pone al centro della propria attività l'aspetto commerciale: opera principalmente nelle più importanti fiere internazionali organizzando partecipazioni collettive e invitando delegazioni di operatori professionali, giornalisti, operatori della comunicazione alle principali manifestazioni in Italia e, inoltre, organizza webinar tematici.

L'anno 2022 è stato caratterizzato dall'introduzione di attività promozionali nel settore dell'arte, con l'avvio dell'organizzazione della prima delegazione di operatori esteri alla fiera MIART di Milano. È proseguito il supporto delle primarie fiere nazionali del comparto con contributi di potenziamento fieristico a rimborso alle fiere MIA, Mercato Internazionale Audiovisivo e Bologna Children's Book Fair.

SISTEMA MODA

Nell'ambito dei settori filati, tessuti, abbigliamento, calzature-pelletteria-concia, moda intimo e moda mare, cosmetica e profumeria, articoli sportivi, sistema termale, oreficeria e gioielleria, occhialeria, vengono principalmente realizzati partecipazioni

collettive a fiere, missioni di operatori esteri in Italia, mostre autonome all'estero e azioni di comunicazione di ampio respiro.

Sono state mantenute le collaborazioni con gli interlocutori privilegiati per il settore e contemporaneamente è stato necessario proseguire con l'adeguamento delle iniziative promozionali al nuovo scenario economico mondiale, ampliando le attività in America e Asia.

Sul versante italiano, è proseguita la politica di supporto alle principali fiere settoriali, con l'erogazione di contributi di potenziamento fieristico a rimborso e la spinta all'allargamento dei Paesi di provenienza degli operatori esteri in visita (Altaroma, Pitti, Settimane della Moda di Milano, Milano Unica, MICAM, Cosmoprof, VicenzaOro, MIDO, ecc.).

SISTEMA ABITARE

Nell'ambito del settore costruzioni, sono state realizzate varie iniziative per la promozione dei materiali lapidei, in collaborazione con Confindustria Marmomacchine.

Altro filone di attività del settore delle costruzioni è quello dedicato ai componenti tecnici dell'involucro edilizio e dei materiali per le costruzioni, con iniziative generalmente a supporto di FINCO (Federazione Industrie, Prodotti, Impianti Servizi e Opere Specialistiche per le Costruzioni).

L'Agenzia ICE e Confindustria Ceramica collaborano da anni con l'obiettivo di valorizzare l'eccellenza delle aziende italiane del settore ceramico attraverso strategie di promozione e assistenza che nel 2021 hanno portato a vari interventi promozionali. Nel settore delle costruzioni in generale, sono state realizzate iniziative specificamente dirette a mercati emergenti, in particolare africani.

Nell'ambito dei settori arredamento, complementi d'arredo, oggettistica per la casa, si è cercato di potenziare l'intervento promozionale, sia ampliando il numero dei mercati focus fino a sondare vari mercati emergenti, sia diversificando le modalità attuative, con l'utilizzo di vetrine virtuali, incontri digitali e webinar. Inoltre sono state realizzate iniziative in alcuni distretti regionali italiani, a supporto di aziende locali anche di dimensioni ridotte. Un intervento mirato è stato dedicato al segmento del vetro di Murano e al relativo distretto produttivo.

È proseguito il supporto alle principali fiere settoriali attraverso contributi di potenziamento fieristico a rimborso (Salone del Mobile, MADE, Cersaie, ecc.), favorendo azioni di comunicazione all'estero e l'invito di operatori esteri da un ampio raggio di aree economiche.

AGROALIMENTARE E VINI

AGROALIMENTARE E VINI

L'Ufficio Agroalimentare e Vini realizza diversi filoni di attività: organizzazione di B2B sul territorio nazionale o all'estero tra buyer internazionali e PMI italiane in occasione di eventi fieristici primari o in collaborazione con Associazioni di categoria e stakeholder privati, organizzazione di collettive nazionali presso le principali fiere estere di settore, azioni in Italia e all'estero con la GDO e piattaforme e-commerce. Vi è inoltre l'area della convegnistica e della didattica rivolta alle aziende italiane, svolta in autonomia (convegni istituzionali) o insieme a partner (Università, Associazioni) e infine l'organizzazione di eventi commerciali (Workshop e Borse Vini) all'interno dei quali si svolgono incontri di affari e giornate di degustazione.

Nel 2022, nonostante gli strascichi della pandemia da Covid 19, per la maggior parte le attività sono riprese in presenza e hanno vissuto un nuovo periodo di slancio, seppur con numeri talvolta inferiori agli anni passati. Solo alcuni eventi fieristici sono stati annullati o rinviati, in particolare nelle aree geoeconomiche ancora soggette a misure restrittive o laddove eventi bellici abbiano reso impossibile la continuazione delle attività.

Per sostenere le aziende è proseguito il supporto promozionale al consumo, con azioni dedicate alla promozione dei prodotti alimentari e dei vini in collaborazione con catene della GDO in diversi Paesi di maggior interesse per le esportazioni nazionali e attraverso accordi volti a favorire la presenza di aziende del settore su canali di vendita elettronici. È stato realizzato un programma di attività articolato, che ha previsto accordi con partner internazionali in grado di gestire il processo di accesso al mercato per le imprese italiane, promuovendo i prodotti Made in Italy presso i consumatori digitali all'interno delle piattaforme online, con investimenti in marketing digitale ed attività O2O (offline to online) mirate ad aumentare traffico e vendite per le imprese coinvolte.

Le attività promozionali realizzate dall'Ufficio per il settore agroalimentare e vini, comprese quelle calendarizzate nell'ambito del Piano Export Sud sono state oltre 100, così suddivise:

- 46 incoming di operatori e giornalisti esteri in Italia: SIGEP, Beer Attraction, Sana/Slow Wine, Milano Wine Week, Aperitivo World Day, Marca, Vinalty/Sol, Vitigno Italia e l'Anteprima 2023, Vinovip, Cibus, Macfrut, Sana, Host, Tuttofood, Zoomark, Gustus, Autochtona, Terra Madre, MyPlant&Garden, Interpoma, Euroflora e Fiere Zootecniche, per citare alcune delle fiere che hanno ospitato le delegazioni straniere;
- oltre 60 le partecipazioni a fiere estere, tra collettive e punti Italia. Per il settore Food da citare: Biofach, Foodex, Prodexpo, Seoul Food, Hofex, Gourmet Selection Paris, Food Africa Cairo, Food&Hotel Vietnam, World Food,

Franchise Expo, Fruitattraction, Anuga, Natexpo, Speciality Food, FHC, Hospitality Qatar. Per il settore Vino e Spirits: Vinexpo Meeting Federbio a Bordeaux, Wine Paris Vinexpo, Prowein, Bar Convent Berlin, Bar Convent Brooklyn, IMBIBE, Warsaw Wine Experience, Mostra autonoma del vino italiano in Sudafrica. Da menzionare, infine, le partecipazioni fieristiche alle manifestazioni del Private Label: PLMA Amsterdam e PLMA Chicago;

- 8 Borse Vini in: Polonia, Scandinavia, Singapore, Giappone, Irlanda, Regno Unito, oltre alle tradizionali Grandi Degustazioni in Canada, l'esposizione e degustazione vini in Camerun e 1 Borsa Olio EVO in Giappone in modalità phygital su 2 tappe, Tokyo e Osaka;
- 4 Corsi di formazione ed eventi promozionali sul vino in Cina (in 3 città - oltre 300 promotori del vino formati), in USA (12 corsi in modalità virtuale che hanno coinvolto partecipanti da 31 Stati), 1 corso sommelier a Cuba e una Masterclass in Irlanda.

Sono state inoltre realizzate azioni al consumo, azioni di comunicazione in occasione dei principali eventi di settore, oltre a workshop B2B e webinar. Le attività promozionali hanno visto nel loro complesso un totale di 2.659 partecipanti italiani a fiere ed eventi all'estero e di 1.913 operatori esteri in attività di incoming in Italia.

Tra le attività svolte se ne evidenziano alcune, particolarmente rilevanti per innovatività e impegno:

- l'evento Digital B2B Smart 365 food&wine: evento autonomo con il coinvolgimento di circa trenta uffici, 2 webinar formativi con oltre 300 partecipanti ciascuno, 5 giornate di b2b, circa 2000 contatti tra i 187 buyer attivi e le 342 aziende italiane partecipanti;
- lo showroom High Street Italia Seoul: giunto al terzo anno di attività, e situato nell'area centrale di Garosu Gil, ospita eventi b2b e b2c, corsi di cucina e degustazioni ed è dotato di una caffetteria bistrot aperta al pubblico che offre caffè e prodotti dolciari italiani. Nel 2022 gli eventi organizzati hanno visto la partecipazione di 82 operatori italiani dei settori food&beverage e 30 importatori/distributori coreani. Tra le iniziative realizzate vanno citate il Workshop Agroalimentare "Discovering Italian Taste" e le attività legate alla Settimana della Cucina italiana. Sul versante digital e social tramite il sito <https://highstreetitalia.com/> e l'IG www.instagram.com/highstreet_italia/ si sono registrate 49.364 page views (website) e oltre 4.700 followers;
- l'Expo Floriade ad Almere (Olanda), esposizione florovivaistica universale a cadenza decennale, si è svolta da aprile a ottobre e ha visto la realizzazione di un giardino di circa 800 mq con una ricca selezione di piante tipiche dei nostri territori ed espressione dell'expertise Made in Italy. Il tema scelto per il Padiglione Italiano, "Italia radici future", è valso l'assegnazione del premio speciale per la categoria "Theme Prize" - sezione outdoor. La partecipazione è stata animata da alcuni eventi a carattere istituzionale e culturale, seminari tematici e incontri tecnici, nonché azioni promozionali (in particolare degustazione olio di oliva), organizzate in collaborazione con l'Ambasciata d'Italia nei Paesi Bassi e con le principali Associazioni di Categoria. Expo

Floriade rientra nel novero di una serie di azioni integrate svolte per il comparto del florovivaismo, tra cui il portale Phytoweb, in collaborazione con ANVE, per fornire alle imprese esportatrici uno strumento per orientarsi nella normativa internazionale del settore e per dotarsi di un passepartout per la qualità fitosanitaria;

- la “Settimana della Cucina Italiana nel Mondo”, giunta alla settima edizione, costituisce un consolidato strumento di promozione per l’immagine del Made in Italy alimentare nel mondo. L’iniziativa consente di ampliare la conoscenza della cucina e della gastronomia italiana mediante la diffusione di attività educative e di fornire una vetrina commerciale in termini di promozione e vendita dei prodotti alimentari italiani. La settima edizione si è svolta nella settimana del 14-20 novembre e ha avuto come tema “Convivialità, sostenibilità e innovazione: gli ingredienti della cucina italiana per la salute delle persone e la tutela del pianeta”. L’Agenzia ICE ha realizzato 85 iniziative in 80 Paesi, online e offline, come ad esempio degustazioni guidate, in-store promotion, azioni di formazione con scuole di cucina, videoricette, promozioni tramite influencer. Inoltre con il segno distintivo “The Extraordinary Italian Taste”, che identifica la promozione del settore alimentare italiano nel mondo, l’Agenzia ICE in collaborazione con il MAECI, ha realizzato un’immagine di riferimento, declinata in sei lingue, per dare identità alla manifestazione e da usare anche nelle edizioni successive;
- nel corso dell’anno è inoltre continuata la collaborazione di questo Ufficio con il Cluster Agrifood Nazionale, un’associazione multistakeholder che aggrega imprese, associazioni di categoria, università, organismi di ricerca, enti di formazione e rappresentanze territoriali che operano nel settore agrifood, alla quale l’Agenzia ICE è associata dal 2013;
- è proseguita la collaborazione, attiva dal 2020, con FederBio, una partnership finalizzata alla promozione dei prodotti agroalimentari biologici sui mercati internazionali, che ha portato, tra le altre attività, all’attivazione della piattaforma ITA.BIO, all’interno della quale sono gratuitamente messi a disposizione delle aziende strumenti di market intelligence (report sul comparto, schede paese e webinar sui mercati potenzialmente più favorevoli per il bio Made In Italy, realizzati anche grazie al supporto di Nomisma).

Sono proseguite infine anche le collaborazioni didattiche con Tor Vergata, Sant’Anna di Pisa e altre Università, all’interno di Master di I e II livello dedicati all’internazionalizzazione del comparto agroalimentare ed è proseguita l’attività di comunicazione del settore agroalimentare e vini grazie all’attivazione di accordi a titolo gratuito con varie riviste di settore, che ha visto la rete estera dell’Agenzia ICE protagonista nella diffusione di informazioni riguardanti i rispettivi Paesi.

L’Ufficio ha contribuito alla finalizzazione - limitatamente alle attività agroalimentari - di un Protocollo d’intesa con l’Arma dei Carabinieri (nei due corpi dei NAS e della Tutela Agroalimentare), a cura dell’Ufficio di Coordinamento Marketing, per supportarsi reciprocamente nelle azioni di promozione in occasione dei principali

eventi fieristici in Italia e all'estero, nell'ottica di un'azione di sistema sulla salubrità del prodotto agroalimentare Made in Italy, in linea con il dettato governativo e le strategie di tracciabilità e sostenibilità. Seguendo la stessa vision, nell'ambito delle fiere di settore è stata prevista un'azione formativa e di assistenze alle aziende sui temi della blockchain e del progetto Track.it, grazie ai colleghi dell'Ufficio ICE di Milano, incaricati dello sviluppo del progetto.

