



RELAZIONE  
ATTIVITÀ  
PROMOZIONALE  
2017

**ITCA** 

ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e  
l'internazionalizzazione delle imprese italiane



**Il presente documento è stato predisposto dall'ICE-Agenzia  
Ufficio di Coordinamento Promozione del Made in Italy**

*redattori* Rossana Ciraolo, Francesca Mauri, Silvio Bevilacqua

**Layout grafico**

*Ufficio Coordinamento Promozione del Made in Italy | Nucleo Grafica*

# Indice

## OVERVIEW

- 5** La spesa in sintesi
- 7** L'attività promozionale
- 9** Settori, paesi e strumenti dell'intervento promozionale
- 15** Contributo terzi, clientela promozionale e customer satisfaction

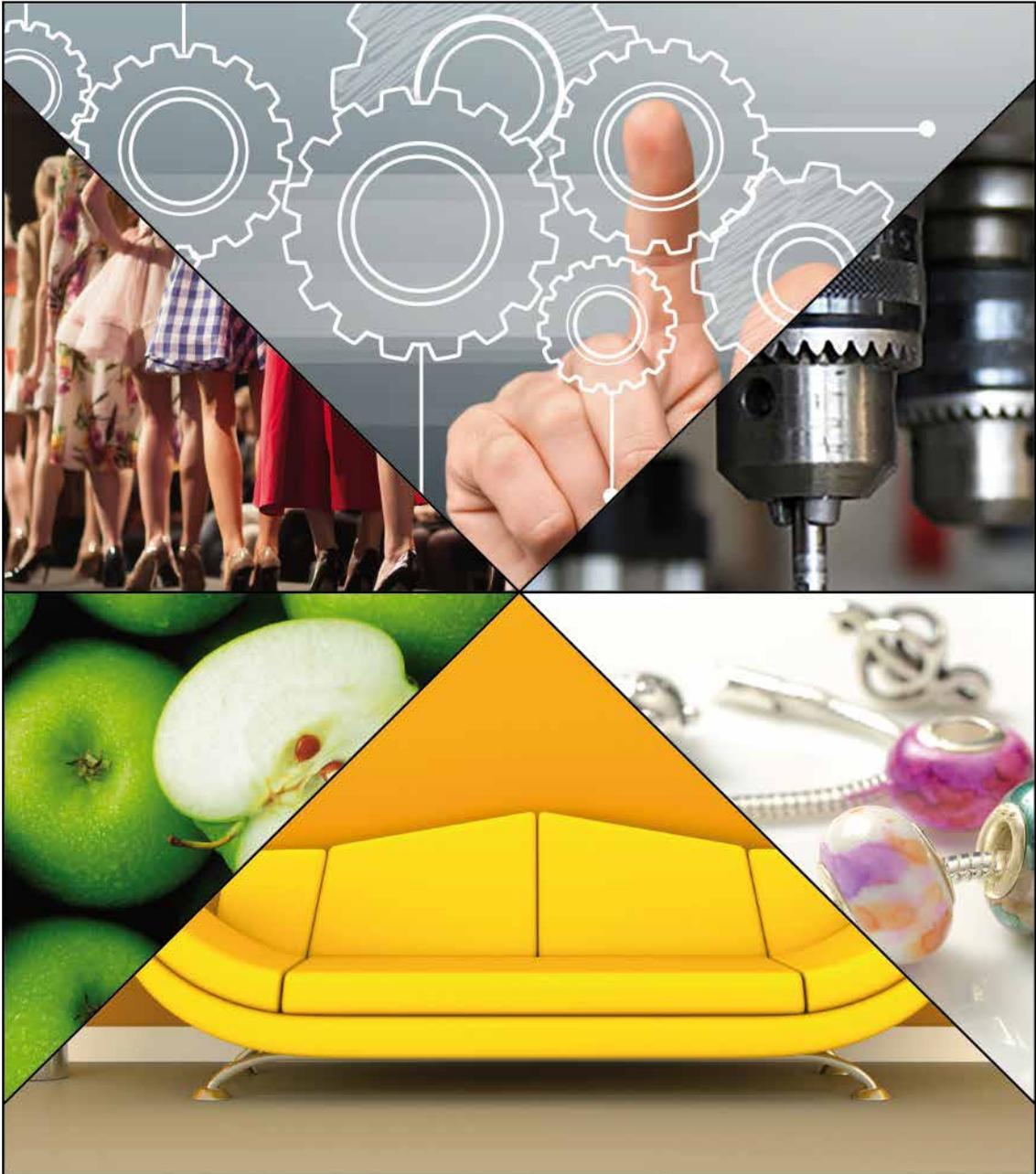
## LINEE DI INTERVENTO

- 18** Agroalimentare e Vini
- 22** Beni di Consumo
- 30** Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente
- 36** Partenariato Industriale e Rapporti con gli OO.II.
- 44** Marketing, Servizi alle Imprese e Formazione
- 55** Attrazione Investimenti Esteri
- 59** Azioni per la valorizzazione del Made in Italy
- 62** Altre attività di supporto alla promotion
- 69** Attività ICE di Milano

## TAVOLE

- 72** TAV. 1 – Attività Promozionale 2017 distinta per committenti
- 73** TAV. 2 – Attività Promozionale 2017 per sistemi merceologici
- 74** TAV.3 – Attività Promozionale 2017 totale per linee di intervento
- 74** TAV. 4 – Attività Promozionale 2017 per aree geografiche
- 75** TAV. 5 – Attività Promozionale 2017 per Paesi
- 77** TAV. 6 – Attività Promozionale 2017 per tipologia di iniziativa





## Relazione sull'attività promozionale 2017

### Overview

Nel 2017 è proseguito il grande sforzo dell'ICE-Agenzia per incrementare il sostegno alle imprese italiane, grazie all'impiego intensivo di diverse forme di finanziamento.

In questo periodo, infatti, è andata a regime la seconda annualità del "Piano straordinario per la promozione del made in Italy e per l'attrazione degli investimenti esteri in Italia", ed è stata avviata la terza annualità.

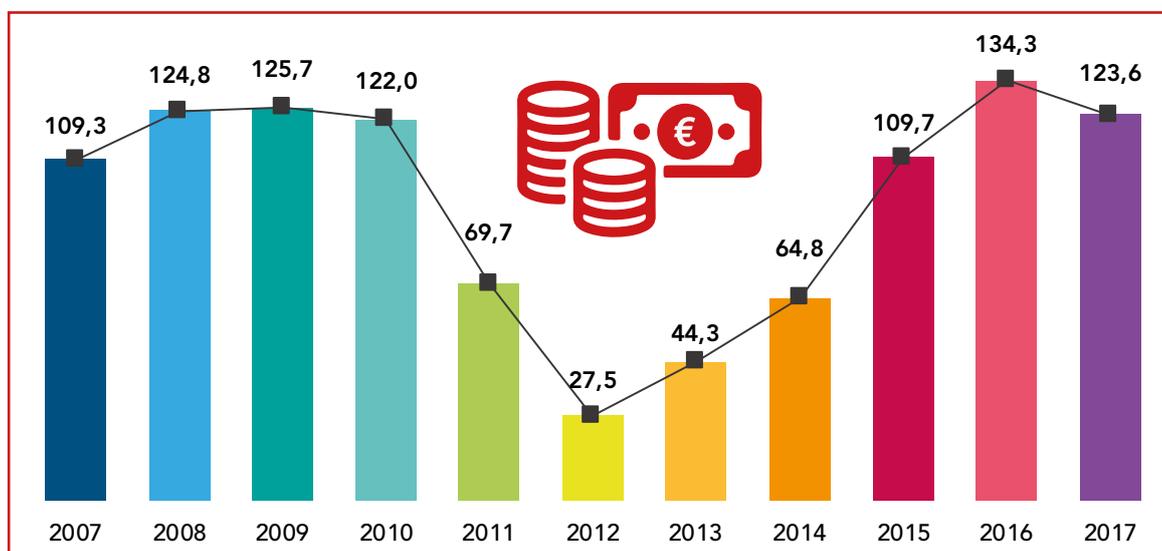
Ad ottobre 2016 si è riunita la Cabina di Regia per l'internazionalizzazione delle imprese<sup>1</sup> che ha indicato le linee guida e l'indirizzo strategico per le attività da realizzare nel corso del 2017, confermando il supporto di Istituzioni e *stakeholders* alle attività promozionali dell'ICE-Agenzia.

La Cabina è tornata a riunirsi ad ottobre 2017, dettando gli indirizzi per il 2018 e riconoscendo l'importante ruolo svolto dall'Agenzia a favore dell'internazionalizzazione del sistema produttivo italiano.

Nel 2017 complessivamente **la spesa realizzata per le attività di promozione del Made in Italy finanziate sia dal Ministero dello Sviluppo Economico (Mise) che da altri committenti** è pari a **123,6 milioni di euro**, in lieve diminuzione rispetto al 2016 (-8%), anno di maggiore spesa nella storia dell'Agenzia.

In particolare, i Programmi promozionali Mise (annuali e straordinari) hanno registrato una spesa totale pari a 101,7 milioni di euro (-6% rispetto al 2016), seguiti dal Piano Made in Italy, con una spesa di 9,3 milioni di euro (-15%), dal Piano Export Sud (5,9 milioni le risorse spese, -52% sul 2016, a causa del ritardo nell'avvio del PES II - avvenuto ad ottobre 2017) e dalle Convenzioni ICE-Mipaaf con una spesa di 4,7 milioni (attività avviate nel 2016 entrate a pieno regime solo nel 2017).

Spesa per attività promozionale 2007-2017  
– milioni di euro –



L'apporto del settore privato ai programmi realizzati - includendo in tale apporto sia il contributo delle aziende partecipanti alle attività dei Piani promozionali Mise che le attività commissionate interamente da privati - è in aumento sia in termini assoluti (14,6 contro i 13,9 milioni di euro del 2016), che in termini relativi: la sua incidenza sulla spesa totale è infatti lievemente salita dal 10% al 12%. Tale apporto privato