TECNOLOGIA INDUSTRIALE, ENERGIA E AMBIENTE

TECNOLOGIA INDUSTRIALE, ENERGIA E AMBIENTE

Nel 2022 sono state complessivamente realizzate circa 200 iniziative promozionali, in favore di 41 settori merceologici di competenza.

La ripartizione geografica delle iniziative ha privilegiato le aree più importanti per il commercio mondiale e sulla base della dinamica della domanda locale. L'attività promozionale ha riguardato complessivamente 50 Paesi; l'area geografica su cui si è investito maggiormente è l'Europa, seguita dalle Americhe, dall'Asia e dall'Africa.

Per quanto riguarda la distribuzione settoriale delle iniziative i primi cinque settori innovativi maggiormente interessati da attività promozionali sono stati: Startup e Innovazione, Aerospazio e Difesa, Medicale/ Farmaceutico e Dispositivi Medici, Energie rinnovabili, Efficientamento Energetico e Tecnologie Ambientali.

Anche per il 2022 è stata assicurata l'operatività dei Desk settoriali e sono riprese le attività sui Centri Tecnologici con progetti di nuova apertura e follow-up su Centri esistenti, in particolare si evidenziano i progetti in: Uzbekistan (macchine tessili, macchine per lavorazione pelli e concia, macchine utensili), Algeria (macchine marmo), Perù (macchine tessili, macchine agricole), Bangladesh (macchine tessili), Angola (macchine agricole), Vietnam follow-up (macchine tessili, macchine marmo) e nuovo Centro per macchine lavorazione pelli e concia, Etiopia (macchine marmo).

Molto intensa l'attività dei singoli settori che di seguito è descritta nel dettaglio.

INDUSTRIA LEGGERA E MECCANICA INDUSTRIALE

Per il settore della meccanizzazione agricola l'attività programmata per l'anno 2022 ha avuto una cauta ripresa dando alle aziende la possibilità di tornare in presenza in fiera. In questo nuovo scenario è ripartita l'attività promozionale che ha visto l'organizzazione di partecipazioni collettive italiane alle più importanti fiere di settore all'estero, quali ExpoAgro (Argentina), Agriteq (Qatar), Agrishow (Brasile), Fiera Internazionale dell'Agricoltura di Novi Sad (Serbia) e molte altre.

Nel 2022 sono ripresi gli incoming di operatori esteri in presenza in Italia e durante FieraAgricola ed EIMA International.

Nel campo delle tecnologie per la trasformazione alimentare sono state organizzate, tra le altre, le seguenti iniziative: SIGEP 2022, BBTech 2022 e Macfrut 2022 in Italia, FISPAL Tec 2022 (Brasile) e ANUTEC (India).

Per il settore delle tecnologie per il confezionamento e l'imballaggio sono state realizzate le collettive a Propak China, Pack Expo Las Vegas e Propak India.

A favore delle macchine pelli, calzature e concerie sono state organizzate le seguenti collettive: APLF 2022 (EAU) e Shoes&Leather 2022 (Vietnam). Importante per la promozione del settore è il progetto a contributo erogato annualmente in occasione di Simac Tanning Tech (ultima edizione Milano, 20-22 settembre). Per il settore delle macchine tessili sono state realizzate, in collaborazione con l'Associazione di settore ACIMIT, diverse iniziative tra le quali: ColombiaTex (Colombia), Techtextil North America (Stati Uniti), Techtextil (Germania), CAITME (Uzbekistan).

Tra le attività promozionali a favore della tecnologia italiana per la lavorazione del marmo e della pietra naturale sono state organizzate varie iniziative: Coverings 2023 (Stati Uniti), BATIMATEC (Algeria), Expo CIHAC (Messico), Middle East Stone (EAU), ecc.

Per il settore delle tecnologie per il confezionamento e l'imballaggio è stato realizzato un incoming a Ipack-Ima/Pharmintech (Milano), nonché varie collettive come Propak East Africa (Kenya), Djazagro (Algeria) e molte altre.

Le macchine per la lavorazione di plastica e gomma sono state oggetto di un incoming in occasione di Greenplast (Milano) ed è stata organizzata una collettiva a PlastPrintPack West Africa (Ghana).

Per quanto riguarda le macchine per la lavorazione della ceramica è stato realizzato un incoming a TECNA (Rimini), a cui si sono aggiunte le partecipazioni collettive a Coverings (Stati Uniti), Indian ceramics, Asean ceramics (Thailandia).

A supporto del comparto efficientamento energetico, è stato organizzato un incoming alla fiera MCE – Expocomfort (Milano) e un padiglione Italia presso ICCI (Turchia).

Relativamente al printing e converting è stato realizzato un incoming in occasione dell'evento internazionale di riferimento per il settore Print4All e la partecipazione collettiva a Printpack Vietnam 2022.

Per il settore delle tecnologie per la lavorazione del legno sono state realizzate azioni di comunicazione ed incoming di operatori in occasione della fiera di riferimento Xylexpo (Milano).

A sostegno del settore dei costruttori italiani di macchine, impianti, accessori e prodotti speciali per il vetro è stato finanziato il progetto Vitrum all'Italian Glass Weeks (Milano-Venezia), nonché le collettive Glass South America (Brasile), Glassbuild America (Stati Uniti) e azioni di comunicazione in occasione della fiera Glasstec (Germania).

Per il settore delle macchine filo e cavo sono state realizzate due partecipazioni collettive in altrettante manifestazioni fieristiche alla Wire Southeast Asia (Thailandia) e alla Wire India.

A favore delle tecnologie per la fonderia e metallurgia, sono state realizzate partecipazioni collettive alle fiere Euroguss (Germania), Fenaf (Brasile), Gifa Southeast Asia (Thailandia) e altre.

Per il settore delle macchine utensili, robot e automazione industriale l'Agenzia ICE ha organizzato tre incoming di operatori esteri in occasione delle fiere SamuExpo (Pordenone), Lamiera (Milano) e Bimu (Milano).

INNOVAZIONE

I settori medicale, dentale e farmaceutico hanno visto nel 2022 la ripresa di tutte le iniziative in presenza con una grande partecipazione da parte delle aziende italiane; sono state promosse iniziative promozionali in nuovi mercati e consolidati i mercati nei quali le imprese sono già attive. Tra le iniziative più importanti per il settore medicale sono state organizzate partecipazioni collettive di aziende e start up alla fiera Arab Health (Dubai), alla CMEF (Shanghai) e alla fiera Medica (Dusseldorf). Per i nuovi mercati sono state organizzate la partecipazione collettiva alla fiera Iran Health e Iran Hospitex (Teheran) e sono state organizzate, come prima partecipazione per ICE Agenzia, le collettive alla fiera Medical Technology Ireland Expo (Galway) e alla Med Tech Innovation Expo (Birmingham). Sono state infine curate indagini di mercato nei settori medicale e farmaceutico in Turchia, Sudafrica e Africa occidentale.

Per il settore dentale ICE Agenzia ha organizzato una collettiva di aziende italiane all'evento più importante a livello internazionale, la fiera AEEDC (Dubai) e un incoming di operatori esteri in occasione della fiera Expodental Meeting (Rimini).

Nel settore dei materiali compositi è stata organizzata una partecipazione collettiva al Jec World (Parigi), mentre per il settore nutraceutica otto aziende italiane sono state portate a Vitafoods (Ginevra).

Nel 2022 è proseguito, in accordo con ANIE, il programma per il settore elettrotecnica ed elettronica sono riprese le iniziative in presenza con 5 partecipazioni collettive: Future Energy Asia (Thailandia), Electra Mining (Sud Africa), Egypt Energy, Ener Event Marocco, Enlit Europe (Germania).

Per le biotecnologie è stata realizzata la presenza italiana alla Bio International Convention USA, il più grande evento di settore esistente che riunisce i leader mondiali dell'industria delle Scienze della Vita. L'Italia è stata presente tramite Agenzia ICE anche alla Bio Asia Taiwan e alla Bio Japan, principali eventi di partnering in Asia per l'industria delle biotecnologie.

In linea generale nel 2022 le attività promozionali a favore delle imprese del settore delle tecnologie ambientali e

di quello contiguo del cleaning professionale si sono svolte nei mercati maturi, ossia i principali mercati di sbocco per il nostro export, attraverso l'organizzazione di una presenza istituzionale italiana alla fiera IFAT (Germania) e di una partecipazione collettiva alla fiera ISSA Show North America (Stati Uniti). Per quanto attiene i mercati ad alto potenziale, sono state organizzate partecipazioni collettive negli EAU, sia al WFES - World Future Energy Summit - che alla WETEX oltre alle fiere Ecomondo Mexico e al GEFE Green Economy Forum & Exhibition (Vietnam).

Il sostegno pubblico all'internazionalizzazione è stato dedicato con rinnovata attenzione al potenziamento fieristico dei saloni Ecomondo e Key Energy (Rimini) per la valorizzazione del tema dell'economia circolare e della sostenibilità, Agenzia ICE ha realizzato, per la prima volta a favore del settore lavanderia, stiro e cura del tessile, un progetto composito comprensivo di azioni di comunicazione, ricerche di mercato ed un piccolo incoming di operatori esteri alla 19a edizione di EXPOdetergo International (Milano). Si tratta di un settore forse poco noto, che rappresenta però una vera e propria eccellenza del Made in Italy ed intorno a cui ruota un indotto con un fatturato di 1,7 miliardi di euro e più di 20mila addetti per le lavanderie industriali e 19.752 imprese di prossimità, con oltre 48mila addetti e un fatturato di 1,3 miliardi di euro.

Anche per il 2022 è stata assicurata l'operatività per i Desk relativi al progetto Machines Italia, dedicato alla promozione dell'eccellenza della tecnologia italiana, presso gli Uffici ICE di Chicago, Toronto e Città del Messico.

STARTUP

L'attività di Agenzia ICE per la promozione internazionale dell'ecosistema delle startup innovative italiane, che si è nel tempo estesa anche alle PMI innovative, è piuttosto articolata e consiste in particolar modo nell'organizzazione di partecipazioni collettive a eventi all'estero di grande rilievo internazionale e nell'invito in Italia di delegazioni straniere di investitori in occasione di fiere o manifestazioni di primaria importanza.

Le partecipazioni collettive più innovative e rilevanti nel 2022 sono state più di dieci, tra le quali il Consumer Electronics Show di Las Vegas, il Mobile World Congress di Barcellona, l'AI Summit- London Tech Week, ecc., mentre in Italia sono stati organizzati incoming di delegati esteri al Maker Faire di Roma e al We Make Future di Rimini.

Sono stati attivati Desk Innovazione, dedicati a startup e PMI innovative presso gli Uffici di Parigi, Londra, Praga, Los Angeles, Mumbai e Singapore e sono proseguite le attività presso il centro Innovit di San Francisco, progetto strategico promosso dal MAECI in collaborazione con l'ICE e con l'Istituto Italiano di Cultura di San Francisco, per offrire un modello di promozione integrata del Sistema Paese che unisca le dimensioni culturale, tecnologica e scientifica nella Silicon Valley, luogo simbolo dell'innovazione globale.

La terza edizione del Global Start Up Program si è svolta da settembre a dicembre 2022, ed ha coinvolto 85 startup innovative italiane dei settori ICT, Robotica e Industria 4.0, Aerospazio, Automotive, Life Sciences, Smart Agriculture e Foodtech, Circular Economy, Smart Cities e Domotica. Le aziende hanno partecipato ad un percorso di otto settimane presso incubatori ed acceleratori esteri in Corea del Sud, Emirati Arabi Uniti, Germania, Regno Unito e Stati Uniti d'America. Sulla scia del Global Start Up Program, da aprile a giugno 2022 si sono svolte la seconda e terza annualità di "Accelerate in Israel", programma che mira a promuovere lo scale-up internazionale di startup italiane interessate a sviluppare il proprio piano d'impresa nell'ecosistema dell'innovazione israeliana, ed è promosso e organizzato dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale in collaborazione con Agenzia ICE.

MOTORISTICA E INFRASTRUTTURE

Per il settore del ciclo e motociclo, è stato gestito, tramite la concessione di un contributo, il progetto di supporto alla 79ª edizione della fiera EICMA 2022 (Milano), il più importante e longevo evento fieristico al mondo per il settore delle due ruote, oltre a riproporre per il 2022 il Progetto Bike Economy - Giro D'Italia il cui obiettivo è quello di favorire la promozione delle eccellenze del Made in Italy e dei distretti produttivi nazionali in occasione di alcuni eventi di risonanza internazionale e grande visibilità mediatica dedicati al ciclismo, quali il Giro d'Italia e le "Classiche Autunnali".

Per il settore della nautica è stato gestito, tramite la concessione di un contributo, il progetto di supporto alla 62ª edizione del Salone Nautico Internazionale di Genova, principale evento espositivo dedicato alla nautica da diporto - in collaborazione con Confindustria Nautica. Ampio sostegno è stato dato alla partecipazione italiana alla Metstrade Amsterdam 2022, alla SMM di Amburgo, oltre ad organizzare un incoming al Salone Nautico di Venezia.

Per il settore dell'aerospazio sono state realizzate numerose iniziative, tra cui l'Aerospace and Defence Supplier Summit (Stati Uniti), l'International Astronautical Congress (Francia), l'Aeromart Toulouse (Francia). Significativa anche la partecipazione con una collettiva di start-up al Farnborough International Airshow (Regno Unito).