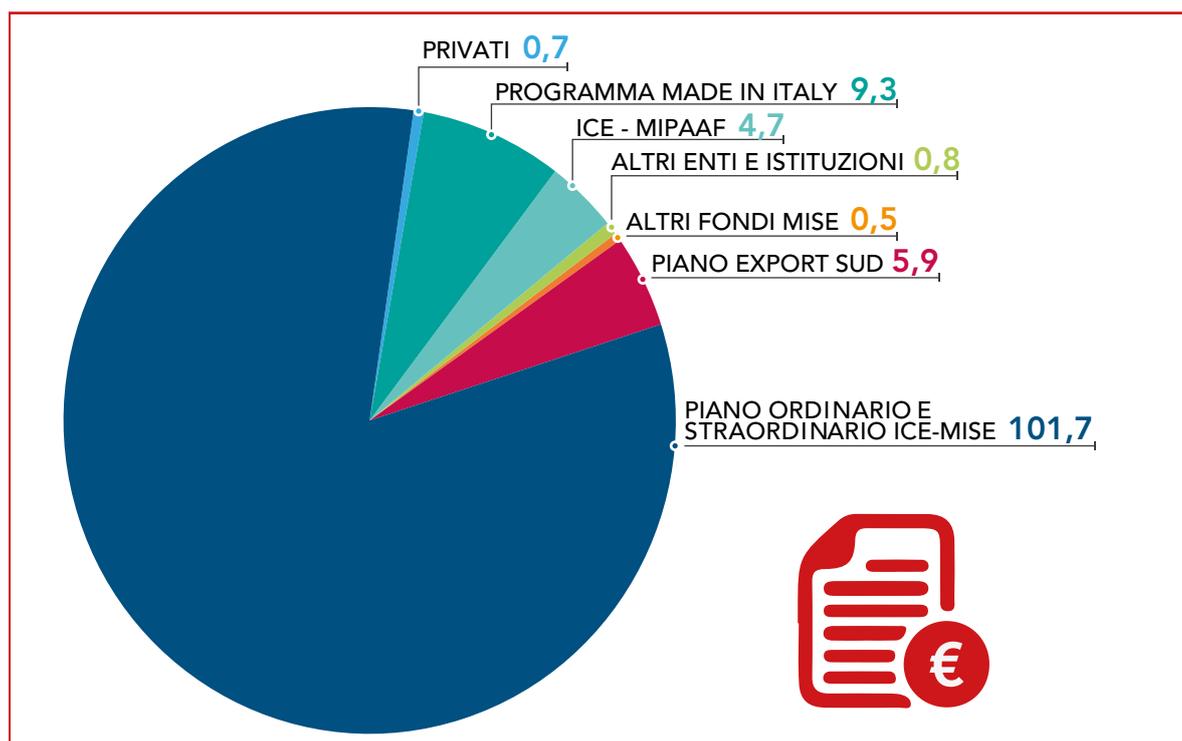
<sup>1</sup> Istituita con il DL n. 98 del 6.7.2011, la Cabina di Regia per l'Italia Internazionale è copresieduta dai Ministri degli Affari esteri e dello Sviluppo Economico e raggruppa i principali attori pubblici e privati preposti all'internazionalizzazione del "sistema Italia", al fine di garantire il coordinamento delle politiche di sostegno all'internazionalizzazione ed assicurare una maggiore efficacia delle azioni promozionali sui mercati esteri.

contribuisce principalmente alle attività dei Programmi Promozionali annuali e straordinari ICE-Mise (11,4 milioni), e in maniera meno rilevante al Programma straordinario di promozione del Made in Italy finanziato dal Mise (1 milione), alle iniziative privatistiche propriamente dette (0,7 milioni), al Piano export Sud (0,5 milioni), e ai restanti programmi (1,1 milioni).

Questo il dettaglio delle principali voci in cui è ripartita la spesa promozionale complessiva registrata nel 2017 (le voci comprendono il contributo privato):

- ▼ **101,7 milioni di euro** (82% della spesa totale) per iniziative dei *Programmi Promozionali annuali e straordinari ICE-Mise*;
- ▼ **9,3 milioni di euro** (8% del totale) per il *Programma straordinario di promozione del Made in Italy* finanziato dal *Mise*;
- ▼ **5,9 milioni di euro** (5% del totale) per gli interventi finanziati dal *Mise* per il *Piano export Sud*;
- ▼ **4,7 milioni di euro** per attività finanziate dal *Mipaaf* e realizzate in convenzione con *ICE*;
- ▼ **0,8 milioni di euro** per attività finanziate da altri Enti e Istituzioni (altri Ministeri, Regioni ecc.);
- ▼ **0,7 milioni di euro** per iniziative commissionate all'ICE-Agenzia da *Privati* o *finanziate esclusivamente su fondi privati*.
- ▼ **0,5 milioni di euro** per *altre attività finanziate dal Mise*;

### Ripartizione della spesa promozionale 2017 per programmi o committenti – milioni di euro –



Le attività del **Programma Promozionale ordinario e straordinario** hanno rappresentato, anche nel 2017, la parte più rilevante della promotion dell'ICE (82% circa pari a **101,7 milioni di euro**).

Come noto i Programmi 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 scaturiscono 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 Programmi 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 Ministero dello Sviluppo

Economico. All'assegnazione pubblica si aggiunge il contributo finanziario delle imprese a titolo di compartecipazione ai costi di realizzazione, differenziato in funzione delle finalità dell'iniziativa (a ritorno commerciale o di immagine), del mercato-obiettivo e delle modalità di intervento.

Alle azioni del piano ordinario annuale e straordinario si sono affiancate, in maniera complementare, gli interventi attuati nel quadro del Programma di promozione straordinaria per il Made in Italy, finanziato dal Ministero dello Sviluppo economico con fondi addizionali rispetto agli stanziamenti ordinari per il programma annuale, che nel 2017 hanno fatto registrare una spesa di 9,3 milioni di euro. Il Programma, nato nel 2004, comprende principalmente campagne e progetti specifici con un'**ottica strategica di promozione del sistema Paese riferita al medio e lungo periodo.**

La spesa del **Piano export Sud**, avviato a fine 2013 e valido fino a tutto il 2020, ha registrato una flessione nella spesa nel 2017, arrivando a **5,9 milioni di euro**. Nel 2017 è stato avviato un nuovo Piano pluriennale (PES II) esteso ad 8 regioni del mezzogiorno- quelle meno sviluppate e quelle in transizione – con uno stanziamento complessivo di 50 milioni di euro. Il ritardo nell'avvio del PES II - avvenuto ad ottobre 2017 – dovuto all'iter di approvazione e di registrazione della Convenzione da parte degli Organi di Controllo ha determinato una spesa inferiore agli anni precedenti.

Nel 2017 hanno registrato importanti spese le attività realizzate nell'ambito delle Convenzioni sottoscritte da ICE-Agenzia con il **Mipaaf** (la prima in data 21 dicembre 2015 e la seconda in data 20 dicembre 2016), finanziate dalla Legge di Bilancio 2015 nell'ambito del Piano straordinario 2015-2017, raggiungendo i **4,7 milioni di euro** (nel 2016 le spese si erano fermate a 0,5 milioni).

**L'attività realizzata per conto di altri Enti e Istituzioni** (tra cui Regioni e Unione Europea) ha registrato spese per **0,8 milioni di euro**;

Infine **0.7 milioni di euro** sono le spese imputabili ad **iniziative** - per lo più grandi collettive a fiere internazionali di richiamo - **finanziate esclusivamente con il contributo finanziario delle stesse aziende partecipanti**, in linea con il 2016.

Ai programmi sopra elencati si sono aggiunti altri filoni di attività a supporto dell'internazionalizzazione delle PMI sempre **a valere su fondi Mise**, principalmente per la realizzazione di attività formative in collaborazione con altri soggetti pubblici e il finanziamento dei desk anti-contraffazione, per complessivi **0,5 milioni di euro**.

## L'attività promozionale

L'attività svolta nel 2017 ha riguardato prevalentemente la realizzazione delle iniziative relative ai Programmi Promozionali annuali e straordinari ICE-Mise a valere su fondi 2015 e 2016, cui si è aggiunta l'attuazione delle azioni previste nel Piano ordinario 2017 (17,8 milioni) e del Piano straordinario 2017 (121,5 milioni gestiti da ICE).

“

Riquadro 1

### **Il Piano straordinario per la promozione del Made in Italy e attrazione degli investimenti in Italia**

Con la **Legge 164 dell'11 novembre 2014** (legge di conversione del D.L. 133 del 12 settembre 2014, cosiddetto "Sblocca Italia"), il Governo ha inteso adottare un "Piano straordinario per la promozione del Made in Italy e attrazione degli investimenti in Italia", con proiezione triennale, rivolto ad ampliare il numero delle imprese, in particolare piccole e medie, che operano nel mercato globale, espandere le quote italiane del commercio internazionale, valorizzare l'immagine del Made in Italy nel mondo, sostenere le iniziative di attrazione degli investimenti esteri in Italia.

Il Piano, nel suo complesso, prevede le seguenti linee di intervento, così come indicate all'art. 30 comma 2, lettere a, b,c,d,e,f,g,h,i,l:

- A. iniziative straordinarie di formazione e informazione sulle opportunità offerte dai mercati esteri alle imprese in particolare piccole e medie;
- B. supporto alle più rilevanti manifestazioni fieristiche italiane di livello internazionale;
- C. valorizzazione delle produzioni di eccellenza, in particolare agricole e agroalimentari, e tutela all'estero dei marchi e delle certificazioni di qualità e di origine delle imprese e dei prodotti;
- D. sostegno alla penetrazione dei prodotti italiani nei diversi mercati, anche attraverso appositi accordi con le reti di distribuzione;
- E. realizzazione di un segno distintivo unico, per le iniziative di promozione all'estero e durante l'Esposizione universale 2015, delle produzioni agricole e agroalimentari che siano rappresentative della qualità e del patrimonio enogastronomico italiano;
- F. realizzazione di campagne di promozione strategica nei mercati più rilevanti e di contrasto al fenomeno dell'Italian Sounding;
- G. sostegno all'utilizzo degli strumenti di e-commerce da parte delle piccole e medie imprese;
- H. realizzazione di tipologie promozionali innovative per l'acquisizione e la fidelizzazione della domanda dei mercati esteri;
- I. rafforzamento organizzativo delle start up nonché delle micro, piccole e medie imprese in particolare attraverso l'erogazione di contributi a fondo perduto in forma di voucher;
- L. sostegno ad iniziative di promozione delle opportunità di investimento in Italia, nonché di accompagnamento e assistenza degli investitori esteri in Italia.

In coerenza con le Linee Guida della Cabina di Regia, l'Agenzia ha proseguito nelle azioni di potenziamento dei grandi eventi fieristici italiani e nelle campagne di comunicazione strategiche, anche di contrasto al fenomeno dell'Italian sounding, oltre a rinnovare le collaborazioni con le principali catene distributive mondiali sia fisiche che on line. Sono state inoltre potenziate le iniziative ormai consolidate di supporto alle PMI come le partecipazioni collettive alle principali fiere internazionali di settore, le attività di incoming, la formazione, i roadshow per l'internazionalizzazione etc.

**Nel 2017 le imprese** che hanno preso parte alle azioni promosse dall'ICE Agenzia - includendo nella rilevazione sia le partecipazioni onerose che quelle a titolo gratuito - sono state complessivamente **circa 20.000** (in lieve calo rispetto le 22.000 del 2016).

## Settori, paesi e strumenti dell'intervento promozionale

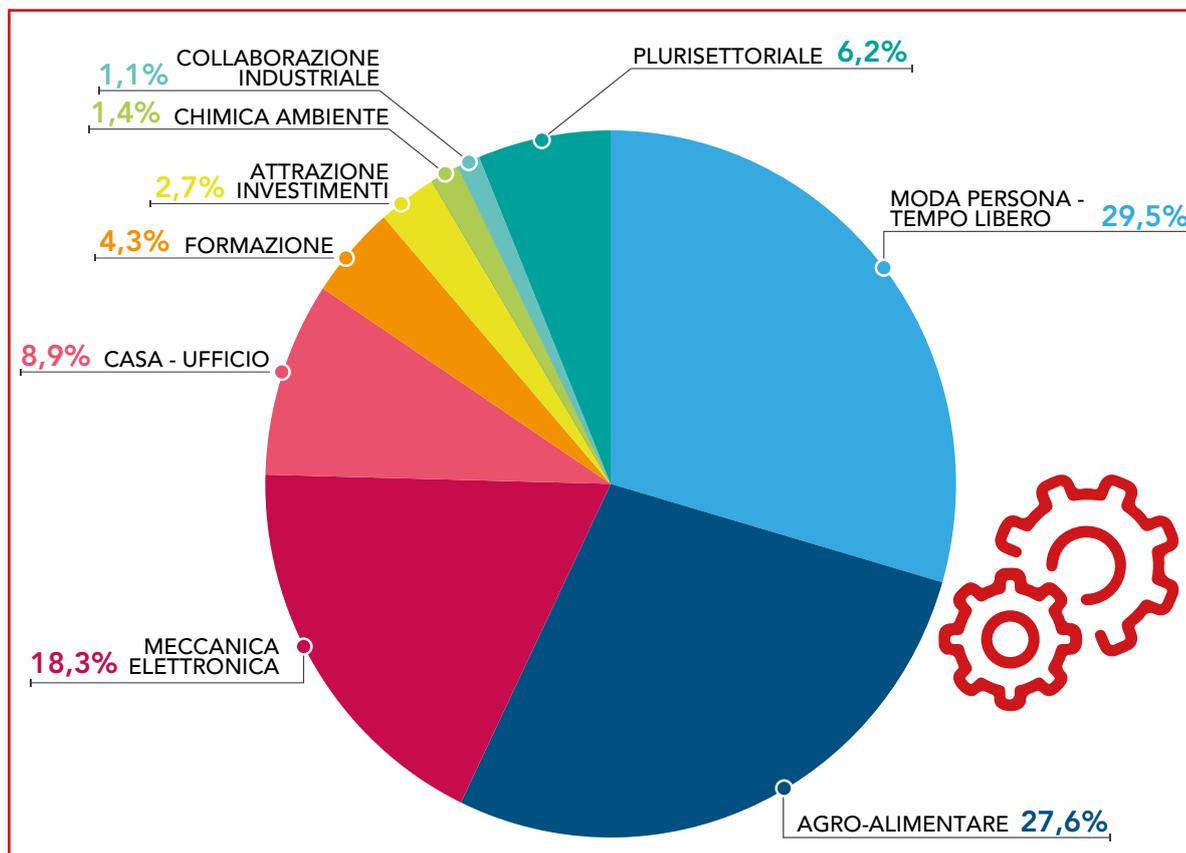
Le risorse promozionali sono state destinate prevalentemente al sistema **moda persona e tempo-libero (29,5% della spesa), con 36,5 milioni di euro**, destinati principalmente al tessile-abbigliamento, ai prodotti per la persona e al sistema moda nel suo complesso.

A seguire il comparto **agroalimentare (27,6% della spesa), con 34,2 milioni di euro**, il comparto **meccanica elettronica e gli ambiti settoriali chimica e ambiente, con 26 milioni (19,7%)** e **casa-ufficio con 11 milioni (8,9%)**.

In linea con il 2016, è presente una consistente spesa per le attività di **attrazione degli investimenti esteri in Italia, pari a circa il 3% del totale e 3,4 milioni di spesa**.

Alla promozione merceologica, che rimane prevalente, si sono affiancati, in maniera complementare, gli **interventi a carattere trasversale e plurisetoriale** (implementazioni di nuovi applicativi gestionali di ICE, missioni imprenditoriali, manifestazioni espositive plurisetoriali, azioni di comunicazione), **pari al 6,2 % del totale**, le iniziative della **formazione** (compresi i Roadshow per le PMI e il progetto Alti Potenziali) e quelle finalizzate allo sviluppo della **collaborazione industriale** (rispettivamente 4,3% e 1,1% il peso di ciascuno dei due ambiti sul budget complessivo).

Ripartizione spesa Piano annuale per sistema merceologico  
– valori percentuali –



**Dal punto di vista geografico**, la promozione 2017 si è rivolta prevalentemente al mercato **nord-americano, con un investimento di 29,2 milioni di euro (pari al 23,6% delle risorse)**, rivolto principalmente agli Stati Uniti con uno speso pari a 22,7 milioni.

Segue il **continente asiatico, con il 20,4% delle risorse (25,2 milioni di euro)**, con particolare riguardo alle economie mature ed emergenti del Far-East (Cina 8,8 mln, Giappone 4,6 mln, Paesi Asean 1,9 mln) e ai più vicini mercati del Kazakistan (dove si è svolto l'Expo di Astana "Future Energy"), Iran, India ed EAU, con un totale di 8 milioni spesi.

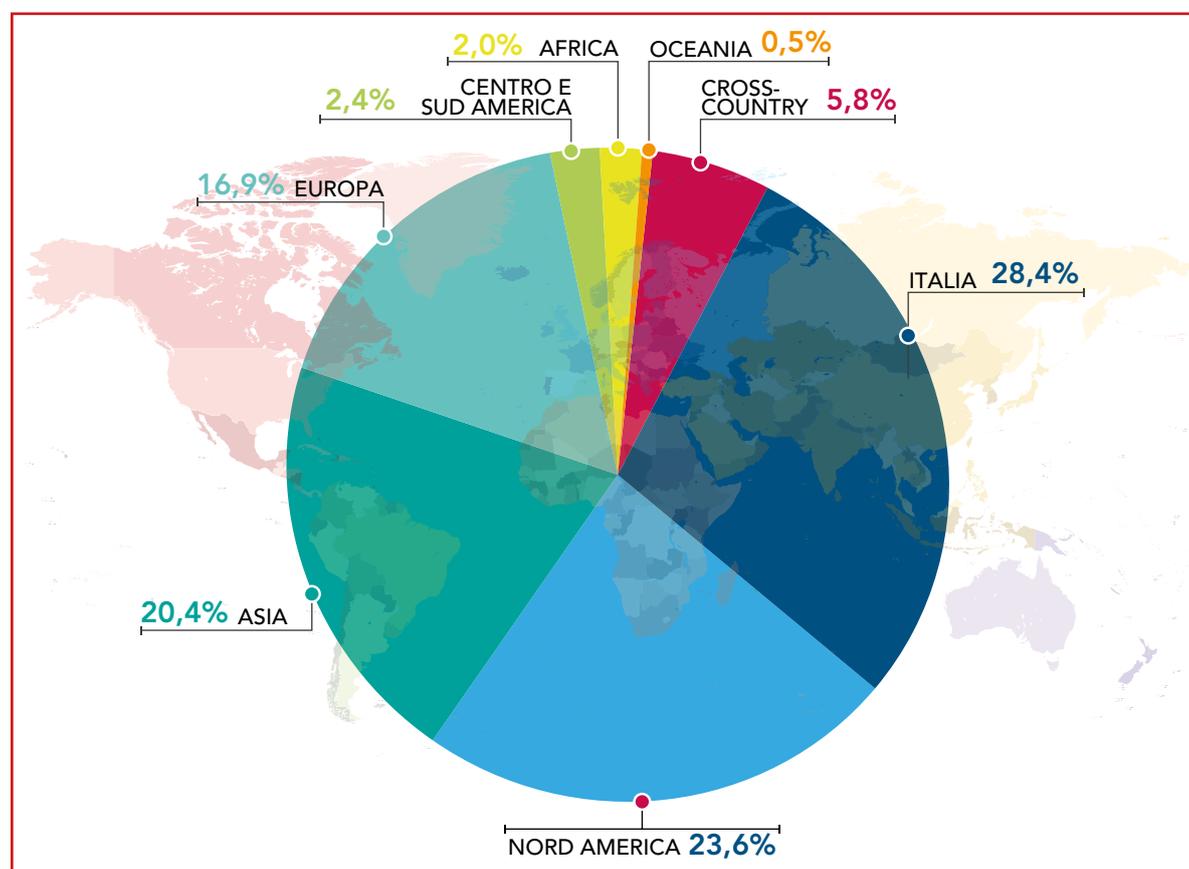
Forte anche l'investimento nei **paesi europei, la cui quota del 16,9% (20,9 milioni)**, in larga parte relativa ai paesi dell'Unione europea con circa di 17 milioni di euro di spesa, che conferma lo sforzo sui paesi maturi vicini, in particolare Francia e Germania con 5,1 milioni ciascuno, Regno Unito 2,9, Germania 2,5, e il mantenimento dell'impegno in Russia (2,2 milioni).

**L'America Centro Meridionale** ha assorbito una quota pari al 2,4% del totale, seguita dall'Africa con il 2% delle risorse investite e dall'**Oceania** con lo 0,5%.

Completano il quadro, le attività classificate come **Cross-Country**, con 7,1 milioni e una quota pari al 5,8%, che includono principalmente azioni di comunicazione su più geografie, nuclei operativi e desk che servono più paesi e altre attività di supporto alla promotion (spese generali, costi di gestione della rete estera, etc).

Una quota rilevante, pari al **28,4% (35,1 milioni)**, è stata destinata alle iniziative a favore dell'**internazionalizzazione svolte in Italia**, prevalentemente azioni di potenziamento del sistema fieristico italiano, incoming di operatori esteri, azioni di formazione (anche Roadshow per le PMI), implementazioni di nuovi applicativi gestionali di ICE e altre attività di supporto alla promotion.

Ripartizione spesa Piano annuale per aree geografiche  
– valori percentuali –

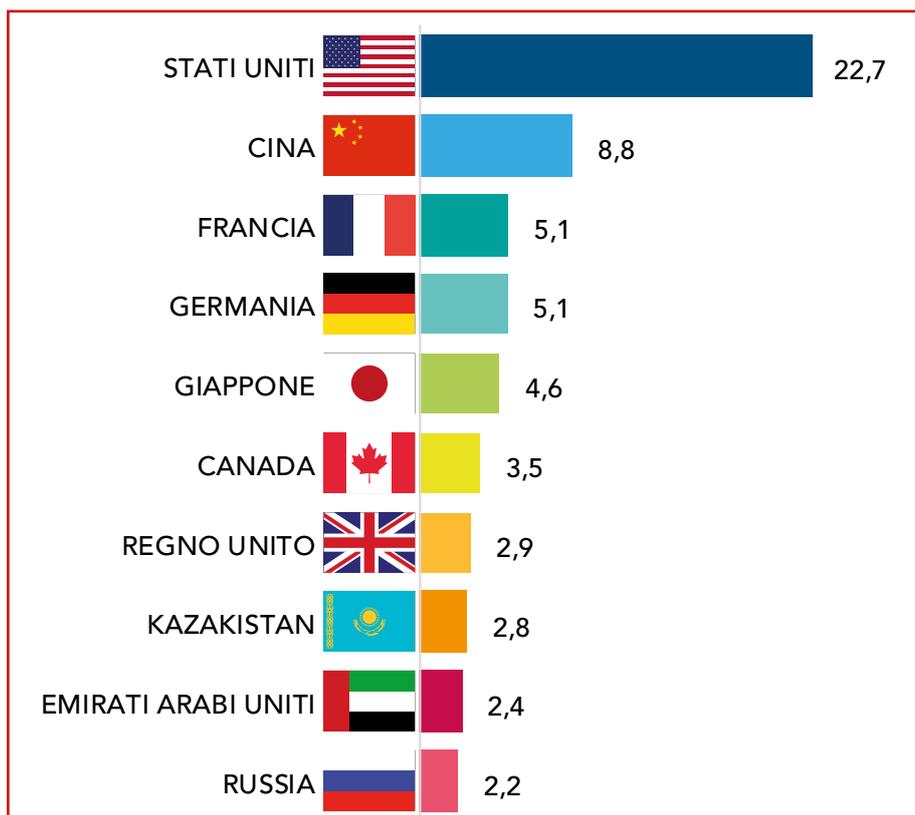


Tra i principali mercati dell'attività promozionale 2017 si conferma il forte impegno negli Stati Uniti, primo Paese per entità dell'investimento promozionale, con 22,7 milioni di euro (rispetto ai 26,8 dello scorso anno), al secondo posto la Cina, in lieve aumento rispetto allo scorso anno, con 8,8 milioni (8,2 nel 2016).