Le principali attività a favore del settore mobilità e automotive nel 2022 sono stati gli incoming organizzati in occasione della fiera VTM 2022 (Torino) e Autopromotec 2022 (Bologna), oltre alla partecipazione all'Automotive Aftermarket Industry Week (AAIW), presso AAPEX/SEMA Show 2022 (Stati Uniti).

È stato inoltre realizzato il progetto straordinario di supporto alle eccellenze del "Made in Italy", in particolare della filiera automotive della Motor Valley, in occasione del Gran Premio del Made in Italy e dell'Emilia Romagna, concretizzatosi in eventi di rilevanza mondiale per la promozione dell'immagine delle eccellenze italiane della filiera, affiancati da iniziative b2b sia per i marchi noti che per PMI, start-up, Università e Centri di ricerca, quali il Motor Valley Fest, Il Cavallino, Expo Dubai.

Per il settore movimento terra sono state organizzate, tra le altre, in collaborazione con la Federazione ANIMA Confindustria con le associazioni AISEM e UCOMESA e l'associazione UNACEA, partecipazioni collettive in occasione del World of Concrete 2022 (Stati Uniti), del Batimatec 2022 (Algeria), della Exponor 2022 (Cile), della Perumin 2022 (Perù) e della The Big 5 Kenya 2022.

Per l'Accordo quadro di collaborazione tra ASI (Agenzia Spaziale Italiana) e ICE, è stata affiancata ASI nella presentazione della candidatura, poi vincente, per ospitare l'International Astronautical Conference 2024 a Milano. Durante lo IAC 2022 di Parigi è stato organizzato un evento di presentazione e taglio del nastro, in vista di IAC Milano 2024. Dal 21 al 24 giugno si è tenuto l'Incoming "ASI-ILIA Distretti Italiani Aerospazio 2022", con la visita delle delegazioni dei 20 paesi membri dell'ILIA ai distretti Tecnologici Aerospaziali di Lazio, Puglia e Lombardia.

Per la filiera tecnologica, impiantistica e di servizi specializzati in Oil & Gas nel corso dell'anno Agenzia ICE in collaborazione con ANIMA, ANIE e Federtec, ha organizzato delle partecipazioni collettive Italiane in occasione della EGYPS 2022 Offshore Technology Conference, della OTC 2022 (Stati Uniti) della Rio Oil & Gas 2022 (Brasile), della ONS 2022 (Svezia), della Oil & Gas Asia - OGA 2022 (Malesia) ed infine con la richiestissima ed apprezzatissima ormai storica presenza in occasione della ADIPEC - Abu Dhabi International Petroleum Exhibition and Conference, oltre a realizzare un progetto di potenziamento con la modalità contributo della fiera Gastech 2022, svoltasi a Milano dal 5 all'8 settembre, con un ampio programma di incoming operatori e azioni di comunicazione.

L'industria italiana della progettazione, della consulenza e delle infrastrutture ha visto il supporto di ICE alla presentazione rapporto OICE 2022 presso la sede ICE (29 novembre), l'organizzazione di webinar e seminari, oltre alla partecipazione a vari eventi internazionali, tra cui l'innovation Talk Expo Dubai "Connecting Infrastructures: transports, logistics and network", l'All Energy EXPO (Regno Unito) e l'Airport Show Dubai Expo.

**PARTENARIATO
INDUSTRIALE E RAPPORTI
CON GLI ORGANISMI
INTERNAZIONALI**

PARTENARIATO INDUSTRIALE E RAPPORTI CON GLI ORGANISMI INTERNAZIONALI

L'attività dell'Ufficio è indirizzata alla promozione del partenariato industriale sul piano bilaterale e su quello multilaterale, in coerenza con le indicazioni della Cabina di Regia per l'Internazionalizzazione e in raccordo con gli Uffici competenti del Ministero vigilante. Comprende inoltre azioni mirate su settori di particolare interesse per il nostro sistema imprenditoriale, con la partecipazione di aziende ed associazioni italiane e delle rispettive controparti nei mercati obiettivo.

Tra le azioni a carattere bilaterale, realizzate prevalentemente in raccordo con l'Ufficio IV della DGSP del MAECI, si segnalano nel corso del 2022 le seguenti:

- Country Presentation Polonia presso la Sede centrale dell'ICE-Agenzia (4 aprile);
 - Country Presentation Kyrgyzstan in formato virtuale (12 aprile);
 - webinar di presentazione della guida "Obiettivo India" (22 aprile);
 - indagine settoriale e supporto alla partecipazione di aziende italiane al Forum UE-Zambia di Lusaka (18 maggio);
 - Business Forum Italia Croazia presso il MAECI, in occasione della Bilaterale ministeriale con sessione plenaria, tavoli settoriali e sessione B2B (24 maggio);
 - presentazione del sistema economico e imprenditoriale del Kazakhstan presso la Sede centrale dell'ICE-Agenzia (1 giugno);
 - partecipazione di imprese italiane all'evento High Level Dialogue Italia ASEAN di Kuala Lumpur (5-7 luglio);
 - Business Forum Italia Algeria ad Algeri (18-19 luglio);
 - Presentazione del sistema imprenditoriale della Repubblica Socialista del Vietnam presso la Sede centrale dell'Agenzia (19 settembre);
 - Business Forum Italia Zanzibar e missione di imprese italiane in Tanzania (28-30 settembre);
 - partecipazione di imprese italiane all'evento High Level Dialogue Italia Africa di Johannesburg (10-11 novembre);
 - missione imprenditoriale in Senegal nell'ambito del "Progetto Luca Attanasio" (23-25 novembre);
 - prosecuzione dell'attività del Desk Promozionale ICE di Tripoli in Libia;
 - prosecuzione dell'attività del Procurement Desk Canada.
- In ambito multilaterale sono state svolte nel corso del 2022 le seguenti iniziative:

- prosecuzione dell'attività dei desk ICE presso la BEI a Bruxelles e presso la Banca Africana di Sviluppo ad Abidjan ed attivazione di un terzo desk presso la Banca Asiatica di Sviluppo a Manila;
- promozione dell'utilizzo del sistema Development Aid, supporto al programma Tender Pass e altre azioni di formazione e informazione per le aziende italiane interessate ai programmi multilaterali;
- webinar formativi in materia di europrogettazione (7-11 marzo);
- collaborazione con il Centro Ricerche Internationalia per l'acquisizione e la diffusione di informazioni di mercato sui paesi africani;
- seminario formativo sul procurement della BEI a Milano (7 giugno);
- webinar sulle attività promosse dalla Commissione UE (16 giugno);
- seminario e workshop sul procurement della Asian Development Bank presso la sede centrale dell'Agenzia in Roma (20-21 settembre);
- IPS Turin 2022 - workshop sul procurement delle agenzie delle Nazioni Unite a Torino con incontri 1to1 per le imprese italiane in presenza e da remoto (7-10 novembre);
- missione di esperti delle BMS presso la fiera Ecomondo / Key Energy di Rimini, seminario formativo ed incontri 1to1 con le imprese italiane espositrici (9-11 novembre);
- partecipazione al Gruppo di lavoro coordinato dall'Ufficio I della DGSP del MAECI e dal Dipartimento del Tesoro presso il MEF.
- webinar dedicati al mercato peruviano per i settori agroalimentare, tessile/abbigliamento e biocosmesi (1 e 8 marzo);
- missione itinerante di imprese italiane del settore restauro in Uzbekistan, con visite a cantieri e altri siti di interesse (13-17 marzo);
- missione di imprese italiane in Libano in occasione della manifestazione Agrifood Innovation Days 2022 (22-24 marzo);
- partecipazione di aziende italiane alla fiera "Heritage" di Istanbul per il settore restauro (11-13 maggio);
- workshop su biotecnologie e biosostenibilità a Tunisi (25 maggio);
- missione di operatori esteri per la partecipazione al Salone Internazionale del Restauro di Ferrara e la visita a cantieri e siti d'interesse nell'ambito della "Restoration Week" (6-10 giugno);
- workshop sulla gestione delle emergenze e sugli strumenti di protezione civile a Città del Messico (6-8 luglio);
- azioni di supporto alla filiera tessile/abbigliamento nella Repubblica Sudafricana (16-28 ottobre);
- partecipazione di aziende italiane al salone Interslast di Zagabria e progetto pilota "Arte Bianca" in Croazia (18 ottobre e 9-10 novembre);
- missione imprenditoriale nel Regno Unito per la filiera dell'aerospazio (8-9 novembre);
- workshop tecnologico sul settore restauro in Libano (30 novembre – 2 dicembre);
- partecipazione di aziende italiane e workshop alla fiera CroAgro di Zagabria (1-4 dicembre).

Le azioni destinate a specifiche filiere e settori hanno incluso le attività di seguito elencate:

COORDINAMENTO MARKETING

MARKETING

DESK ASSISTENZA E TUTELA DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE E OSTACOLI AL COMMERCIO

La necessità di fornire un'assistenza specialistica alle imprese sulla materia della proprietà intellettuale ha portato all'attivazione nel gennaio del 2022 dei Desk Assistenza e Tutela della Proprietà Intellettuale e Ostacoli al Commercio, che proseguono le attività avviate già nel 2014 dai Desk Anticontraffazione e Assistenza per gli Ostacoli al Commercio operativi presso gli Uffici ICE di Istanbul, Mosca, New York e Pechino.

Il nuovo progetto è caratterizzato da due novità:

- mutamento della denominazione, allo scopo di delimitare più efficacemente il perimetro delle azioni che possono essere svolte dai suddetti sportelli;
- ampliamento della rete degli Uffici coinvolti che, allo stato attuale, sono undici: Bangkok, Buenos Aires, Città del Messico, Ho Chi Minh, Istanbul, Kiev, Mosca, New Delhi, New York, Pechino e San Paolo.

I Desk sono affidati a specifiche professionalità operanti in studi legali specializzati nelle materie di competenza che garantiscono un contributo qualificato di conoscenza del mercato di riferimento.

Dall'inizio delle attività al 31 dicembre 2022, sono state date risposte a 4.603 richieste provenienti da aziende, associazioni di categoria ed istituzioni (3.543 sulla tematica dell'accesso al mercato e 1.060 su quella della proprietà intellettuale). Nel corso del 2022, i servizi di assistenza specialistica sono stati 688 di cui 633 sulla tematica dell'accesso al mercato e 55 su quella della proprietà intellettuale. Tutta l'attività di assistenza dei Desk è fornita a titolo gratuito.

Oltre a dare informazioni e a fornire assistenza alle imprese, i Desk hanno organizzato webinar informativi e redatto materiale informativo poi pubblicato nelle pagine dedicate ai Desk gestite dai singoli Uffici. Nel 2022 è stato creato un Avviso nella Home Page del Sito ICE, denominato Desk Assistenza e Tutela della Proprietà Intellettuale e Ostacoli al Commercio, nel quale sono riportate le finalità del progetto, i riferimenti e-mail per la richiesta di informazioni ed il link alle pagine dedicate.

L'Ufficio di Coordinamento Marketing ha assicurato la gestione complessiva del progetto, ha partecipato a vari corsi organizzati dall'Ufficio Servizi Formativi che trattano la materia ed ha redatto delle relazioni trimestrali riassuntive dello stato di avanzamento dei lavori dei Desk, inviate al MAECI.

PROGETTI E GARE EUROPEE

A partire dal 2015, l'attività del soppresso Ufficio Progetti e Gare Internazionali, che si occupava della partecipazione dell'Agenzia ICE alle gare di appalto servizi indette dall'Unione Europea (e da altri Organismi Internazionali) per l'assegnazione di progetti legati al processo di internazionalizzazione delle PMI europee, è stata trasferita all'Ufficio di Coordinamento Marketing. Nell'ambito di questa attività, fortemente ridotta in seguito alla soppressione del suddetto Ufficio, il Coordinamento si occupa della gestione residua delle gare precedentemente aggiudicate all'ICE, in stretto coordinamento con l'Ufficio ICE di Bruxelles, che cura i rapporti con i partner e con le istituzioni europee.

Nel 2017 l'Agenzia ICE si era aggiudicata una gara per Assistenza Tecnica in Ghana (capofila AESA) per il quale non è stata aperta una commessa ad hoc ed è tuttora in corso di implementazione. Il ruolo ICE in questo appalto è sostanzialmente marginale e il progetto dovrebbe terminare a fine 2023.

PROGETTO HELP DESK BREXIT

Dal 15 aprile 2019 è attivo presso l'Ufficio ICE di Londra uno sportello per l'assistenza alle imprese italiane che devono gestire le problematiche derivanti dall'uscita del Regno Unito dall'Unione Europea. Il Desk Brexit costituisce un punto di riferimento per le aziende e le associazioni di categoria italiane per tutte le questioni inerenti l'interscambio tra i due paesi offrendo servizi di assistenza, formazione ed informazione. Il Desk si avvale del contributo di una società esterna specializzata per dare risposta a quesiti più complessi.

Dall'inizio delle attività al 31 dicembre 2022, il Desk ha evaso oltre 2.768 richieste di assistenza provenienti da imprese e associazioni di categoria, mentre 3.098 sono le aziende iscritte alla Newsletter.

Il Desk ha redatto una serie di prodotti editoriali, messi a disposizione delle aziende e pubblicati sulla Home Page del Sito ICE (Avviso: Brexit in pillole per gli esportatori italiani) e nella Pagina Paese del Regno Unito.

Inoltre, sono stati organizzati vari webinar informativi ed i referenti del Desk hanno anche preso parte a diversi eventi in qualità di relatori.