Consistente impegno di risorse destinate a Francia e Germania, entrambe con 5,1 milioni, seguite da Giappone (4,6) e Canada (3,5).

In lieve calo il Regno Unito con 2,9 milioni (3,2 nel 2016), mentre compare per la prima volta tra i primi 10 paesi di intervento il Kazakistan con 2,8 milioni (esclusivamente a causa dell'intervento finanziario richiesto per organizzare la presenza italiana all'Expo di Astana "Future Energy").

I primi 10 Paesi dell'investimento promozionale 2017  
 – dati in milioni di euro –



Riquadro 2

**LA PRESENZA ITALIANA ALL'EXPO DI ASTANA "FUTURE ENERGY"**

10 giugno/10 settembre 2017

Nel mese di giugno 2014 l'assemblea generale del BIE ha assegnato al Kazakistan il compito di organizzare la manifestazione Expo del 2017, dedicata al tema del futuro energetico per sensibilizzare la popolazione locale su un nuovo modello di sviluppo economico sostenibile. La leadership del grande Paese centrasiano ha voluto così celebrare i successi economici raggiunti dall'indipendenza e preparare il paese alle sfide energetiche del futuro. Per 93 giorni la mini Expo è stata la sede di decine di seminari e convegni internazionali dove sono emerse le priorità di intervento e gli investimenti necessari per modernizzare il modello energetico del grande paese Eurasiatico. L'Expo di Astana 2017 ha raggiunto il target fissato dal Governo di 3 milioni di visitatori ed ha registrato un'ampia presenza istituzionale di Paesi ed organizzazioni internazionali. Le nazioni partecipanti hanno presentato le diverse visioni sul tema dell'energia nel futuro ed hanno mostrato i più recenti risultati tecnologici nel settore energetico.

Il Padiglione italiano, sviluppato su un'area espositiva principale di 895,3 mq e con un'altezza di 8 metri, era localizzato all'interno della hall C1 (la stessa scelta dal Regno Unito, Finlandia, Ungheria e Lituania). Procedendo da uno spazio all'altro si assisteva ad un fluire continuo di video proiettati sulle pareti curvilinee. Ciascun video era associato a dialoghi, suoni e musiche, con la colonna sonora firmata dal gruppo musicale Mokadelic. Le proiezioni, realizzate con 36 Panasonic PT-RZ770, erano 'sincronizzate' con il passaggio dei visitatori, in sintonia con la narrazione studiata dai curatori.

I contenuti del padiglione hanno giocato sul binomio storia e creatività del nostro Paese per valorizzare l'ingegno italiano nelle numerose declinazioni progettuali urbanistiche, di efficienza energetica e di energia rinnovabile. Il padiglione è stato concepito come un unico percorso visuale e sonoro nel quale lo spettatore poteva entrare ed uscire dai singoli contenuti visivi individuali in totale libertà. Il padiglione è stato costruito intorno a quattro aree principali di forma ellittica. Ciascuno spazio ha preso il nome di piazza associata al nome di una figura italiana di prestigio che ha contribuito positivamente allo sviluppo universale della



conoscenza per il settore energetico.

Piazza Pacinotti è stata la prima grande area di raccolta delle informazioni del padiglione Italiano. L'installazione consentiva una veloce panoramica delle regioni partecipanti per dare l'opportunità ai visitatori kazaki di conoscere la ricchezza culturale ed ambientale dei diversi territori italiani.

Piazza Enrico Fermi ha avuto il compito di rappresentare la storia energetica italiana. In 12 minuti il visual ha condensato lo sviluppo energetico italiano grazie alle immagini degli sterminati archivi della RAI, ENI, ENEL, ISTITUTO LUCE.

Piazza Alessandro Volta ha consentito un costante aggiornamento dei contenuti culturali del padiglione con un focus specifico su una singola regione ospite per ciascuna settimana di apertura dell'Expo. All'interno della Piazza sono state inserite tre installazioni virtuali interattive che consentivano viaggi virtuali nel nostro paese e conoscere le numerose esperienze innovative maturate nei progetti di efficienza energetica e delle rinnovabili.

Piazza Leonardo da Vinci ha concluso l'esperienza dei visitatori del padiglione italiano con un grande ambiente ed un visual di grande effetto. L'installazione principale è stata costituita immagini proiettate a 360 gradi della nazionale femminile di nuoto sincronizzato. Le riprese subacquee, con tecnologie d'avanguardia, sono state editate in post produzione per creare l'illusione unica che le atlete camminassero sull'acqua e fluttuassero al di sopra dell'acqua. L'idea era quella di rappresentare in maniera poetica il flusso energetico proveniente dall'umanità.

La realizzazione del progetto ha coinvolto una significativa rappresentanza dei territori del nostro paese. Il percorso immateriale del padiglione ha cercato di valorizzare l'ingegno italiano attraverso la storia ed i progetti energetici delle diverse regioni. Un comitato tecnico scientifico ha avuto il compito di coordinare i contenuti immateriali delle singole realtà territoriali. Le quindici regioni partecipanti hanno promosso complessivamente 43 iniziative (seminari, workshop, mostre tematiche, eventi speciali) ed animato le attività culturali del padiglione.

Il bilancio della partecipazione italiana ad Expo Astana è positivo ed il padiglione nazionale ha accolto flussi significativi di visitatori. Luoghi di natura - di storia - di cultura - di tecnologia dell'Italia sono stati illustrati al pubblico, prevalentemente kazako, attraverso un percorso visuale ricco di sensazioni sonore ed immagini con contenuti, in alcuni casi, decontestualizzati per creare sorpresa ed interesse presso i visitatori.

La missione istituzionale/imprenditoriale si è inserita in un momento interessante nella storia recente del più grande paese dell'Asia Centrale. Il presidente del Kazakistan ha promosso, recentemente, diversi provvedimenti legislativi per favorire la diversificazione del modello economico, ridurre l'eccessiva dipendenza dagli idrocarburi, creare le condizioni per uno sviluppo più stabile e meno energivoro.

Lunedì 4 settembre 2017, le imprese italiane hanno partecipato al Business Forum che ha coinvolto come relatori qualificati rappresentanti delle istituzioni kazake ed i vertici della delegazione italiana guidata dal sottosegretario del MISE Ivan Scalfarotto e dal sottosegretario del MATTM Barbara Degani.

Dopo il Forum la delegazione istituzionale ha partecipato ad una fitta agenda di incontri nelle sedi dei diversi Ministeri del Kazakistan. In parallelo è tenuta un'intensa fase di incontri B2B.

### **Nel 2017 sono state realizzate complessivamente circa 870 iniziative promozionali, di cui 700 finanziate con fondi del Piano ordinario e straordinario.**

Come negli anni passati, le **manifestazioni espositive** si confermano come la tipologia di intervento prevalente (37% il peso sulla spesa promozionale, comprendendo in tale tipologia l'organizzazione oltre che di partecipazioni collettive a fiere, anche di mostre autonome, ossia eventi espositivi settoriali organizzati direttamente da ICE).

In lieve ascesa rispetto al 2016 con il 22% del totale (era il 20%), il supporto dato alle produzioni made in Italy attraverso il **potenziamento delle principali manifestazioni fieristiche italiane e l'organizzazione di incoming** nei distretti produttivi.

Seguono le azioni con la **grande distribuzione organizzata** (10,2%) e le **azioni di comunicazione** (campagne pubblicitarie, inserzioni su stampa specializzata) con il 10%.

In aumento lo speso per azioni di supporto alla **"digital economy"** e **"industria 4.0"** (5,3% del totale),

mentre resta in linea con lo scorso anno la **formazione** (4,7%).

Il resto delle attività (seminari, convegni, desk, studi, e altre azioni di supporto alla promotion) totalizzano il 10,7%.

Nell'ambito della programmazione straordinaria del Made in Italy, si segnala, inoltre, l'organizzazione di **quattro missioni imprenditoriali all'estero (Australia, India, Georgia, Vietnam)** in coincidenza con visite governative e istituzionali, dove l'ICE ha accompagnato le aziende italiane partecipanti con lo scopo di esplorare nuovi mercati e stabilire contatti con le controparti estere.



### Riquadro 3

#### IL NUOVO APPROCCIO MULTICHANNEL DELLA PROMOZIONE ICE

A partire dal 2015, con l'adozione del Piano straordinario per la promozione del Made in Italy e l'attrazione degli investimenti in Italia, l'ICE Agenzia ha avviato una innovativa strategia multicanale per la promozione delle imprese italiane sui mercati esteri: al fianco di progetti che integrano le promozioni offline della GDO con i canali online, vengono realizzate iniziative native digitali di alto impatto per le PMI italiane. Focus particolare viene posto sull'attività di formazione e sensibilizzazione dedicata alle piccole e medie imprese italiane e rivolta all'utilizzo degli strumenti digitali finalizzati alla promozione all'estero di prodotti e servizi.

Nel 2017 viene strutturato un programma di attività articolato, che ha previsto, primo luogo, accordi con e-tailer internazionali in grado di gestire il processo di go to market per le imprese italiane, promuovendo i prodotti italiani presso i consumatori digitali all'interno delle proprie piattaforme digitali, con investimenti in marketing digitale ed attività O2O (offline to online) mirate ad aumentare traffico e vendite per le imprese coinvolte.

La promozione del Made in Italy in collaborazione con i department stores ed i retailers on line ha l'obiettivo primario di incrementare la brand awareness del Made in Italy, visibilità, distribuzione e vendite dei prodotti delle nostre PMI a cui si affianca una serie di altri possibili risultati non meno importanti: consolidamento/miglioramento delle performance dei brand già presenti; inserimento, per quanto più possibile stabile, di nuovi brand e nuove merceologie; promozione dell'immagine del Made in Italy; potenziamento delle azioni di comunicazione verso il consumatore.

Per il 2017 le azioni ICE con la distribuzione sono state focalizzate sul settore dei Beni di Consumo/Moda ed Agroalimentare/Vini con i seguenti mercati target: USA, Canada e Cina, con un investimento complessivo di circa 4 milioni di euro. Per aumentare il traffico e le vendite i progetti vengono integrati con consistenti azioni di digitalmarketing ed attività O2O nei mercati target. In aggiunta ed a completamento delle azioni di promozione e comunicazione, al fine di formare in maniera più specifica le aziende italiane interessate ad essere presenti sui canali digitali, vengono previste delle azioni di formazione specifiche da parte degli stessi e-tailer.

Il primo accordo siglato da ICE Agenzia con un e-tailer globale è l'accordo ICE-Yoox, che prevede la creazione di uno shop in shop nella Cina ed USA. Target del progetto: i Millenials, che dominano la popolazione d'acquisto nei prodotti ad elevato posizionamento (luxury).

Lo shop in shop ICE, che sarà operativo da settembre 2018 per la durata di 12 mesi, coinvolgerà più di 100 aziende, di cui oltre 30 newcomers, e sarà dedicato al comparto moda allargato (abbigliamento uomo, donna, bambino, calzature, accessori, bigiotteria), con una piccola componente di prodotti di design.

I vantaggi per le aziende italiane coinvolte saranno molteplici: dall'accesso a mercati lontani e difficili, al processo end2end interamente gestito dall'e-tailer, alla diffusione dell'awareness, alle vendite, all'acquisizione di skills digitali. Nonché un insostituibile test di mercato, su un segmento al consumo che traina la domanda cinese e statunitense non solo nei canali digitali, utile alle aziende per intraprendere successivi passi avanti nel presidiare anche i canali tradizionali, con una strategia omnichannel e con un bagaglio di insostituibili input dal lato della domanda acquisito grazie alla partecipazione al progetto.