PROGETTO EXPORT FLYING DESK

Il Progetto Export Flying Desk, avviato nell'ottobre 2019, ha come obiettivo principale quello di garantire il presidio stabile dell'Agenzia ICE sull'intero territorio italiano, rafforzare il dialogo con le realtà istituzionali locali (Regioni, Camere di Commercio, Associazioni di categoria, ecc.), ampliare l'interazione diretta con le aziende interessate ad avviare, o sviluppare, il proprio percorso di internazionalizzazione.

Un giorno a settimana un funzionario ICE è a disposizione per incontrare le aziende interessate nei 21 Desk attivi in tutto il territorio italiano. Tali presidi hanno lo scopo quindi di avvicinare l'Agenzia ICE al territorio, mediante appuntamenti realizzati in presenza o mediante video call.

Dall'inizio delle attività fino alla fine del 2022 sono stati realizzati 4.886 incontri con 4.621 aziende. Nel 2022 gli incontri sono stati 1.311 e le aziende singole interessate 1.271, con il coinvolgimento di 35 funzionari.

Un'ulteriore evoluzione del progetto è stata l'organizzazione di eventi locali dedicati a specifiche tematiche, oppure incentrati sulla presentazione di alcuni mercati a cura degli uffici della Rete Estera; eventi organizzati dai singoli Desk con la collaborazione degli uffici settoriali della Sede di Roma.

PROGETTO EXPORT TUTOR

Lanciato nel novembre 2021, il Progetto Export Tutor ha avuto l'obiettivo di fornire un'assistenza di secondo livello, più approfondita rispetto a quella di primo orientamento offerta dagli Export Flying Desk, a un selezionato gruppo di imprese, preferibilmente nuove clienti. Il Progetto si è sostanziato in un'attività di tutoring volta a mettere in atto un percorso di internazionalizzazione tramite incontri periodici svolti nell'arco di un anno.

Il Progetto si è concluso a livello operativo nel novembre 2022 e ha visto il coinvolgimento di 87 tra funzionari e dirigenti dell'Agenzia ICE, ognuno dei quali ha affiancato circa 12 aziende, secondo un matching di tipo merceologico e di mercato.

Le aziende assistite nell'ambito del Progetto nella fase iniziale erano in totale 1006, ma non tutte hanno completato l'intero percorso.

Sono state effettuate due rilevazioni di customer satisfaction, una a sei mesi dall'avvio e una al termine del tutoraggio. Quest'ultima ha dato risultati particolarmente positivi, con un livello di soddisfazione pari a 4,5 su 5, a fronte di un obiettivo fissato in 4,2.

È in corso un'analisi approfondita dell'andamento e degli esiti del Progetto ed è in preparazione un'ulteriore rilevazione di customer satisfaction a freddo, a sei mesi dal termine delle attività dei Tutor.

RILEVAZIONE ESTERNA DELLA CUSTOMER SATISFACTION

L'Agenzia ICE da più di un quinquennio realizza un'indagine di rilevazione della Customer Satisfaction su base annuale sui servizi di assistenza e promozione e formazione dell'ICE stessa. L'Ufficio Coordinamento Marketing cura il servizio di rilevazione esterna della Customer Satisfaction, poi pubblicata sulla Gazzetta Amministrativa e su Amministrazione Trasparente, nel rispetto della normativa vigente. La società, individuata con gara, riceve il database ed i riferimenti degli utenti dei semestri di rilevamento e sottopone il questionario concordato con ICE, processa i dati ed elabora i risultati in schede grafiche e testuali di output.

Anche per il 2022, la rilevazione è stata effettuata mediante una metodologia di somministrazione mista CAWI e CATI ed ha avuto cadenza semestrale: per i servizi fruiti nel corso del I semestre le interviste sono state realizzate dal 3 al 31 ottobre 2022; per i servizi fruiti nel corso del II semestre 2022 le interviste sono state realizzate dal 15 febbraio al 10 marzo 2023.

ARRICCHIMENTO BANCA DATI OPERATORI ITALIANI (BDOI)

Al fine di ampliare il bacino delle aziende destinatarie delle attività dell'Agenzia ICE, gli uffici Coordinamento Marketing e Servizi alle Imprese hanno acquistato da Infocamere le anagrafiche di un ulteriore insieme di aziende presenti nel Registro delle Imprese. A seguire, è stata organizzata un'attività di comunicazione volta ad acquisire dalle aziende stesse il consenso ad essere inserite in Banca Dati e ad essere contattate dall'Agenzia ICE (nel rispetto delle norme sulla Privacy) per la promozione delle attività istituzionali.

La BDOI è stata quindi arricchita con nuove 15.110 anagrafiche aziendali delle quali 6.882 micro, 7.428 piccole e 800 medie imprese. Relativamente al grado di internazionalizzazione, le aziende sono così ripartite:

- 33% non esportatrici;
- 23% esportatrici;
- 44% non hanno dichiarato il proprio grado di internazionalizzazione.

Le nuove anagrafiche sono complete di dati di contatto aggiornati quali e-mail, PEC, recapiti telefonici e sito web, essenziali per un'efficace promozione delle attività.

SERVIZI ALLE IMPRESE

PROMOZIONE ATTIVA DEI SERVIZI E ROADSHOW “STATI REGIONALI DELL’EXPORT”

Con l’obiettivo di accrescere la conoscenza degli strumenti utili all’internazionalizzazione delle imprese ed in continuità con il ciclo di “Roadshow per l’Italia internazionale” organizzati tra il 2014 ed il 2019 e con il Roadshow “Patto per l’Export” del 2020, nel corso del 2022 sono state realizzate altre tre tappe del ciclo di eventi in presenza denominato “Stati regionali dell’Export”.

Il ciclo di eventi, avviato nel dicembre 2021 con la tappa ligure, è proseguito in Lombardia, Puglia e Piemonte.

Ad ogni tappa è stato previsto il coinvolgimento della Regione di riferimento o dell’eventuale Agenzia regionale dedicata all’internazionalizzazione, di altri attori del sistema pubblico locale e la partecipazione, in qualità di relatori, di rappresentanti dell’Agenzia ICE, del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, di CDP, SACE e Simest, allo scopo di fornire una panoramica completa dei diversi strumenti di sostegno pubblico all’internazionalizzazione delle aziende italiane.

Il format degli eventi prevedeva anche l’intervento di alcune aziende locali, in qualità di testimonial, per illustrare alla platea imprenditoriale i servizi ICE o le iniziative promozionali delle quali avevano usufruito e che avevano costituito un concreto supporto alla propria attività.

Sono stati inoltre realizzati alcuni focus dedicati a particolari mercati o settori, scelti in funzione degli interessi locali e della struttura produttiva regionale con l’intervento da remoto dei direttori di alcuni Uffici ICE all’estero.

Sono stati registrati 155 partecipanti totali, di cui:

- 56 per la Lombardia,
- 41 per la Puglia
- 58 per il Piemonte

ATTIVITÀ DIGITALI PER LE IMPRESE

In collaborazione con il Coordinamento Marketing, per ottemperare agli obiettivi di ampliamento della base dati clienti e di miglioramento della qualità del dato Azienda, è stato realizzato il progetto di aggiornamento massivo, bonifica ed arricchimento delle anagrafiche della base dati aziende italiane con acquisizione dei dati certificati del Registro delle Imprese iscritte alle Camere di commercio, tramite un contratto con InfoCamere. Tale aggiornamento ha portato all'inserimento di circa 15.000 nuove aziende in banca dati.

È stato effettuato il matching tra il database ICE e quello del Registro Imprese per ottenere i dati delle imprese attive da aggiornare in base alla visura camerale ed eliminare le imprese cessate. Il matching per la bonifica e l'aggiornamento dei dati contenuti nel database ICE, è stato effettuato su 120.000 imprese aggiornate, di cui 96.000 già verificate e importate a cura dell'ICE, e 26.000 imprese cessate, eliminate a cura dell'ICE.

Sono state inoltre acquisite da InfoCamere nuove imprese, non presenti nel database ICE e potenzialmente interessate all'internazionalizzazione, i cui dati sono stati verificati al fine di arricchire in modo equilibrato la banca dati con micro, piccole e medie imprese.

SERVIZI FORMATIVI

FORMAZIONE E ACCOMPAGNAMENTO SUI MERCATI ESTERI

Nel 2022, l'Ufficio Servizi Formativi ha realizzato 76 interventi formativi a beneficio di circa 6.000 partecipanti tra rappresentanti aziendali, professionisti, giovani laureati italiani e stranieri, operatori stranieri. L'85% delle iniziative è stato diretto a imprenditori e manager, attraverso la realizzazione di cicli seminari (anche con focus tecnici su specifici settori merceologici), corsi innovativi e attività di coaching (ore di consulenza personalizzata). Il restante 15% è stato dedicato a giovani potenziali export manager (stranieri ed italiani) e ad operatori internazionali.

Nel 2022 si è tornati ad offrire i percorsi formativi anche in presenza, pur continuando ad erogare on line una parte dei servizi per consentire una più ampia partecipazione. Gli utenti hanno confermato un elevato grado di soddisfazione per le iniziative realizzate: l'analisi di customer satisfaction, curata da una società esterna, ha in effetti rilevato un gradimento pari a 4,4 su 5.

In generale, l'offerta formativa si è concentrata sul rafforzamento di tre diverse linee di intervento: lo sviluppo di tematiche e format innovativi, anche in collaborazione con partner di primo piano (Tender Lab, La doppia elica del commercio, Smart Export, Progetto Sostenibilità); il potenziamento del tema digitale, ormai introdotto e diffuso nella maggior parte dei programmi formativi, oltre che in uno specifico format di successo (Digital Export Academy); la riproposizione di format specializzati sotto il profilo merceologico (Master Food Export) o geo-economico (Africa Business Lab).

INIZIATIVE PER LE IMPRESE

E' stato riproposto, in forma rinnovata, il progetto formativo Digital Export Academy, dedicato al marketing digitale per i mercati esteri e articolato in percorsi base, avanzati, o tematici: 9 edizioni in tutto, di cui 3 per il percorso base (in collaborazione con le associazioni Cosmetica Italia, Federvini e Assodistil per gli spiriti, ANCMA per il settore ciclo e motociclo), 5 di livello avanzato (3 con Confindustria Moda per tessile, pelletteria e accessori, una con ANFIA per l'automotive e una con Integratori e Salute per il settore degli integratori alimentari), ed infine un'edizione sul tema dell'imprenditoria femminile (in collaborazione con CNA), dedicata ad imprese artigiane del settore orafa.

La proficua collaborazione con Confindustria è continuata con la seconda edizione del progetto "La doppia elica del commercio mondiale: dogana e mercati", incentrato su incontri tecnico-specialistici volti a sostenere e facilitare l'attività delle imprese che già operano sui mercati esteri. È stato anche avviato un nuovo progetto, Export Kit Dogana, dedicato invece ad aziende in procinto di internazionalizzarsi.

Tender Lab – In Gara con Noi, promosso insieme al MAECI, è un progetto integrato di formazione e accompagnamento in materia di procurement internazionale, finalizzato a sensibilizzare le nostre imprese sulle opportunità, mal conosciute in Italia, offerte dal vasto mercato degli appalti finanziati dalle banche multilaterali di sviluppo e dalle altre organizzazioni internazionali. Nel 2022, in particolare, è proseguita la promozione del corso online pubblicato sulla piattaforma ICE di e-learning, sono stati realizzati seminari specifici per corpi intermedi e associazioni di categoria ed è stata avviata la progettazione della fase d'aula, in corso di realizzazione nel 2023.

Per quanto riguarda i corsi dedicati a specifici mercati o settori, si è realizzata la seconda edizione del progetto Africa Business Lab, in collaborazione con SACE e Confindustria Assafrica & Mediterraneo, con l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza del continente africano e preparare le PMI a cogliere nuove opportunità di affari. È stato inoltre effettuato, sempre in collaborazione con SACE e Confindustria, un percorso formativo dedicato ai mercati dell'area ASEAN (con focus su Vietnam, Singapore e Indonesia). Ha infine avuto luogo, a Parma, la quarta edizione del Master Food Export, destinato ad aziende della filiera del settore agroalimentare del Nord Italia, in collaborazione con la Fondazione Collegio Europeo di Parma.

Nell'ambito del Piano Export Sud 2 sono stati realizzati i tradizionali format: Export Lab, Corsi sulla Proprietà Intellettuale e Seminari tecnici.

Nel quadro dell'Accordo MAECI-CRUI-AGENZIA ICE, è proseguito il progetto di formazione digitale e manageriale multidisciplinare "Smart Export – L'Accademia digitale per l'internazionalizzazione": 6 percorsi didattici, curati da prestigiose università italiane e dalla stessa Agenzia ICE, fruibili tramite piattaforma e-learning e rivolti ad una platea di imprese, professionisti e funzionari pubblici impegnati nei processi di internazionalizzazione.

A novembre 2022 è stato infine avviato, con il primo corso a Roma, il "Progetto Sostenibilità d'impresa", che prevede la realizzazione di 3 corsi di formazione al centro, nord e sud Italia: si tratta di un percorso formativo articolato in sessioni d'aula e successiva attività di coaching personalizzato.

INIZIATIVE PER GIOVANI LAUREATI

Si è concluso a dicembre 2022 il 54° CORCE Fausto De Franceschi, Master specialistico accreditato ASFOR, che ha formato 20 export manager, specificatamente preparati per essere assunti come responsabili del settore estero da PMI italiane.

Sono proseguite le diverse collaborazioni in essere con le università: in tal modo, hanno ricevuto un contributo formativo l'Università Cattolica di Milano per il Master MIMM in International Marketing Management, l'Università Tor Vergata per il Master CEIDIM e infine la LUISS, sia per il Master in Digital Export che per il Corso executive in Digital Export Management.

È stata realizzata la seconda annualità del progetto "Ri-parti con l'export!" (Calabria e Sicilia), nell'ambito degli interventi a favore dei percettori del reddito di cittadinanza e di altre politiche attive del lavoro, rivolti quindi a disoccupati e inoccupati, con l'obiettivo di riqualificare o formare interamente figure professionali che possano

rivelarsi di supporto alle imprese italiane nei processi di internazionalizzazione.

In collaborazione con l'Ufficio ICE di Canton, si è tenuto un corso on line su "La Cina e le nuove tecnologie" rivolto agli studenti delle facoltà scientifiche del Politecnico di Milano, di Torino e dell'Università degli Studi di Bari, nonché un corso dedicato all'ecosistema digitale cinese a beneficio degli studenti delle Università di Torino, La Sapienza di Roma e Orientale di Napoli.

In attuazione delle linee guida governative enunciate nel "Patto per l'Export" e sempre nell'ottica di dotare le aziende di personale specializzato nei processi di internazionalizzazione, sono state realizzate due ulteriori edizioni del corso di aggiornamento per Digital Export Manager – DEM, destinato a professionisti e incentrato su digital marketing e digital strategy.

INIZIATIVE PER OPERATORI STRANIERI

Per quanto riguarda l'ambito internazionale, si è svolta un'ulteriore edizione, con tappe in Senegal e Camerun, del progetto Lab Innova for Africa, un programma di formazione tecnico-manageriale per sostenere lo sviluppo del settore agro-industriale nell'Africa sub-sahariana e promuovere partenariati commerciali e tecnologici con le imprese italiane. Analogo format è stato realizzato per la seconda volta in Tunisia, destinandolo a PMI innovative e startup dell'ITC. Hanno poi avuto luogo due study tour in Italia per le aziende africane partecipanti a Lab Innova: a Rimini, in occasione della fiera Macfrut, per il settore agribusiness, e a Milano, presso il PoliHub, in occasione di SMAU, per il settore ICT.

E' stata realizzata, in collaborazione con il MIB School of Management di Trieste, la nuova edizione del Corso Origini Italia, destinata a giovani laureati stranieri di origine italiana. Avviata inoltre la settima edizione del programma Invest Your Talent, promosso dal MAECI in partnership con ICE ed Uni-Italia, che prevede l'erogazione di borse di studio a 65 giovani stranieri, provenienti da 16 Paesi, per la partecipazione ad un biennio di alta formazione presso atenei italiani, seguiti da un tirocinio presso le aziende italiane. Nel 2022 è stata inoltre curata la prosecuzione delle attività della sesta edizione (biennio 2021-2023) e conclusa la quinta edizione del progetto (biennio 2020-2022).

ATTIVITÀ DI FORMAZIONE ON LINE

L'Agenzia ICE ha continuato a sviluppare la piattaforma di e-learning Train2Markets, avviata nel 2021 per la formazione asincrona delle aziende italiane. Le attività hanno riguardato un notevole arricchimento del catalogo, arrivato a proporre 160 moduli formativi (articolati in "pillole" di 20 minuti circa, corsi e 37 webinar), e una serie di miglioramenti tecnici della piattaforma, che hanno permesso di semplificare la procedura di caricamento e fruizione dei contenuti formativi.

ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI

ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI

Le strategie attuate nel 2022 dalla struttura dedicata all'attività di attrazione degli investimenti esteri sono state orientate al perseguimento dei seguenti obiettivi:

- garantire e incrementare l'assistenza agli investitori esteri nell'insediamento di attività in Italia;
- potenziare le attività di scouting di potenziali investimenti tramite tutta la rete di ICE Agenzia, con particolare focus su quei Paesi dotati di FDI Desk o FDI Analyst (21 Paesi nel 2022);
- promuovere l'immagine Paese e le opportunità di investimento in Italia;
- affinare il processo strutturato di interazione tra i diversi soggetti coinvolti nell'attività di attrazione investimenti, sia interni (sede di Roma e rete estera/FDI Desk e Analyst di ICE Agenzia) che esterni (MAECI, MIMIT, Invitalia, Regioni, agenzie di promozione locali, altri ministeri, ecc.).

Il Coordinamento AIE ha risposto alle sfide che si sono presentate nella ripresa post Covid-19 condizionate anche dal conflitto in Ucraina, continuando a mettere in campo una serie di azioni sia tradizionali che digitali, mantenendo al contempo l'attività d'intelligence per migliorare la capacità di intercettazione di nuovi progetti e recependo le linee strategiche indicate dai vertici ICE Agenzia, dal Comitato Attrazione Investimenti Esteri, dal Ministero vigilante e dalla Cabina di Regia per l'Internazionalizzazione MIMIT-MAECI.

Sottostante a queste attività, in particolare per quello che riguarda l'assistenza agli investitori, è rimasto centrale l'accordo triennale tra ICE Agenzia e Invitalia siglato nel 2017 e rinnovato nel 2020 che prevede l'ICE Agenzia abbia un ruolo di leadership nell'attività all'estero, in particolare nello sviluppo di potenziali clienti e nella promozione delle opportunità di investimento in Italia, mentre ad Invitalia sia attribuita la responsabilità della creazione e raccolta dell'offerta nazionale, così come l'accompagnamento dell'investitore sul territorio.

Dal punto di vista della governance, nel corso del 2022 è stata costituita la Segreteria Tecnica del Comitato Attrazione Investimenti Esteri (CAIE), la cui attività si è concentrata nei suoi primi mesi di vita sulla individuazione degli strumenti e delle risorse per svolgere il proprio ruolo.

Gli Uffici impegnati nell'attività di attrazione investimenti hanno continuato a porre sistematica attenzione all'assistenza e alle richieste di supporto di investitori già presenti in Italia, fornendo tempestivamente informazioni e aggiornamenti sulla situazione del Paese e su strumenti e temi di attualità come il PNRR.

Nello specifico si riportano le principali azioni implementate nel 2022:

- lo sviluppo e la realizzazione di un programma di eventi promozionali per la maggior parte in presenza e in maniera residuale digitali;
- la gestione dell'articolata rete di Desk e Analyst dedicati all'attrazione degli investimenti esteri, asset strategico della struttura con le proprie competenze operative e in coordinamento con il MAECI;
- l'individuazione di alcuni mercati di particolare rilievo sui quali porre in atto un'attività di attrazione mirata e di alto profilo;
- la gestione del progetto relativo alla vetrina di promozione del patrimonio immobiliare pubblico che coinvolge oltre 100 partner pubblici e circa 400 immobili, oltre al rinnovo dell'Accordo con il Consiglio nazionale del Notariato;
- la prosecuzione della gestione dei progetti di investimento in carico attraverso un sistema CRM integrato (Customer Relationship Management) che permette di seguire l'evoluzione dei casi di investimento, dei contatti e delle aziende mappate, alimentando una base di informazioni crescente e condivisa tra la rete dei desk, la Sede centrale, e le altre istituzioni coinvolte (Invitalia con il team di assistenza);
- il sistema di market intelligence a supporto dell'attività di sviluppo di potenziali clienti, attraverso database specializzati e un team attivo nell'analisi dei segnali di investimento, costantemente condivisi con la rete e nel monitoraggio dei progetti;
- la presenza del progetto Investinitaly sui social con i profili LinkedIn e Twitter per attività di web marketing attraverso la pubblicazione di notizie e di aggiornamenti su settori ed eccellenze italiane, al fine di promuovere l'Italia come Paese di destinazione degli investimenti.

Con riferimento alle attività operative portate avanti per la promozione di opportunità di investimenti esteri in Italia, sono stati organizzati 14 eventi in Italia e all'estero. Un complesso programma di eventi promozionali in presenza e digitali, in continuità con quanto avvenuto nel 2021, come MIPIM 22, MAPIC, IHIF e Bio International Convention. In occasione dei vari eventi fieristici, spesso sono stati realizzati, in house, cataloghi/video, strumenti utili a supportare la conoscenza dell'offerta italiana anche oltre la durata delle manifestazioni.

Di seguito si riporta il dettaglio degli eventi per tipologia.

Eventi di Incoming di investitori esteri virtuali/ibridi in occasione di alcune iniziative in settori strategici (in ordine cronologico):

- IAPCO - Annual Meeting and General Assembly a Roma dal 10 all'11 febbraio, nell'ambito del progetto Convention&Bureau Roma e Lazio, settore turismo congressuale e business;
- Bio in Italy South Edition, a Lecce dall'11 al 12 aprile, settore Biotech;
- Fam Trip Luxury, a Roma dal 27 al 30 maggio, nell'ambito del progetto Convention&Bureau Roma e Lazio, settore turismo Vip;

- ICCA - Med Chapter Meeting a Roma dal 10 al 12 luglio, nell'ambito del progetto Convention&Bureau Roma e Lazio, settore turismo congressuale e business;
- IFIB, International Forum Italian Biotech, a Bari dal 29 al 30 settembre, settore Biotech;
- Meet in Italy Life for Sciences e Start Ups Bootcamp, digital version, dal 17 al 19 ottobre, settore Life Sciences;
- BEA World e Bea It, a Roma dal 23 al 26 novembre, nell'ambito del progetto Convention&Bureau Roma e Lazio, settore turismo e organizzatori di eventi mediatici;
- Webinar "Invest in the manufacturing supply chain", realizzato in occasione del World Manufacturing Forum, dal 25 al 26 novembre.

Iniziative fieristiche:

- MIPIM, per il settore real estate, che è la più rilevante iniziativa a livello globale e che ha visto la presenza di 2.400 espositori e accolto 20.000 partecipanti provenienti da più di 80 paesi;
- MAPIC che invece rappresenta la manifestazione di riferimento per il mercato immobiliare commerciale con presenze da 80 differenti Paesi (Francia, rispettivamente marzo e dicembre);
- IHIF (Germania, maggio) dedicato al settore dell'ospitalità;
- Fruit Logistica (Germania, aprile) per il settore logistica;
- Bio International Convention (USA, giugno) per il settore life sciences.

Per il settore real estate è sempre in rete e costantemente in aggiornamento il sito dedicato (investinitalyrealestate.com) che consente all'utenza di visualizzare con modalità semplificate e fruibili l'offerta pubblica e contattare i referenti operativi degli Enti pubblici che contribuiscono al portafoglio di immobili in dismissione.

Inoltre, per la promozione più ampia delle opportunità degli investimenti in Italia sono state mantenute e rafforzate specifiche attività di comunicazione, come segue:

- condivisione di profili dedicati a specifici settori e temi sia settoriali che di incentivi;
- sviluppo e aggiornamento della sezione denominata Invest in Italy, all'interno del portale www.ice.it, nel menu disponibile nella versione inglese del sito;
- sviluppo e aggiornamento della vetrina www.investinitalyrealestate.com riguardante la promozione e valorizzazione di immobili pubblici in dismissione, che conta circa 400 immobili;
- newsletter settoriali "Investinitalyrealestate" per l'immobiliare pubblico, per promuovere l'Italia come destinazione di investimenti;
- book settoriali in occasione di eventi come quello prodotto per il MIPIM 2022;
- webmarketing Investinitaly sui profili LinkedIn e Twitter con aggiornamenti su settori ed eccellenze italiane per promuovere l'Italia come destinazione di investimenti.

Grazie alle attività e alle strategie introdotte come sopra, nel 2022 oltre 80 sono stati i progetti di investimento portati in una fase avanzata di trattazione, supportando e assistendo le aziende estere con servizi di prima assistenza e di accompagnamento, oltre a 45 assistenze in aftercare. Ben 30 investitori tra quelli assistiti hanno avviato nel 2022 un nuovo investimento per un ammontare complessivo di 880 mln e si stima genereranno nei prossimi 5 anni oltre 1.300 nuovi posti di lavoro. Inoltre, ci si aspetta che almeno una parte dei progetti di investimento delle 82 aziende estere in gestione a Invitalia possa essere finalizzato nei prossimi mesi.

Si aggiunga che con la gestione del sito investinitalyrealstate.com, che include la costante interazione con oltre 100 Enti pubblici proprietari e intermediari, nel solo 2022 sono stati alienati 16 immobili pubblici per una stima di circa 64 mln di investimenti, mentre risultano assistite attraverso il sito 42 aziende estere.

UFFICIO DI MILANO

UFFICIO DI MILANO

L'ufficio di Milano ha proseguito la sua attività di sviluppo e promozione di servizi digitali per le PMI in linea con gli obiettivi previsti dal Patto con l'Export e dalla Cabina di Regia, in particolare riguardo alla promozione dell'utilizzo di strumenti digitali per il rafforzamento delle strategie aziendali di internazionalizzazione, e declinati nel Piano della Performance 2022-2024. È stato inoltre impegnato nella ripresa post pandemia della tradizionale attività di gestione degli eventi fisici e di rappresentanza territoriale.

I servizi digitali sviluppati e gestiti dall'ufficio di Milano si articolano in quattro linee principali di intervento descritte più puntualmente qui di seguito.

FIERA SMART 365

L'ufficio di Milano gestisce la piattaforma Fiera Smart 365, dedicata agli appuntamenti virtuali tra PMI e operatori esteri, e la regia della piattaforma Zoom per la realizzazione di webinar. L'ufficio gestisce l'area di amministrazione degli eventi, il back end per le aziende espositrici e il front end per i visitatori. Sono stati realizzati incontri di formazione con amministratori e uffici esteri e supporto tecnico e assistenza ai colleghi ICE sulla gestione di eventi.