Parallelamente alle partnership con la distribuzione fisica e on line, l'ICE ha individuato dei marketplace con cui collaborare mediante la realizzazione di azioni di digital marketing trasversale a beneficio di store e prodotti italiani esistenti. Il beneficio per le imprese già presenti, come pure per i newcomer che si aggiungono nel corso delle promozioni, consiste nella comunicazione digitale e nelle attività offline, che comunque vengono realizzate in sinergia con il market place partner. Le PMI aderenti ai progetti ICE concentrano i loro investimenti



sugli store, mentre l'ICE interviene generando traffico e vendite, tramite la comunicazione.

Per il 2017 le azioni sono state concentrate sul mercato cinese, considerato mercato focus, che presenta notevoli potenzialità per i prodotti made in Italy. Su questo mercato gli interventi per il periodo 2017/2018 sono dedicati ai settori: moda in senso ampio (comprensivo anche di cosmetica, occhialeria e gioielleria), agroalimentare e vini, arredo/articoli per la casa, lifestyle. Caratteristica specifica della Cina, tra l'altro, è il modello di e-commerce BtoC transfrontaliero (cross-border), introdotto nel 2012, come progetto pilota in 7 città, tra cui Shanghai e Hangzhou, ed oggi operativo in 15. L'utilizzo della modalità cross-border consente di vendere prodotti non registrati in Cina e che non hanno l'etichetta cinese. Il driver strategico primario è la scarsa profondità nella awareness tra i consumatori cinesi rispetto all'Italia in generale, al valore aggiunto del Made in Italy, e alle caratteristiche fondamentali dell'universo di valori che esprime, anche rispetto a quelle già consolidate su altri mercati di destinazione e in Occidente.

Nel 2017 sono state poste le basi per una collaborazione con Alibaba Group, il più grande marketplace cinese, in grado di coniugare, grazie al suo ampio e diversificato ecosistema, tutti i diversi aspetti della strategia online (presenza sui social, coinvolgimento dei KOL ecc.), unitamente a momenti offline di promozione. TMall Global, la piattaforma di cross border e-commerce di Alibaba, già ospita in via permanente circa 200 negozi italiani di diversi settori, mentre sono oltre 1000 i marchi italiani presenti attraverso distributori.

Obiettivo dell'ICE è creare una sezione dedicata al made in Italy (BrandHub), caratterizzata da un intenso storytelling. Un racconto delle eccellenze italiane, lontano dagli stereotipi diffusi, declinate nei settori Moda, Abitare/Lifestyle, Food&Win, per contribuire a colmare il gap di conoscenza delle specificità dell'Italia da parte del consumatore cinese, soprattutto nei segmenti maggiormente interessati dall'aumento della domanda sul canale e-commerce. Con questa azione, inoltre, si intende capitalizzare l'effetto traino di un'operazione trasversale, tracciando un percorso efficace per le aziende italiane che ancora non presidiano i canali digitali in Cina. Un percorso che offre la possibilità di essere presenti in un marketplace leader con un proprio store cogliendo i benefit trasversali della comunicazione e del traffico generato sul Pavillion italiano

Per le caratteristiche specifiche dei marketplace, non è possibile intervenire a sostegno dell'introduzione di nuovi marchi o al consolidamento di quelli già esistenti, ma saranno messe in campo azioni di digital marketing, in particolare paid traffic e campagne dedicate, mirate attraverso il tool di Alibaba dedicato ai big data, come pure azioni di social media marketing, collaborando con i KOL (Key Opinion Leaders) e attraverso campagne social all'interno di Alibaba e nei media esterni.

Il progetto sarà completato con eventi e iniziative online to offline, anche all'interno di negozi di proprietà di Alibaba, come il supermercato Hema per il settore alimentare o il retailer Intime per l'abbigliamento intimo, per generare awareness, engagement, incremento di traffico e di vendite.

A completamento della nuova strategia multichannel, l'ICE Agenzia ha anche messo a punto preziosi strumenti formativi per le imprese e le risorse umane dedicate all'export, mirate a costruire skill digitali necessarie a competere sui mercati internazionali che richiedono strategie sempre più omnichannel che non possono prescindere dall'integrazione tra i canali tradizionale ed i canali e-commerce.

Corsi di formazione, training online e coaching all'interno dei progetti di promozione, guide operative e numerosi altri strumenti sono a disposizione di aziende e professionisti dell'export per affrontare le sfide del nuovo millennio sui mercati internazionali.

Come strumenti di primo orientamento per le imprese, sono state realizzate tre guide dedicate al digital export per i settori Food&Wine, Fashion&Beauty e Home Design, riferite a Europa, Cina e USA, quali mercati target. Le guide sono scaricabili dal portale ICE, utilizzando il seguente link: <http://www.ice.gov.it/index.php/it/settori/commercio-distribuzione-e-commerce>.

Accanto alle guide digitali, è stato prodotto un corso pratico sulle stesse tematiche, denominato "e-pills e-commerce: corso online sull'export digitale", scaricabile da canale YouTube e disponibile sul sito dedicato alla formazione dell'ICE:

<https://www.expotraining.ice.it/it/attivita-e-servizi/lista-corsi/173-e-pills-e-commerce-corso-online-sull-export-digitale.html>.

## Contributo terzi, clientela promozionale e customer satisfaction

Nel 2017 il **contributo terzi** riferito all'attività promozionale nel suo complesso - che, come già indicato, ha determinato una spesa totale di 123,6 milioni di euro - **è stato di 14,6 milioni di euro**, pari al **12% della spesa**, in lieve aumento in termini assoluti e relativi rispetto allo scorso anno: nel 2016 era stato, su una spesa totale di 134,3 milioni di euro, pari al 10%, (corrispondente ad un importo di 13,9 milioni di euro).

Si precisa che su tale importo, **13,2 milioni di euro** rappresentano l'**effettivo contributo delle imprese** alle iniziative del programma promozionale ICE - Ministero dello Sviluppo Economico o comunque commissionate dal Ministero, mentre i restanti **1,5 milioni** sono rappresentati dalle assegnazioni legate a commesse privatistiche di enti-organismi terzi, sia pubblici che privati.

**Il numero complessivo dei clienti/partecipanti alle iniziative organizzate da ICE Agenzia, ovvero tutti gli operatori italiani a vario titolo coinvolti nell'attività promozionale**, indipendentemente dal versamento di un contributo - è stato, nel **2017, pari a 19.695**, che segna un -10% rispetto al 2016, calo dovuto principalmente al numero inferiore di tappe dei Roadshow per l'internazionalizzazione organizzati dall'ICE (10 contro 16).

Il numero di fatture promozionali emesse nel 2017 è stato 4.373, mentre il **numero dei singoli clienti fatturati ammonta a 2.702**, in linea con i dati del 2016.

Circa la tipologia di utenza rilevata, questa risulta rappresentata per lo più da aziende, alle quali si aggiungono giornalisti, buyer, esperti che hanno preso parte a missioni all'estero o neolaureati che aderiscono a corsi di formazione manageriale.

A completare i dati sulla partecipazione alle attività promozionali, va rilevato il coinvolgimento degli operatori esteri nell'ambito di varie tipologie di azione, tra cui le missioni in Italia presso fiere o distretti produttivi, con il fine di promuovere incontri mirati con aziende italiane, nonché gli incoming di buyer di paesi limitrofi a fiere estere, con l'obiettivo di ampliare la platea di potenziali clienti, soprattutto in aree geografiche di dimensioni ridotte.

Il numero complessivo di **operatori esteri** coinvolti nel 2017 nell'attività di promotion è stato pari a **16.373 unità**, mentre circa **54.000** sono stati **gli incontri organizzati con operatori italiani**, con un grande impulso dato dalle iniziative realizzate in occasione delle azioni di potenziamento del sistema fieristico italiano.

Nel 2017 è proseguita la valutazione dell'efficacia dei servi promozionali erogati alle imprese dall'ICE Agenzia, realizzata in genere tramite la somministrazione di questionari ai partecipanti durante lo svolgimento delle iniziative.

Per la prima volta, però, tale rilevazione è stata affiancata da una nuova modalità, consistente nella realizzazione di interviste "a freddo" ad opera di una società specializzata esterna. Ciò a garanzia di imparzialità e trasparenza delle valutazioni espresse e del relativo trattamento.

L'Istituto Piepoli, primaria società specializzata in sondaggi, incaricato dell'indagine, ha proceduto nella rilevazione secondo la metodologia CAWI/CATI, che ha portato alla realizzazione di 3472 interviste.

Dall'analisi del campione è emerso che sono soprattutto le aziende piccole e medie a partecipare alle fiere e mostre autonome, mentre aumenta la presenza di aziende con oltre 250 addetti in caso di missioni e seminari/workshop. Analoga tendenza si nota con riferimento alle classi di fatturato.

All'interno di tale indagine, si rileva che **i servizi di promozione nel complesso del 2017 evidenziano una soddisfazione media di 4,32** (su scala da 1 a 5) per l'organizzazione dell'evento da parte del personale ICE, e di 4,00 per l'efficacia propria dell'iniziativa.

La soddisfazione per l'organizzazione dell'evento mostra assoluta stabilità rispetto al 2015 e 2016 (valutazioni pari rispettivamente a 4,33 e 4,34); il dato deve tuttavia essere valutato con cautela, per la diversità di intervallo temporale (rilevazione immediatamente alla fine dell'evento in passato, a qualche mese dall'evento nel 2017).

«Seminari/Workshop» e le «Fiere - partecipazione collettiva senza stand individuale» sono i servizi di promozione a più elevata soddisfazione generale per l'iniziativa, con valori medi superiori a 4.

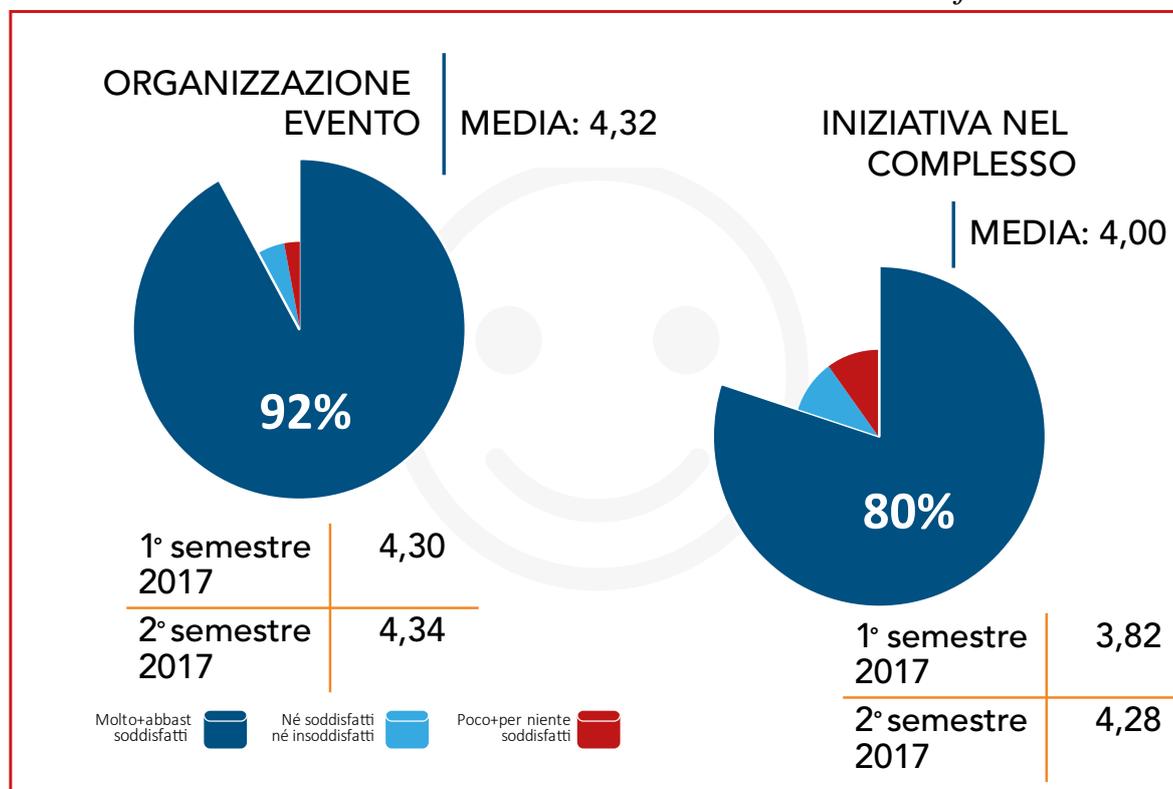
L'assistenza durante l'evento e lo staff di ICE-Agenzia evidenziano alti livelli di soddisfazione per tutti i servizi promozionali indagati.