Nel corso del 2022, sono stati organizzati 27 webinar, 68 eventi e 17 vetrine cui hanno partecipato 2.681 aziende italiane e 436 buyers esteri. Il numero degli incontri b2b digitali creati è stato 835. Continuo l'impegno del gruppo che gestisce Fiera Smart 365 anche per l'individuazione di migliorie che hanno portato il sistema ad evolvere verso uno strumento altamente rispondente alle necessità presentate dagli eventi organizzati da Agenzia ICE, oltre che ad una migliorata usabilità del sito da parte delle aziende e buyers, in termini di navigazione, contatti e gestione. Il sistema Fiera Smart 365, già fondamentale in periodo pandemico, rimane uno strumento efficace e richiesto anche per lavorare parallelamente agli eventi fisici, offrendo la funzionalità delle vetrine on line e della gestione delle agende di espositori e buyers per incontri sia virtuali che fisici.

EXPORT.GOV.IT

L'ufficio di Milano cura la gestione lato Agenzia ICE del portale export.gov.it che rappresenta una soluzione innovativa di unico accesso ai servizi pubblici per l'internazionalizzazione e l'export messi a disposizione da MAECI, Agenzia

ICE, SACE, SIMEST, Unioncamere e Regioni. Nel primo semestre del 2022 si è rinnovata la convenzione biennale tra Agenzia ICE e SACE e, parallelamente, il MAECI ha autorizzato le risorse promozionali necessarie per garantire il funzionamento del portale. Durante il 2022 si sono effettuati numerosi interventi migliorativi per l'esperienza dei visitatori e la facilità d'uso, per ottimizzare la referenziazione dei testi presso i maggiori motori di ricerca, per arricchire di contenuti unici la parte riservata, per attrarre nuovi gruppi di utenza attraverso le attività di comunicazione sui social media.

PROGETTO BLOCKCHAIN PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Il progetto blockchain per l'internazionalizzazione ha visto nel 2022 la definitiva messa a terra dello strumento di tracciamento di prodotto e filiera con tecnologia blockchain. Lo strumento, denominato TrackIT Blockchain, ha raggiunto la piena operatività a partire dal settembre 2022 con l'attivazione di nove operatori economici (service providers) in grado di implementare, a favore delle aziende partecipanti, la soluzione di tracciamento con tecnologia blockchain entro massimo 80 giorni. Il servizio offerto ha l'obiettivo di aumentare la competitività delle aziende sui mercati esteri fornendo uno strumento utile alla protezione e alla valorizzazione del brand anche in termini di sostenibilità. Il servizio è completamente gratuito per i primi 18 mesi dal completamento dell'operazione di tracciamento.

La comunicazione del progetto è stata particolarmente diffusa per spiegare le opportunità di utilizzo di uno strumento innovativo per la promozione dell'internazionalizzazione sui mercati esteri e raggiungere il più alto numero di potenziali utilizzatori. Sono stati utilizzati canali di comunicazione tradizionali e canali social, infografiche e video grafiche per raccontare in maniera semplice e diretta il nuovo strumento di tracciamento TrackIT Blockchain. Il team dedicato al progetto presso l'ufficio di Milano è stato impegnato nella promozione del servizio in oltre 30 webinar e 10 eventi in presenza.

La risposta delle aziende è stata molto positiva: a tre mesi dall'attivazione del servizio, hanno aderito 174 aziende dei settori agroalimentare/vino, bevande e sistema moda. La distribuzione geografica delle aziende è omogenea tra le aree nord, centro e sud del Paese, mentre è predominante l'adesione, ca 75%, delle aziende dell'agroalimentare rispetto a quelle del sistema moda.

AZIONI A SOSTEGNO DELL'E-COMMERCE

A complemento dell'attività di attivazione di accordi con i principali marketplaces internazionali, l'ufficio di Milano ha sviluppato due servizi di accompagnamento delle aziende che utilizzano o intendono utilizzare i canali del commercio elettronico per la penetrazione di mercati esteri o per il rafforzamento delle proprie posizioni estere.

Ha reso disponibili i seguenti due livelli di servizi:

- servizio di assistenza di primo livello dedicato alle aziende che sono interessate ai progetti e-commerce attivati dall'Agenzia ICE e che necessitano di un supporto sulla scelta dei canali da utilizzare o sul proprio livello di utilizzo di strumenti digitali quali i marketplaces internazionali. Nel corso del 2022 sono stati erogati 894 servizi di prima assistenza;
- servizio di consulenza avanzata di secondo livello dedicato alle aziende già presenti sui marketplaces internazionali e finalizzato all'ottimizzazione dell'utilizzo dello strumento. Nel corso del 2022 sono stati erogati 404 servizi di consulenza avanzata.

L'ufficio di Milano ha inoltre avviato una promozione dei servizi e-commerce e degli accordi con i marketplaces attraverso una serie di 14 webinar organizzati con associazioni territoriali e a livello nazionale per la massima diffusione di questa linea d'azione.

È stato avviato un programma di accompagnamento alle aziende attive su Amazon attraverso l'affiancamento da parte di consulenti specialisti al fine di redigere un business plan per l'aumento delle performance aziendali. Le 60 aziende beneficiarie di Amazon Incubator (su un totale di 120 previste entro il I semestre 2023) hanno registrato risultati incrementati del +60% rispetto al pool di aziende non partecipanti al programma.

PROGETTI EXPORT TUTOR - EXPORT FLYING DESK

Nell'ambito del progetto Export Tutor, l'ufficio di Milano ha accompagnato circa 60 aziende provenienti da tutto il territorio nazionale, mentre nell'ambito del progetto Export Flying Desk ha assistito 202 aziende provenienti da diverse regioni del centro/nord Italia: Lombardia, Liguria, Valle d'Aosta, Piemonte, Emilia-Romagna e Trentino-Alto Adige.

Infine, l'ufficio di Milano ha organizzato e collaborato alla realizzazione di diverse iniziative promozionali legate al territorio di competenza, di cui si dà qui di seguito un breve descrittivo.

- Azioni promozionali in occasione dell'Expo Dubai (5-8 febbraio)

L'ufficio di Milano ha organizzato la visita del Ministro dell'Economia degli Emirati Arabi Uniti per incontrare i vertici politici regionali e visitare i centri tecnologici MADE e CIM 4.0 in Lombardia, food valley e motor valley in Emilia-Romagna, robotica e meccatronica in Piemonte.

- Stati generali della Regione Lombardia e della Regione Piemonte (27 aprile e 4 maggio)

Il team dell'ufficio di Milano ha coadiuvato i colleghi della sede centrale nell'organizzazione degli stati generali della Regione Lombardia e della Regione Piemonte.

- MIDO (30 aprile - 2 maggio) e Salone Internazionale DaTE (10-12 settembre)

L'ufficio ha collaborato alla realizzazione degli incoming e successivi incontri b2b nell'ambito della 50esima edizione di MIDO in aprile/maggio a Milano e della 10ma edizione di DaTE a settembre a Firenze.

- Seminario in collaborazione con la Banca Europea degli Investimenti (7 giugno)

L'Ufficio ICE di Milano ha ospitato e co-organizzato, anche con il coinvolgimento di OICE, il seminario della Banca Europea per gli Investimenti (BEI) sul procurement e le opportunità d'affari generate dai progetti finanziati dall'istituzione.

- Go International (4-5 ottobre)

L'Agenzia ICE ha partecipato all'evento Go International, fiera dedicata ai servizi per l'internazionalizzazione, con uno stand per la promozione dei servizi digitali dell'Agenzia e dei servizi del portale export.gov.it.

- Next design perspective (27 ottobre)

L'Agenzia ICE ha organizzato, presso la Triennale di Milano, la terza edizione dell'evento promozionale della fondazione Altagamma.

- International procurement seminar (8-9 novembre)

L'Agenzia ICE ha organizzato a Torino l'evento multilaterale International Procurement Seminar (IPS) delle Nazioni Unite.

PIANIFICAZIONE STRATEGICA E IL CONTROLLO DI GESTIONE

PIANIFICAZIONE STRATEGICA E CONTROLLO DI GESTIONE

Le attività realizzate nel 2022 dall'Ufficio di Supporto per la Pianificazione strategica e il controllo di gestione (USPSCG), a valere su fondi promozionali messi a disposizione dal Ministero Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, hanno riguardato prevalentemente i due seguenti filoni di intervento:

- attività di studi e intelligence economica a favore della Cabina di Regia per l'Italia internazionale, del MAECI, del MISE (oggi MIMIT), dell'alta direzione dell'Agenzia, delle istituzioni e delle imprese che avviano o consolidano strategie di internazionalizzazione;
- attività di gestione e sviluppo del Sistema di Gestione per la Qualità (SGQ), al fine di favorire il miglioramento della qualità dei servizi promozionali e di assistenza dell'ICE alla propria clientela.

ATTIVITÀ DI STUDI E INTELLIGENCE ECONOMICA

Nell'ambito del progetto "Strumenti di analisi a sostegno della promozione dei processi di internazionalizzazione", su fondi del programma promozionale annuale, sono state realizzate le attività di studio e analisi descritte di seguito.

Specifici progetti sono stati destinati all'ampliamento delle banche dati di commercio estero dell'ICE, alimentando la pagina web delle statistiche, e a fornire dati e informazioni sull'interscambio e sugli investimenti a imprese e istituzioni. Con riferimento a questo punto è proseguita l'alimentazione della sezione statistiche dell'ICE con i dati di circa 100 paesi forniti dalla Società TDM - Trade Data Monitor LLC. L'obiettivo di questa iniziativa è quello di mettere a disposizione degli uffici e dell'utenza dati sugli scambi di merci disaggregati per voci del Sistema armonizzato, aggiornati mensilmente; questi dati rappresentano una risorsa indispensabile per l'analisi della posizione competitiva delle imprese italiane come quella realizzata, ad esempio, dai colleghi impegnati nel progetto Export Flying Desk. L'ICE mette a disposizione dell'utenza esterna e interna queste informazioni, attraverso un'interfaccia dedicata accessibile tramite i propri siti Internet e, limitatamente agli utenti ICE, anche attraverso un'interfaccia proprietaria del fornitore. Si ricorda, infine, che per la parte di fonte Comtrade i dati TDM sono atti ad alimentare alcune sezioni di Infomercatiesteri, la piattaforma della Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese del MAECI.

Nel 2022 è stato rinnovato anche l'abbonamento alla banca dati Euromonitor Passport che contribuisce, con le informazioni su prodotti, prezzi e distribuzione, a completare il patrimonio informativo a disposizione di ICE Agenzia.

In collaborazione con la società di ricerca Prometeia, è stata pubblicata sul sito web dell'ICE-Agenzia, a luglio 2022, la XIX edizione del Rapporto "Evoluzione del commercio con l'estero per aree e settori". In conseguenza delle mutate condizioni dello scenario internazionale a seguito, in particolare, dell'invasione russa dell'Ucraina, la sintesi pubblicata ha messo in risalto le possibili conseguenze del conflitto per l'Italia e per l'Europa, con un'attenzione particolare all'approvvigionamento delle materie prime, energetiche e non, e all'ulteriore spinta al rialzo dei prezzi che queste hanno subito a partire dallo scoppio della guerra. Il progetto con Prometeia, avviato nel 2002, utilizza il modello di previsione "MoPIce" per prevedere la domanda di importazioni per settori e paesi dando alle imprese indicazioni sulle prospettive di crescita con un'ampia disaggregazione settoriale nei diversi mercati. Le informazioni desunte dal modello, raccolte in una banca dati (FiPIce), vengono utilizzate anche dalla Cabina di Regia per l'Italia internazionale al fine di individuare i mercati e settori strategici e dall'ICE per definire gli obiettivi della programmazione promozionale.

Sempre con riferimento alle possibili difficoltà di reperire alcuni input produttivi, MAECI e ICE hanno inserito nel Progetto un'iniziativa non prevista in fase di programmazione, destinando alcune risorse alla costituzione di un Sistema informativo sul Mercato Mondiale delle materie prime, soprattutto quelle non energetiche, nell'ottica di ampliare il ventaglio dei potenziali fornitori internazionali delle imprese italiane. Se, come detto, la ripresa delle attività produttive post-pandemia e il conflitto russo-ucraino hanno impresso un'ulteriore accelerazione, il rialzo dei prezzi di scambio delle materie prime è fenomeno che osserviamo da diversi anni. Garantire alle imprese la possibilità di reperire gli input produttivi, ampliando il ventaglio dei potenziali fornitori, è tema di assoluto rilievo per un'economia, quale quella dell'Italia, caratterizzata da un'eccellente industria della trasformazione e, al contempo, da scarsità di materie prime sul territorio nazionale. Il compito di realizzare questa iniziativa, denominata "Osservatorio strategico sulle materie prime non energetiche e sugli input intermedi", è stato affidato alla fondazione Manlio Masi - Osservatorio Nazionale per l'Internazionalizzazione e gli Scambi (Fondazione Masi) - che ha presentato ad ICE Agenzia una proposta di ricerca i cui obiettivi rispondono pienamente alle esigenze conoscitive sopra descritte.