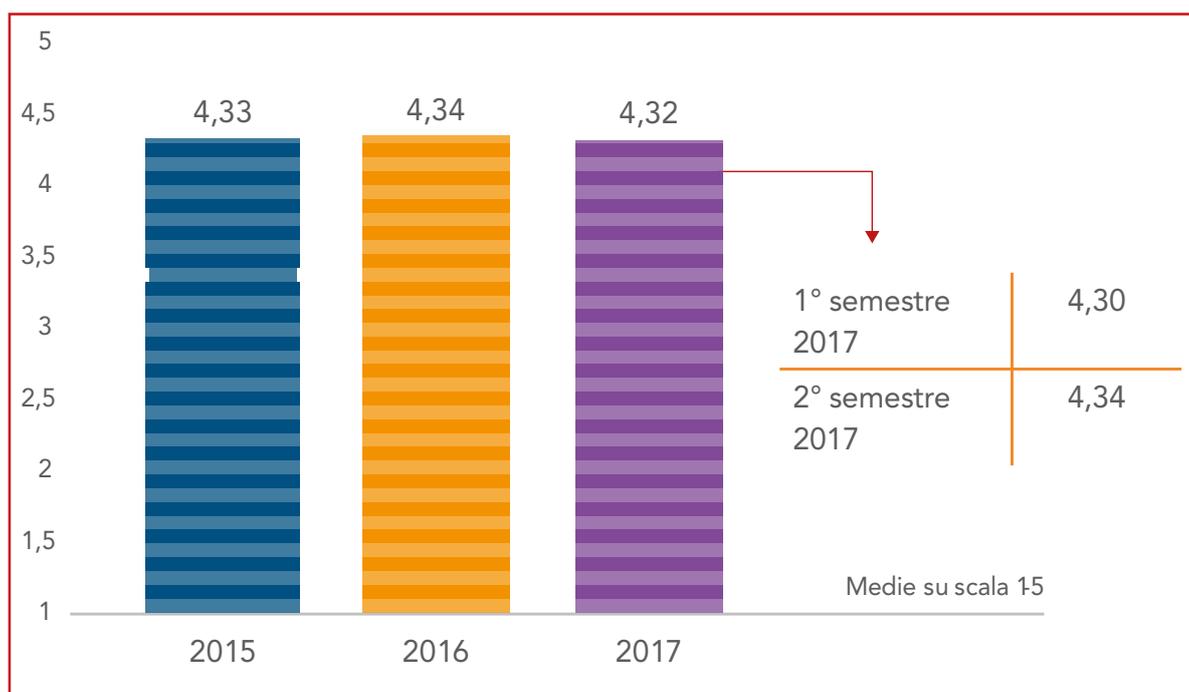
La propensione a partecipare ad una nuova edizione degli eventi è molto alta, ed espressa positivamente da almeno 8 aziende su 10; particolarmente elevate le quote di propensione espresse per i «Roadshow» (86%) e i «Seminari/workshop» (90%).

Il rapporto complessivo predisposto dall'Istituto Piepoli è disponibile nella sezione Amministrazione trasparente (Servizi erogati) del portale [www.ice.it](http://www.ice.it).

**Servizi Promozionali**  
– Soddisfazione overall –



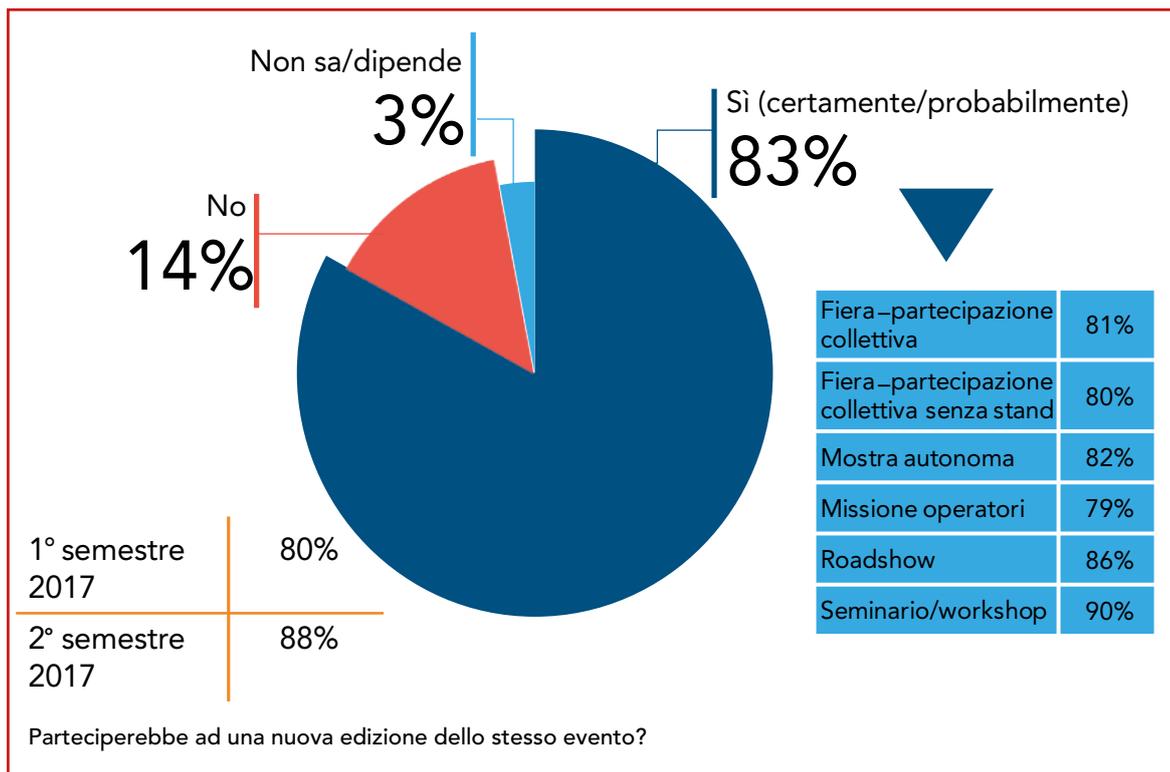
**Servizi Promozionali (\*)**  
– Soddisfazione overall per organizzazione evento –



Base dati: aziende clienti di ciascun servizio

(\*) Nel 2015 e 2016 le rilevazioni sono state svolte “a caldo” ossia immediatamente alla fine dell’evento; nel 2017 la rilevazione è stata svolta “a freddo”, ossia a distanza di due/otto mesi dall’evento

Servizi Promozionali  
 – Propensione a partecipare ad una nuova edizione –



Base dati: 2.805 aziende clienti dei servizi promozionali nel 2017

## AGROALIMENTARE E VINI

## OVERVIEW

Il settore agroalimentare italiano rappresenta un'eccellenza che primeggia sul piano della qualità, della sicurezza alimentare, dell'innovazione tecnologica d'avanguardia, della sostenibilità, della biodiversità e del rispetto della tradizione. L'Italia è, infatti, un paese caratterizzato da grandi diversità territoriali e climatiche che si sono plasmate in culture, storie e tradizioni, eccezionalmente varie e uniche. Tali caratteristiche hanno portato alla formazione di un gran numero di piccole aziende, molto spesso a conduzione familiare, che di fronte all'impossibilità di competere sui mercati esteri in termini di riduzione del prezzo, hanno puntato sulla valorizzazione dell'unicità dei propri prodotti.

L'industria alimentare italiana è la seconda del Paese dopo quella meccanica. Il peso totale del fatturato agroalimentare nel 2017 è stato di 137 miliardi di Euro per l'industria alimentare (+3,8%), + 53 miliardi di Euro stimati per il primario agro-zootecnico (-3,5%) e, nel complesso, rappresenta l'11,1% sui 1.716 miliardi del PIL nazionale 2017.

Secondo Federalimentare, la produzione alimentare è aumentata del +1,7% rispetto al 2016 che pure aveva registrato un +1,1%, recuperando il livello di produzione del 2007 (ultimo anno pre-crisi).

In materia di certificazioni, l'Italia si conferma leader per il numero complessivo di registrazioni, con ben 817 Indicazioni Geografiche (294 prodotti DOP, IGP, STG e 523 vini DOCG, DOC, IGT) registrate a livello europeo con un valore alla produzione di 14,8 miliardi di Euro e 8,4 miliardi all'export, che registra nel 2017 una crescita del +5,8% su base annua e +140% nel decennio (quasi doppio del passo dell'industria alimentare nel suo insieme).

L'Italia ha il primato ma non il mercato. I dieci prodotti principali (vedi sotto) valgono l'80% della produzione e il 90% dell'export dei prodotti certificati. All'estero dominano in particolare formaggi e aceti balsamici. L'Italia si conferma, anche a fine 2017, il Paese dell'UE che ha ottenuto il maggior numero di riconoscimenti DOP e IGP nel settore "food", precedendo la Francia (245) e la Spagna (190). Questi tre Paesi rappresentano il 54% dei prodotti DOP e IGP registrati dall'UE, secondo l'analisi del Centro Studi Confagricoltura.

Nel periodo 2010-2016 il valore alla produzione dei prodotti DOP e IGP italiani è cresciuto costantemente sommando complessivamente un +10,9%, a fronte di un incremento dei prodotti riconosciuti DOP e IGP del 33,2%.

## L'EXPORT

L'industria alimentare (comprensivo di vini e bevande) rappresenta l'82,4% dell'export agroalimentare registrando un incremento annuo del 6,0%. Il settore agricolo ha registrato una crescita dell'export del +3,4% rispetto all'anno precedente e rappresenta il 17,6% dell'export agroalimentare.

Nel 2017, le esportazioni complessive di prodotti agroalimentari hanno registrato oltre 40 miliardi di euro, in aumento del 5,5% sull'anno precedente.

I vini, rappresentano il primo segmento e hanno chiuso il 2017 con un export di 6 mld di euro, in crescita del 6,4% rispetto all'anno precedente, anche grazie all'ottima performance dei vini spumanti, cresciuti del 12%, che hanno portato l'Italia a diventare il 2° esportatore mondiale con una quota mondiale pari al 24%.

Il settore vinicolo è cresciuto un pò in tutto il mondo consolidando la leadership in USA (+4,2%, 1° cliente), Canada (+9%, 5° cliente) e UK (+5,9%, 3° cliente). Ottime anche le performance in Russia (+43%) e Cina (+28%).

I principali mercati di destinazione dei prodotti agroalimentari italiani sono quelli della UE che, con 26,6 miliardi di euro nel 2017 (+5,8% sul 2016), esprimono il 66% del valore complessivo dei prodotti agroalimentari esportati. Paesi extra-UE: nel 2017 sono cresciute dell'8,2% su base annua, attestandosi a 13,6 miliardi di euro:

## ATTIVITÀ PROMOZIONALE ICE-AGENZIA PER IL COMPARTO AGROALIMENTARE

L'Ufficio Agroalimentare e Vini opera su diversi fronti: dall'organizzazione di B2B sul territorio nazionale o all'estero tra buyers internazionali e PMI italiane, all'organizzazione di collettive nazionali alle principali Fiere estere di settore, alle azioni dirette in Italia e all'estero con la GDO. Ed ancora, organizzazione di convegni istituzionali e informativi per il settore, Workshop e Borse Vini con incontri di affari, nonché incoming di operatori esteri di settore in occasione delle principali Fiere italiane.

Nel 2017 gli stanziamenti e le iniziative sono aumentate su tutti i mercati, con un focus geografico specifico su alcuni Paesi ritenuti di maggior potenziale per le nostre PMI, tra i quali gli USA, il Canada e la Cina. Le attività promozionali realizzate dall'Ufficio per il settore agroalimentare e vini nel 2017, comprese quelle calendarizzate nell'ambito della 3° annualità Piano Export Sud sono state oltre 150, così suddivise:

- ▼ 42 incoming di operatori e giornalisti esteri in Italia
- ▼ 12 azioni presso la GDO (Regno Unito, Canada, USA, Cina, Emirati Arabi Uniti e Polonia) tramite accordi
- ▼ 58 azioni al consumo in USA, Canada, Europa, Asia ed Oceania
- ▼ 8 B2B in 5 paesi (Italia, Svezia, Polonia, Russia, Australia)
- ▼ 39 partecipazioni collettive a fiere internazionali
- ▼ 8 Borse Vini con degustazione (workshop)
- ▼ 10 Corsi promotori vino italiano in 5 città della Cina con eventi I Love Italian Wines che hanno portato alla formazione di 250 "promoters" cinesi e 40 milioni di "followers" sui social
- ▼ Oltre 2500 aziende esportatrici coinvolte e 1.360 nuove aziende iscritte nella mailing di settore solo 2017 settore agroalimentari e vini.

## PIANO STRAORDINARIO PER LA PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY NEL COMPARTO AGROALIMENTARE

Nell'ambito del Piano Straordinario per la promozione del Made in Italy lanciato nel 2015, l'Agenzia ICE ha strutturato un programma di attività articolato, che ha previsto, in primo luogo, accordi con "e-tailer" internazionali in grado di gestire il processo di accesso al mercato per le imprese italiane, promuovendo i prodotti italiani 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.

Nello specifico, l'Agenzia ICE ha effettuato delle analisi del segmento di mercato (food&wine) ed individuato le catene di GDO e retailer online corrispondenti al mercato-obiettivo, procedendo poi alla valutazione dei potenziali selezionati.

I mercati esteri target individuati sono principalmente USA e Cina.

L'Agenzia ICE ha sostenuto una grande campagna di comunicazione digitale per un progetto che mira a valorizzare la presenza italiana nel marketplace di Alibaba, al fine di massimizzare il traffico digitale, e le conseguenti vendite e-commerce. Il progetto è rivolto alle aziende italiane che abbiano i propri store su Tmall.com, il canale diretto, o TMALL Global, la piattaforma "cross border" di Alibaba, o abbiano intenzione di iniziare un investimento in tal senso. Il supporto dell'Agenzia ICE mira a raccogliere in un unico "BrandHub" l'eccellenza della produzione italiana e a generare una quota supplementare di traffico digitale che aumenti la visibilità degli store italiani.

Da evidenziare la partnership di successo esistente tra Agenzia ICE e H.E.B. (USA - 300 punti vendita in Texas e 50 in Messico) fin dal 2015 che sta evolvendo verso la creazione di un portale dedicato ai prodotti italiani autentici.

Ulteriori azioni nell'ambito del progetto straordinario hanno visto il coinvolgimento della Grande Distribuzione in USA ed in Canada. Per l'Europa, sono stati coinvolti Polonia, Francia, Regno Unito, Svizzera. Inoltre ulteriori azioni sono state realizzate in Turchia, Russia, Cina, Hong Kong, Emirati Arabi Uniti e Australia.

L'impegno dell'Agenzia ICE nella promozione del vino è stato destinato prioritariamente a Nord America e Asia.

Gli obiettivi della promozione di settore hanno riguardato il rafforzamento dell'immagine del vino italiano, attraverso la progettazione di campagne di comunicazione istituzionale in Cina e USA, oltre al presidio delle grandi manifestazioni sui mercati strategici di Canada (con le Grandi Degustazioni, evento autonomo annuale) e USA (Vino 2017 a New York).

## AZIONI DI COMUNICAZIONE

"The Fifth Element" è un cortometraggio realizzato dall'Agenzia ICE alla fine del 2017, con il supporto operativo di Federalimentare, nell'ambito delle iniziative del Piano straordinario per il Made in Italy del Governo italiano con l'obiettivo di trasmettere in maniera diretta ed emozionale il messaggio chiave che dietro l'unicità e la straordinarietà del nostro sistema agroalimentare e delle sue eccellenze c'è il cosiddetto "quinto elemento", ovvero la capacità tutta italiana di combinare in maniera irriproducibile materie prime di elevata qualità, un'abilità unica di trasformazione, tradizioni secolari unite a costante innovazione tecnologica, un'agricoltura efficiente e sostenibile e territori caratterizzati da una immensa biodiversità. Tale video viene proiettato in tutte le occasioni estere ed in Italia a supporto dell'attività promozionale.

Canali diffusione video: social network, web, proiezioni in contesti dedicati al food, OOH (proiezioni a eventi, fiere etc.).

Target: consumatore finale internazionale (worldwide).

## ELENCO DELLE PARTECIPAZIONI COLLETTIVE ORGANIZZATE NEL 2017 DALL'UFFICIO AGROALIMENTARE E VINI DELL'ICE-AGENZIA NELLE PRINCIPALI MANIFESTAZIONI FIERISTICHE INTERNAZIONALI

- ▼ Foodex in Giappone
- ▼ Iran Food in Iran
- ▼ IFE Londra in Regno Unito
- ▼ Anuga in Germania
- ▼ Worldfood in Russia
- ▼ Hofex in Cina
- ▼ Natural&Organic Products Europe in Regno Unito
- ▼ Alimentaria in Messico
- ▼ Seoul Food & Hotel in Corea Del Sud
- ▼ Speciality Food Festival in Emirati Arabi Uniti
- ▼ Food Expo in Vietnam
- ▼ Food Hospitality China Shanghai in Cina
- ▼ Fine Food Sydney in Australia
- ▼ Prowine Hong Kong
- ▼ Prowein in Germania
- ▼ Azioni Collaterali A Vinexpo
- ▼ Seoul Int. Wine & Spirits Fair
- ▼ Enoexpo Cracovia

## INCOMING OPERATORI ESTERI

Host, Sigep, Marca, Tuttofood, Vinitaly & Sol agrifood, Macfrut, Flormart, Mirabilia Food & Drink, Blue Sea Land, Vitigno Italia, Sana, Fiera Internazionale del Bovino da Latte, Interpoma, Gluten Free Expo - Lactose Free Expo oltre a Incoming operatori e giornalisti in collaborazione con Unionalimentari, Confapi, CIA e Confartigianato.

## BENI DI CONSUMO

L'Ufficio **Beni di Consumo** raggruppa diversi "sistemi merceologici" ed è costituito da un'ampia gamma di settori, tutti fortemente orientati all'export.

I Beni di Consumo nel significato più ampio del termine rappresentano uno dei tradizionali punti di forza del *Made in Italy*, da sempre oggetto di azioni e campagne da parte dell'ICE Agenzia, con il risultato, oltre che di incrementare le esportazioni in ciascun settore considerato e di aumentare le quote di mercato nei Paesi che offrono potenzialità di crescita, di consolidare la leadership del *Made in Italy* e affermare l'immagine dell'Italia come Paese della creatività e del "bello e ben fatto".

L'**Ufficio Beni di Consumo** è un Ufficio complesso che comprende e sviluppa attività riguardanti settori del sistema **Tessile Abbigliamento**, terzo settore manifatturiero in Italia, delle **Calzature e Pelletteria**, dei **Prodotti per la Persona**, del **Sistema Abitare**, ma anche dell'**Industria culturale e creativa** e del **restauro**.

I comparti merceologici coinvolti nell'attività promozionale 2017 hanno dunque riguardato i **prodotti tessili** e dell'**abbigliamento, calzature, conceria** e accessori di **pelletteria, gioielleria e oreficeria**, prodotti **cosmetici, occhialeria, articoli sportivi, arredamento** e **complementi d'arredo, artigianato, materiali per l'edilizia, restauro, strumenti musicali, editoria** ed **audiovisivo**.

Il ruolo dell'intervento promozionale a supporto delle imprese si conferma fondamentale sia nei **mercati maturi** (Europa, Russia, USA e Giappone), sia in nuove **realità emergenti**, spesso caratterizzati da elevate complessità e da una crescita dei flussi esportativi (Paesi del Golfo, Cina, Corea, ecc.).

Anche per il 2017 gli interventi sono stati incentrati sulla partecipazione alle principali partecipazioni fieristiche dei vari settori - vere e proprie vetrine mondiali e appuntamenti imperdibili per le produzioni nazionali, sull'organizzazione di mostre autonome e workshop all'estero, anche con la partecipazione di buyer dai Paesi limitrofi, missioni di operatori e giornalisti esteri alle principali manifestazioni fieristiche in Italia e all'estero, strumento questo che consente peraltro un consistente supporto all'internazionalizzazione delle nostre fiere e ad un loro accreditamento sui mercati stranieri. Non vanno dimenticate le indagini settoriali di mercato che vengono realizzate nel corso dell'anno e successivamente presentate alle aziende italiane dello specifico settore di riferimento.

Nel 2017, l'Ufficio Beni di Consumo ha realizzato circa **200 iniziative promozionali** approvate sia nell'ambito della Programmazione ordinaria che in ambito di Programma Straordinario per il *Made in Italy* e Piano Export Sud.

Nello svolgimento delle attività 2017, si è inteso proseguire il cammino già intrapreso negli anni precedenti, ricercando nell'innovazione e nella qualità i punti di forza del proprio lavoro, nel continuo rispetto dei principi di economicità, efficacia ed efficienza.

Le azioni promozionali realizzate nel 2017 hanno inteso raggiungere i seguenti obiettivi:

1. rafforzare la presenza delle imprese italiane sui mercati prioritari attraverso la realizzazione di iniziative a carattere prevalentemente commerciale;
2. offrire a una vasta clientela proveniente dai principali mercati di interesse una panoramica più completa possibile sulla produzione *Made in Italy* in occasione dei Saloni internazionali in Italia o mostre autonome organizzate all'estero;
3. rafforzare la presenza del prodotto finito nei mercati emergenti con grandi potenzialità di assorbimento.