Un altro tema di estrema rilevanza nelle attività di ricerca di ICE Agenzia è quello delle politiche commerciali. Al riguardo, l'ICE ha affidato ad un operatore economico esterno di comprovata esperienza la realizzazione di singoli studi e di specifiche attività destinati a fronteggiare le ripercussioni sul commercio internazionale nella fase post-Covid-19, derivanti da possibili indagini di difesa commerciale ai danni dell'Italia promosse da Paesi terzi. Obiettivo di questa iniziativa è fornire ad ICE uno strumento conoscitivo sullo stato delle indagini di difesa commerciale, di volta in volta oggetto di intervento, e sui possibili provvedimenti che ne potrebbero conseguire. In particolare, nel corso del 2022 è stata effettuata l'attività di revisione amministrativa dei dazi antidumping ed antisovvenzioni, applicati

alle esportazioni verso gli USA di componenti in acciaio forgiato provenienti dall'Italia (FEBs) ed introdotti nel 2020 a conclusione delle indagini originarie condotte dal Dipartimento del Commercio USA.

Con riguardo al filone di ricerca avente per oggetto le imprese italiane nelle reti produttive internazionali (o catene globali del valore), nel 2022 è stata avviata la realizzazione dello studio "Le imprese italiane nelle reti produttive internazionali: il ruolo delle tecnologie digitali", in collaborazione con ricercatori Istat, Ocse, del Centro Studi Confindustria e del Politecnico di Milano.

ATTIVITÀ DI GESTIONE E SVILUPPO DEL SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITÀ (SGQ)

I vertici dell'ICE-Agenzia, fin dal 2013, hanno adottato la scelta strategica di applicare lo standard ISO 9001 al sistema di gestione, poiché tale standard favorisce un forte orientamento alla qualità del servizio ed ai fabbisogni ed aspettative dei clienti (intendendo per "clienti" in primis le aziende, oltre agli stakeholders/committenti istituzionali e non).

È stato disegnato un modello organizzativo connotato da forte innovazione, integrato con i requisiti legali e normativi relativi alle specifiche attività. Il nuovo Sistema di Gestione per la Qualità, che si basa sull'approccio per processi, coinvolge l'intera struttura, in Sede, a Milano ed all'estero, ed è stato accompagnato da una costante attività formativa che ha coinvolto tutto il personale, anche a distanza.

Il SGQ applicato in ICE-Agenzia ha evidenziato un sempre maggiore grado di maturità e consapevolezza da parte del personale sull'approccio per processi, rilevata attraverso l'attività di audit interno.

Il SGQ in ICE-Agenzia adotta l'approccio "risk-based thinking", individuando otto macroprocessi che descrivono e riclassificano tutte le attività dell'ICE-Agenzia, definendo la complessa interconnessione e concatenazione tra le competenze dei diversi Coordinamenti, Uffici di Supporto ed Uffici.

Per ogni attività viene censita una delle cinque tipologie di rischio/opportunità correlata, assumendo come opportunità l'ipotesi migliorativa dello scenario di rischio:

- finanziario: se l'attività/processo in generale presenta la possibilità di causare perdite o mancati incassi;
- business continuity: se l'attività/processo in generale presenta la possibilità di originare, in particolari condizioni, la discontinuità e l'interruzione dei processi e/o del servizio;
- reputazionale: se l'attività in generale presenta possibilità di arrecare danni all'immagine di ICE- Agenzia;

- contenzioso/legale/sanzionatorio: se l'attività presenta possibilità di apertura di contenziosi o di mancato rispetto di leggi ed altre prescrizioni applicabili, o il rischio di una sanzione;
- prodotto/servizio non conforme: se l'attività presenta la possibilità di generare prodotti/servizi non rispondenti ai requisiti contrattuali del cliente.

Il Piano Triennale degli Audit interni per la Qualità (2022-2024) prevede la verifica nel triennio di tutte le procedure del Sistema, presso gli uffici della Sede, di Milano e della Rete Estera, con la finalità di:

- mantenere e rafforzare il coinvolgimento e la responsabilizzazione della leadership nella verifica/rivalutazione dei rischi interni ed esterni relativi alla qualità dei servizi offerti;
- estendere l'applicazione del SGQ, aumentando la consapevolezza del personale con particolare attenzione agli uffici della rete estera;
- assistere la struttura sulle tematiche del Sistema e nel coordinare gli aggiornamenti a documentazione, Manuali e Procedure Operative;
- migliorare la comprensione del Sistema attraverso attività di formazione diretta e a distanza;
- effettuare i monitoraggi periodici dei processi del Sistema e supportare gli uffici in fase di certificazione.

A luglio 2022 l'Agenzia ICE ha ottenuto il rinnovo della certificazione e contestualmente il passaggio alla modalità multisito sulla base della Norma UNI EN ISO 9001:2015, risultando certificata in tutte le sue sedi nel mondo per le attività di progettazione e realizzazione servizi di promozione, assistenza, formazione e investimenti esteri.

Il Nucleo SGQ coordina l'attività della società che fornisce formazione ed assistenza tecnica specialistica negli auditing interni, e gestisce i rapporti con la società di certificazione accreditata dall'Ente nazionale Accredia sulla base della Norma ISO 9001:2015, per le attività di mantenimento della certificazione a Roma, Milano e negli uffici esteri.

La documentazione del Sistema di Gestione per la Qualità di ICE-Agenzia è disponibile ed è oggetto di aggiornamento continuo nelle pagine SGQ della Intranet aziendale e sul Minisito Sedi Estere, strumento innovativo che è stato molto apprezzato dagli uffici.

COMUNICAZIONE, RELAZIONI ESTERNE E ISTITUZIONALI

COMUNICAZIONE, RELAZIONI ESTERNE E ISTITUZIONALI

FORUM DEL COMITATO LEONARDO

Il 26 maggio presso il Salone d'Onore del CONI, si è svolto il Forum del Comitato Leonardo nel corso del quale è stata presentata la ricerca "Sport e Imprese. What's Next", elaborata da Luiss Lab of European Economics, che, volta ad evidenziare l'impatto del settore sul PIL nazionale, contiene anche i risultati di un'analisi di mercato che ha coinvolto i più grandi player italiani. All'evento sono intervenuti i Presidenti di ICE e Comitato Leonardo e la Vicepresidente per l'Internazionalizzazione di Confindustria. A seguire l'intervento di Technogym, una tavola rotonda di imprenditori e l'intervento di chiusura ad opera del Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale.

PRESENTAZIONE DEL XXXVI RAPPORTO ICE E DELL'ANNUARIO 2022 ISTAT-ICE

Il Rapporto ICE e l'Annuario Istat-ICE costituiscono un punto di riferimento per cittadini, imprese e decisori politici per lo studio dello scenario economico mondiale, della presenza delle imprese italiane nei mercati internazionali e delle loro performance, oltre che un'unica e preziosa fonte di dati statistici per Paesi, settori e Regioni relativamente a scambi di merci, servizi e investimenti esteri. Come di consueto il Rapporto è stato presentato congiuntamente all'Annuario Istat-ICE, realizzato in versione digitale e consultabile sul sito dedicato. Per l'anno 2022, la presentazione del XXXVI edizione del Rapporto sul commercio estero "L'Italia nell'economia internazionale" si è tenuta a Napoli, il 6 settembre 2022, presso il Complesso Monumentale di San Lorenzo Maggiore.

SUPPORTO AGLI UFFICI DELLA SEDE NELL'ORGANIZZAZIONE DI EVENTI

L'Ufficio Comunicazione e Relazioni Esterne ha fornito supporto agli altri uffici della Sede nell'organizzazione di eventi di alto rilievo (elencati di seguito), con la partecipazione dei vertici dell'ICE e di alti rappresentanti politici e imprenditoriali, oltre a tenere i rapporti con le segreterie e gli uffici stampa del Ministro e a curare il cerimoniale negli eventi ibridi e in presenza.

- Visita in Italia di una delegazione guidata dal Ministro dell'Economia degli Emirati Arabi Uniti Abdulla Bin Touq Al Marri, dal 7 all'11 febbraio. Sono state organizzate visite istituzionali e presso varie aziende a Torino, Milano e Roma.
- Le tappe degli Stati Regionali dell'Export in Lombardia (7 aprile), Puglia (21 aprile) e Piemonte (4 maggio). Il format prevede la presentazione alle aziende locali degli strumenti messi a disposizione dagli attori del Sistema Italia: sono intervenuti il Presidente dell'ICE, rappresentanti del MAECI, di SACE, Simest, Cassa Depositi e Prestiti e la chiusura è stata sempre riservata ai Presidenti di Regione. Il Presidente dell'ICE ha visitato, con gli assessori di ciascuna delle Regioni, alcune aziende del territorio.
- Presentazione del Rapporto OICE: evento ibrido che si è tenuto il 29 novembre presso la Sala Pirelli della Sede ICE di Roma, ha visto la partecipazione dei Presidenti ICE e OICE, del Sottosegretario agli Affari Esteri e alla Cooperazione Internazionale Maria Tripodi, del Viceministro delle Imprese e del Made in Italy Valentino Valentini e della Vicepresidente per l'internazionalizzazione di Confindustria.
- Organizzazione dell'evento con Alibaba: si è tenuto l'8 novembre presso la Sala Pirelli della Sede ICE di Roma. L'ufficio ha curato: i rapporti con Alibaba.com e Alibaba Group per definizione programma e vari aspetti organizzativi, nonché con i Ministeri degli Affari Esteri e dello Sviluppo Economico per aspetti istituzionali; predisposizione e invio degli inviti e delle lettere di invito; predisposizione della regia dell'evento e del placement.
- Progetto RCS Sport SpA: progetto straordinario di supporto delle eccellenze del Made in Italy, in particolare della filiera relativa alla bike economy. L'iniziativa aveva gli obiettivi di accrescere e sviluppare la notorietà del Made in Italy, delle eccellenze e delle ricchezze del nostro Paese, esportare il know-how e l'immagine dell'Italia nel mondo, implementare e creare opportunità di B2B legate ai numerosi distretti industriali identificati da ICE. Il progetto, attivo dal 20 febbraio al 31 dicembre 2022, ha beneficiato di un contributo per attività promozionali e si è sviluppato attraverso una campagna di comunicazione multimediale legata alle gare ciclistiche internazionali UCI 2022 di RCS Sport (in primis Giro d'Italia e UAE Tour) e l'organizzazione di eventi collaterali.

- Progetto ACI – Automobile Club d'Italia: progetto straordinario di supporto alle eccellenze del Made in Italy nella filiera automotive, in occasione del Gran Premio di Formula 1 di Imola e di altri eventi. L'iniziativa perseguiva gli obiettivi di potenziare la presenza e la visibilità del Made in Italy sui mercati esteri, sostenere i settori produttivi italiani e favorire l'incremento delle esportazioni italiane così come il numero di imprese esportatrici. Il progetto, attivo dal 22 aprile 2022 al 31 marzo 2023, ha beneficiato di un contributo per attività promozionali e si è sviluppato attraverso una campagna di comunicazione, azioni B2B e attività complementari.

ITALY JAPAN BUSINESS GROUP

La XXXII Assemblea Generale dell'Italy-Japan Business Group si è svolta dal 30 novembre al 2 dicembre 2022 a Venezia, città che per storia e cultura rappresenta un perfetto binomio delle relazioni tra Italia e Giappone. L'Assemblea ha affrontato una vasta gamma di interventi incentrati sullo sviluppo sostenibile, sulle opportunità di partnership tra Italia e Giappone, ricerca e innovazione per lo sviluppo sostenibile, energia green, mobilità sostenibile e smart cities, management sostenibile nella supply chain, presentazione del Mose.

UNITÀ DI RACCORDO COMUNICAZIONE

Nell'ambito della campagna di Nation Branding si è inteso individuare una risorsa che svolgesse il raccordo operativo fra Uffici delle sedi centrali MAECI, ICE e RTI nello svolgimento delle attività di comunicazione in essere, il monitoraggio dell'andamento delle campagne di comunicazione e l'identificazione di progetti innovativi di comunicazione per la promozione del Made in Italy.

LEGA SERIE A COME PIATTAFORMA PER LA PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY

L'iniziativa in partnership con la Lega Serie A, in qualità di International Main Partner per il Made In Italy, ha esteso e veicolato la campagna di Nation Branding verso un target di oltre 345 milioni di appassionati e un'audience complessiva di 775 milioni di spettatori a livello globale.

In particolare, la partnership ha consentito di coprire tramite canali televisivi 198 Paesi, attraverso 53 broadcaster ufficiali, con la possibilità di modulare i messaggi su base geografica. Su un arco temporale di un anno si sono tenuti circa 420 eventi sportivi, incluse 2 finali, per le quali sono stati attivati spot di 15", grafiche TV personalizzate e visibilità LED accessibile su almeno 10 campi della Serie A.

Sono state realizzate occasioni di visibilità sul canale YouTube Serie A, sui canali social della stessa Serie A e sulle attività videoludiche del campionato di Serie A TIM.

Alla comunicazione sono state affiancate inoltre attività di promozione B2B in occasione di eventi fieristici del settore e di eventi sportivi, finalizzati al supporto delle filiere produttive italiane legate al comparto sportivo. Il progetto ha beneficiato di un contributo per attività promozionali e ha preso il via a fine gennaio 2022 ed è terminato il 31 dicembre 2022.

NARRATIVA ITALIA

Questa iniziativa è il programma di rinnovamento della strategia di comunicazione promozionale che, oltre a prevedere la produzione di nuove campagne pubblicitarie B2C e B2B ed il sostegno alla diffusione dei prodotti culturali del Paese, contempla l'organizzazione di eventi e conferenze di lancio della campagna mediatica al fine di dare maggior impulso ai canali digital.

Nel 2022, all'interno di Narrativa Italia, l'Ufficio si è occupato delle seguenti attività:

- promozione del Made in Italy attraverso la rivista Economy Magazine: esposizione delle eccellenze italiane nel loro percorso di crescita nei mercati esteri attraverso il racconto mensile su Economy di casi imprenditoriali di successo;
- 1 risorsa interinale E-Work: una risorsa in sede per il supporto delle attività trasversali dell'ufficio;
- servizio di Comunicazione digital per l'ICE della durata di 12 mesi con Ad Hoc Communication Advisors Srl;
- missioni di organi istituzionali e personale in somministrazione.

RAFFORZAMENTO DEI RAPPORTI CON LA STAMPA E POTENZIAMENTO DELL'IMMAGINE SUI MEDIA

L'immagine dell'ICE è stata rafforzata sia potenziando la comunicazione, con la diffusione di comunicati stampa sui mezzi tradizionali, dove è aumentato il numero di redazionali pubblicati (cartacei e online), sia organizzando interviste ai Vertici dell'Agenzia, grazie alla partecipazione in presenza e/o on line dei responsabili della comunicazione ai principali eventi e alla realizzazione di incontri stampa ad hoc.

Il 2022 ha visto un'ampia diffusione sui social media di tutti gli eventi realizzati dall'ICE a favore delle aziende italiane.

GESTIONE DEI SOCIAL ISTITUZIONALI DELL'ICE

L'Ufficio Comunicazione e Relazioni Esterne ha affidato a una società di comunicazione la gestione dei social istituzionali dell'ICE (come al paragrafo Narrativa Italia). La pianificazione strategica per la presenza dell'ICE sui social media avviata con l'attivazione progressiva e la gestione di canali social nel corso del 2017, è stata perseguita nel 2022. Nella programmazione degli account sono state seguite alcune linee guida per assicurare una maggiore uniformità e capillarità della comunicazione con l'obiettivo di coinvolgere, valorizzare e incentivare l'utilizzo dei social media da parte degli uffici esteri.

MEMORANDUM OF UNDERSTANDING

L'Ufficio Comunicazione e Relazioni Esterne ha curato l'istruttoria relativa ai Memorandum of Understanding con Singapore Manufacturing Federation firmato a febbraio 2022, con il Centro Tecnologico in Uzbekistan, firmato il 18 ottobre.

È stata fornita assistenza a MoU con Dubai Industries ed Expo, UAE International Investors Council, Business France, Procolombia, Rec Russian Export Center, Sumec che però non sono approdati, per varie ragioni, alla firma.

TAVOLE

TAVOLE

Tav.1 - Attività promozionale 2022 totale per sistemi merceologici

(Valori in Euro)

SISTEMI MERCEOLOGICI	SPESO	% SUL TOTALE
AGRO-ALIMENTARE	40.828.556	17,7%
TECNOLOGIA INDUSTRIALE	38.102.240	16,5%
MODA-PERSONA-SPORT	36.016.522	15,6%
STARTUP-INNOVAZIONE E DIGITALIZZAZIONE	17.679.935	7,7%
CASA-UFFICIO	15.720.426	6,8%
PLURISETTORIALE	7.454.152	3,2%
INDUSTRIA CREATIVA E BENESSERE	6.379.731	2,8%
ATTRAZIONE INVESTIMENTI	3.190.301	1,4%
FORMAZIONE	3.054.050	1,3%
COLLABORAZIONE INDUSTRIALE	2.393.032	1,0%
NATION BRANDING	30.469.419	13,2%
BONUS DIGITALE	28.800.000	12,5%
PROGETTO D-TEM	196.436	0,1%
TOTALE	230.284.800	100,0%

Tav.2 - Attività promozionale 2022 totale per settori*(Valori in euro)*

SISTEMI E SETTORI MERCEOLOGICI	SPESO	% SUL TOTALE
AGRO-ALIMENTARE	40.828.556	17,7%
PRODOTTI AGROALIMENTARI	35.141.756	15,3%
VINO E BEVANDE	5.381.948	2,3%
FRANCHISING	304.853	0,1%
TECNOLOGIA INDUSTRIALE	38.102.240	16,5%
MACCHINE ED APPARECCHI MECCANICI	19.497.874	8,5%
AUTOMOTIVE E BICI	9.751.142	4,2%
NAUTICA	2.984.769	1,3%
ENERGIA E AMBIENTE	2.183.730	0,9%
AEROSPAZIO E DIFESA	1.681.792	0,7%
PLURISETTORIALE	853.784	0,4%
INFRASTRUTTURE	763.493	0,3%
APPARECCHI MEDICALI E CHIRURGICI	310.241	0,1%
BIOTECNOLOGIE	63.142	0,0%
LOGISTICA	12.274	0,0%
MODA-PERSONA-SPORT	36.016.522	15,6%
SISTEMA MODA	15.336.232	6,7%
PRODOTTI PERSONA	9.633.664	4,2%
TESSILE-ABBIGLIAMENTO	8.454.164	3,7%
CUOIO-CALZATURE	2.592.461	1,1%
STARTUP-INNOVAZIONE E DIGITALIZZAZIONE	17.679.935	7,7%
INNOVAZIONE (ICT, Startup, Cyber Security, Smart City)	14.484.989	6,3%

SISTEMI E SETTORI MERCEOLOGICI	SPESO	% SUL TOTALE
APPARECCHI MEDICALI E CHIRURGICI	1.699.236	0,1%
ENERGIA E AMBIENTE	872.438	0,9%
FARMACEUTICA	337.307	0,1%
BIOTECNOLOGIE	285.965	0,0%
CASA-UFFICIO	15.720.426	6,8%
MATERIALI DA COSTRUZIONE	8.135.601	3,5%
MOBILI E ARREDO	7.584.825	3,3%
PLURISETTORIALE	7.454.152	0,4%
INDUSTRIA CREATIVA E BENESSERE	6.379.731	2,8%
AUDIOVISIVO ED EDITORIA	5.761.260	2,5%
TERMALE	618.471	0,3%
ATTRAZIONE INVESTIMENTI	3.190.301	1,4%
FORMAZIONE	3.054.050	1,3%
COLLABORAZIONE INDUSTRIALE	2.393.032	1,0%
PARTENARIATO E COOPERAZIONE	1.602.468	0,7%
RESTAURO	790.564	0,3%
<i>NATION BRANDING</i>	<i>30.469.419</i>	<i>13,2%</i>
<i>BONUS DIGITALE</i>	<i>28.800.000</i>	<i>12,5%</i>
<i>PROGETTO D-TEM</i>	<i>196.436</i>	<i>0,1%</i>
TOTALE	230.284.800	100,0%

Tav.3 - Attività promozionale 2022 totale per aree geografiche*(Valori in euro)*

AREE GEOGRAFICHE	SPESO	% SUL TOTALE
ITALIA	56.235.131	24,4%
EUROPA	39.485.704	17,1%
ASIA	28.445.651	12,4%
NORD AMERICA	28.224.829	12,3%
MULTIMERCATO	7.891.474	3,4%
CENTRO E SUD AMERICA	5.404.646	2,3%
AFRICA	4.638.177	2,0%
OCEANIA	493.333	0,2%
NATION BRANDING	30.469.419	13,2%
BONUS DIGITALE	28.800.000	12,5%
PROGETTO D-TEM	196.436	0,1%
TOTALE	230.284.800	100,0%

Tav.4 - Attività promozionale 2022 totale per paesi*(Valori in euro)*

PAESI	SPESO	% SUL TOTALE
STATI UNITI	26.087.714	11,3%
FRANCIA	13.388.770	5,8%
GERMANIA	8.122.817	3,5%

PAESI	SPESO	% SUL TOTALE
EMIRATI ARABI UNITI	7.184.367	3,1%
CINA	5.994.884	2,6%
GIAPPONE	4.804.394	2,1%
REGNO UNITO	4.321.691	1,9%
PAESI BASSI	2.897.143	1,3%
SPAGNA	2.411.972	1,0%
THAILANDIA	2.178.466	0,9%
COREA DEL SUD	1.908.404	0,8%
SINGAPORE	1.778.542	0,8%
MESSICO	1.464.612	0,6%
CANADA	1.310.754	0,6%
RUSSIA	1.218.754	0,5%
BRASILE	1.205.872	0,5%
EGITTO	1.053.362	0,5%
CUBA	1.039.058	0,5%
SVIZZERA	957.696	0,4%
KENYA	847.243	0,4%
TURCHIA	752.094	0,3%
ALGERIA	749.973	0,3%
MALAYSIA	645.253	0,3%
INDIA	603.336	0,3%
VIETNAM	557.850	0,2%

PAESI	SPESO	% SUL TOTALE
SLOVENIA	502.740	0,2%
QATAR	479.138	0,2%
NORVEGIA	466.546	0,2%
PERU'	417.166	0,2%
ISRAELE	416.639	0,2%
BELGIO	414.632	0,2%
SERBIA	360.478	0,2%
SVEZIA	296.363	0,1%
ECUADOR	294.318	0,1%
AUSTRALIA	279.315	0,1%
ANGOLA	270.856	0,1%
LIBIA	258.456	0,1%
CAMERUN	252.094	0,1%
ARABIA SAUDITA	251.803	0,1%
BULGARIA	249.917	0,1%
CILE	248.201	0,1%
GHANA	230.619	0,1%
PORTOGALLO	227.459	0,1%
KAZAKISTAN	221.508	0,1%
LIBANO	212.765	0,1%
SUD AFRICA	199.953	0,1%
ARGENTINA	196.647	0,1%

PAESI	SPESO	% SUL TOTALE
TUNISIA	187.475	0,1%
UNGHERIA	182.200	0,1%
FINLANDIA	179.024	0,1%
IRAQ	175.531	0,1%
COLOMBIA	174.718	0,1%
PANAMA	163.010	0,1%
MOZAMBICO	153.418	0,1%
ROMANIA	143.954	0,1%
UCRAINA	134.459	0,1%
ETIOPIA	127.517	0,1%
IRAN	116.575	0,1%
IRLANDA	112.385	0,0%
POLONIA	111.213	0,0%
CROAZIA	87.144	0,0%
COSTA D'AVORIO	75.361	0,0%
ALBANIA	69.132	0,0%
TANZANIA	58.829	0,0%
MAROCCO	57.749	0,0%
BAHREIN	56.766	0,0%
PAKISTAN	51.907	0,0%
GEORGIA	49.411	0,0%
TAIWAN	47.178	0,0%

PAESI	SPESO	% SUL TOTALE
GIORDANIA	45.160	0,0%
AUSTRIA	43.888	0,0%
REPUBBLICA CECA	41.966	0,0%
KUWAIT	39.986	0,0%
MONGOLIA	36.241	0,0%
BIELORUSSIA	30.703	0,0%
MACEDONIA DEL NORD	26.743	0,0%
DANIMARCA	21.770	0,0%
ZAMBIA	15.725	0,0%
KOSOVO	14.550	0,0%
SENEGAL	11.278	0,0%
LUSSEMBURGO	6.484	0,0%
TURKMENISTAN	5.373	0,0%
NIGERIA	4.631	0,0%
KIRGHIZISTAN	3.058	0,0%
FILIPPINE	2.411	0,0%
BANGLADESH	1.044	0,0%
GRECIA	885	0,0%
SUDAN	3	0,0%
ITALIA	56.162.461	24,4%
VARI MONDO	7.891.474	3,4%
VARI EUROPA	1.649.306	0,7%

PAESI	SPESO	% SUL TOTALE
VARI NORD AMERICA	889.530	0,4%
VARI ASIA	604.203	0,3%
VARI AFRICA	271.112	0,1%
VARI AMERICA CENTRALE E MERIDIONALE	201.043	0,1%
NATION BRANDING	30.519.745	13,3%
BONUS DIGITALE	28.800.000	12,5%
PROGETTO D-TEM	196.436	0,1%
TOTALE	230.284.800	100,0%

Tav.5 - Attività promozionale 2022 totale per tipologia di iniziativa

(Valori in euro)

Tipologia d'iniziativa	SPESO	% sul totale
FIERE ED EVENTI ALL'ESTERO	79.461.290	34,5%
AZIONI DI COMUNICAZIONE	45.727.011	19,9%
POTENZIAMENTO FIERE ITALIANE E INCOMING	35.564.316	15,4%
PROGETTI DIGITALI PER LE PMI	31.964.653	13,9%
AZIONI CON E-COMMERCE E GDO	18.144.948	7,9%
ATTIVITA' FORMATIVE E INFORMATIVE	12.064.974	5,2%
DESK ESTERI	5.310.929	2,3%
STUDI, INDAGINI DI MERCATO E ALTRE ATTIVITA' DI SUPPORTO ALLA PROMOZIONE	2.046.679	0,9%
TOTALE	230.284.800	100,0%

Tav.6 - Attività promozionale 2022 totale per azione*(Valori in euro)*

LINEA DI AZIONE	SPESO	% sul totale
COMUNICAZIONE	40.351.268	17,5%
FORMAZIONE E INFORMAZIONE	10.554.239	4,6%
E-COMMERCE E GDO	19.045.513	8,3%
SISTEMA FIERISTICO	88.706.617	38,5%
VALORIZZAZIONE AGROALIMENTARE	17.199.798	7,5%
DIGITALIZZAZIONE E INNOVAZIONE	51.325.373	22,3%
ATTRAZIONE INVESTIMENTI ESTERI	3.101.992	1,3%
TOTALE	230.284.800	100,0%



www.ice.it

Italian Trade Agency 

@ITAttradeagency 

ITA-Italian Trade Agency 

@itatradeagency 