L'attività dell'Ufficio, suddivisa per tipologia di iniziativa, è stata la seguente:

- ▶ Partecipazioni collettive a fiere
- ▶ Missioni di operatori / giornalisti in Italia e all'estero
- ▶ Workshop/Mostre autonome
- ▶ Azioni di Supporto/Comunicazione
- ▶ Azioni di potenziamento Fiere
- ▶ Azioni di promozione con la GDO
- ▶ Azioni con l'e-commerce

Hanno preso parte alle stesse oltre **4.200 aziende**, di cui circa **1.000 newcomers**, e circa **di 4.330 operatori esteri**.

Nel 2017 a favore del settore **tessile - abbigliamento - moda**, nell'ambito del piano annuale ICE-Mise, sono state realizzate circa 50 azioni promozionali tra Italia ed estero che hanno interessato oltre 1000 aziende italiane ed 800 operatori esteri.

Rilevante l'attività in favore del settore **abbigliamento**, dove circa 600 aziende hanno partecipato a fiere, mostre, missioni e incontri commerciali.

Oltre a **Moda Italia Tokyo**, partecipazioni collettive e azioni di comunicazione sono state organizzate presso le fiere **MRket Trade Show** di **New York** e **Las Vegas**; il **Salon de la Lingerie** di Parigi; la fiera **Chic** di Shanghai in collaborazione con SMI/EMI; la mostra autonoma **Italian Style Routes to Shanghai**, in collaborazione con Confartigianato/White. Sono state realizzate azioni di supporto alla manifestazione **La moda italiana in Corea**, organizzata da SMI/EMI.

In collaborazione con **SMI** sono proseguite le azioni dedicate alla **Russia**, in particolare le azioni a supporto della presenza italiana alla CPM e due missioni di buyer VIP presso showroom durante la fashion week di Milano. In collaborazione con **CNA** sono stati organizzati 2 incoming, uno di buyer a Civitanova Marche ed uno di stilisti e designer provenienti da Mongolia, Dubai e Mozambico a Roma, in occasione della manifestazione AltaRoma, già oggetto di potenziamento. In Mozambico è stata anche sostenuta la presentazione di aziende associate CNA, in occasione della Maputo Fashion Week.

In collaborazione con **Confartigianato**, oltre alle attività di sostegno al salone White, è stato organizzato un incoming aperto a produttori di calzature, pelletteria ed accessori, nei due distretti produttivi di Firenze e Parma.

Nell'insieme sono stati circa 800 gli operatori/giornalisti invitati in Italia per visite a showroom, B2B e manifestazioni fieristiche **Super, Si Sposaitalia, Modaprima, TheOne**, oltre che a **Pitti Uomo** e **Pitti Bimbo**, manifestazioni inserite nel piano di potenziamento delle fiere italiane. Nell'ambito dello stesso piano di potenziamento nel 2017 è stato inserito per la prima volta il Salone **White Milano**, già oggetto di iniziative promozionali.

La promozione del settore dei **tessili** ha coinvolto circa 600 aziende, in maggioranza beneficiare indirette dell'intervento pubblico a sostegno di Milano Unica in Italia e in Cina.

Sul mercato USA, il programma straordinario ha confermato nel 2017 il sostegno ai produttori di tessuti per abbigliamento attraverso **Première Vision Preview New York** (solo per l'edizione di gennaio). Il settore dei **tessili tecnici e innovativi** ha avuto un sostegno attraverso la partecipazione collettiva alla **Techtextil Francoforte** e le azioni a supporto della partecipazione italiana alla fiera **AA** Duesseldorf. Per il **tessile casa** si è rinnovata la consueta presenza dei produttori di biancheria per la casa a **Maison et Objet Parigi**. Attività di **incoming** sono state organizzate per le fiere **Filo, Proposte, Maredimoda** organizzata a Cannes dall'Unione industriale di Como, **Milano Unica, White**, per un totale di oltre 200 delegati esteri. Il supporto a **White** si è rafforzato con l'organizzazione di 2 roadshow, a Londra e Tokyo, nonché l'evento di premiazione a New York di giovani designer, vincitori del "Time Award".

**Il Made in Italy ordinario e straordinario** ha supportato la realizzazione dei grandi interventi di sistema, in particolare:

- ▶ il **programma speciale Pitti 2017**, attraverso il contributo in favore delle 2 edizioni (inverno/estate) della manifestazione Uomo, Bambino e Filati;
- ▶ **Milano Unica USA**, che ha varato il progetto di internazionalizzazione della fiera del tessile italiano negli USA;
- ▶ il progetto in collaborazione con **Camera della Moda**, con le installazioni della manifestazione **Milano XL**;
- ▶ la realizzazione, in collaborazione con **Camera della Moda**, dell'evento **The Green Carpet Fashion Award**.

Nel 2017 sono state avviate due promozioni del settore moda: negli USA, con gli **Independent Retailers** e attraverso i **nuovi media** (newsletter digitali ed influencers), nonché in USA e Cina, attraverso la **piattaforma e-commerce YNAP**.

Le attività realizzate a valere sul **Piano Export Sud** sono state rivolte alle imprese dei settori **abbigliamento, calzature e pelletteria**, che hanno partecipato nel numero di 100 alle iniziative in Italia e all'estero: due collettive organizzate all'estero (le due edizioni di **WHO'S NEXT Parigi**); 2 edizioni di **It's Time to South**, nell'ambito di White Milano.

Per quanto riguarda il settore **calzature, pelletteria, conceria**, le azioni promozionali realizzate da ICE-Agenzia hanno sostenuto le aziende italiane sui mercati prioritari/tradizionali con iniziative a carattere sia commerciale che di immagine. Per il **comparto calzaturiero** è stato riconfermato uno degli appuntamenti di maggiore interesse: la Mostra autonoma **"Shoes from Italy" di Tokyo** che, nel corso delle due edizioni di febbraio e luglio, ha visto la partecipazione di un numero complessivo di 87 aziende.

Con riferimento all'attività promozionale sul mercato kazako, ICE-Agenzia ha curato l'organizzazione

dell'edizione di aprile della Mostra autonoma **"Shoes from Italy" di Almaty**, che ha visto la partecipazione di 28 aziende italiane e la presenza di 55 buyer provenienti dalle aree limitrofe, mentre in occasione dell'edizione di ottobre sono state realizzate da parte di ICE-Agenzia delle azioni di supporto all'iniziativa, ora organizzata da Assocalzaturifici, che si sono sostanziate principalmente nell'organizzazione di un incoming di 25 operatori. Sul mercato americano sono state organizzate due collettive di aziende italiane presso la Fiera **FN Platform di Las Vegas**, che ha visto la partecipazione di 14 aziende all'edizione di febbraio e di 11 aziende all'edizione di agosto 2017.

Infine, per quanto riguarda il mercato russo è stata organizzata una delegazione di 30 operatori provenienti da Russia e Paesi limitrofi in occasione dell'edizione di marzo della manifestazione **OBUV MIR KOZHI di Mosca**. Più ampio e articolato è stato l'intervento di ICE-Agenzia in occasione dell'edizione di ottobre della stessa manifestazione, concretizzatosi in un progetto mirato alla realizzazione di un'iniziativa di promozione congiunta dei due settori, calzature e pelletteria. Preliminarmente alla manifestazione è stata realizzata una **mappatura e indagine sulle nuove aree commerciali russe**, cui ha fatto seguito l'organizzazione di un **Sistema Italia in Fiera**, che ha visto la partecipazione di circa 20 ditte italiane di calzature e pelletteria newcomer o non presenti da numerose edizioni, ma già pronte per affrontare il mercato in quanto adeguatamente strutturate. Contestualmente, è stato organizzato un **incoming** di circa 50 operatori provenienti dalle nuove regioni commerciali russe e condotte **attività preliminari sulla stampa** locale. A seguire, il progetto ha previsto un'ulteriore fase tra dicembre 2017 e giugno 2018: con alcune delle catene di operatori invitati in missione ad OBUV da ICE-Agenzia sono stati fissati **accordi** finalizzati alla **selezione delle più interessanti produzioni italiane** esposte tra le partecipanti alla iniziativa per tipologia di prodotto, prezzi, campionario, organizzazione.

Accanto alle iniziative realizzate sui mercati esteri, sono state, inoltre, organizzate delle **missioni operatori in Italia**, sia presso il distretto produttivo della **Riviera del Brenta** in settembre, con la partecipazione di 10 buyer provenienti da USA, Giappone e Corea del Sud, che presso il **distretto produttivo marchigiano** (gennaio e giugno) alla presenza di un numero complessivo di 36 operatori provenienti da Russia, USA, Ucraina, Germania, Austria, Svizzera e Belgio.

A favore del **settore pelletteria** sono state realizzate a **Tokyo**, in concomitanza con Shoes from Italy, le due edizioni della Mostra autonoma **"Moda Italia - pelletteria"** (78 aziende); in occasione delle due manifestazioni è stato, inoltre, organizzato un incoming di 45 operatori dei diversi settori provenienti dalle aree limitrofe.

Per quanto riguarda il **settore della concia**, sempre a Tokyo, è stato realizzato a fine novembre, in collaborazione con il consorzio Vera Pelle Italiana Conciata al Vegetale, un **seminario-workshop** che ha visto la partecipazione di circa 250 operatori del settore a fronte di oltre 20 aziende associate presenti.

Nell'arco del 2017, nell'ambito del **potenziamento** previsto **a favore delle principali manifestazioni fieristiche** di settore (theMICAM, MIPEL, LINEAPELLE ed EXPO RIVA SCHUH), sono state realizzate le seguenti azioni:

- ▶ da un punto di vista commerciale, la promozione delle manifestazioni sui principali mercati mondiali, **tramite eventi teaser di anteprima**, sui principali mercati target: per theMICAM nel 2017 a Madrid - gennaio, Seoul e Hong Kong - luglio, per EXPO RIVA SCHUH si è tenuto un seminario di promozione a Stoccolma in ottobre, infine per LINEAPELLE è stato realizzato un **tour di seminari tecnici** a Londra - gennaio 2017, New York - febbraio 2017, Parigi - marzo 2017 e Canton - dicembre 2017). **Azioni di supporto** sono state realizzate in occasione dell'evento organizzato da Aimpes a Seoul in ottobre, MIPEL Leathergoods Corea, manifestazione volta a rafforzare la *brand awareness* di MIPEL sul mercato coreano, favorendo al contempo una penetrazione sempre maggiore delle aziende pelletterie italiane nel Paese;
- ▶ da un punto di vista della **comunicazione**, il rafforzamento dell'immagine e del carattere moda-tendenza delle manifestazioni, tramite campagne stampa mirate (per theMICAM in USA, Francia, Spagna, Gran Bretagna e Russia, per MIPEL in Corea del Sud, Giappone, USA e Russia, per LINEAPELLE in USA, Francia, Gran Bretagna, Cina, Spagna e Turchia, infine per EXPO RIVA SCHUH in Francia, Germania, Gran Bretagna, Spagna, Svezia e Russia) o **tramite eventi collaterali** (evento di networking riservato ad istituzioni, espositori e delegazioni estere per 2 edizioni MIPEL);
- ▶ gli **incoming** realizzati in occasione delle edizioni 2017, per tutte e quattro le manifestazioni fieristiche di cui sopra, hanno visto la partecipazione di un numero complessivo di 211 delegati, tra operatori del settore e giornalisti;
- ▶ **theMICAM** ed. febbraio 2017 (20 buyer, 22 giornalisti) - ed. settembre 2017 (17 buyer e 16 giornalisti);

- ▶ **MIPEL** ed. febbraio 2017 (26 buyer, 2 giornalisti) - ed. settembre 2017 (29 operatori);
- ▶ **LINEAPELLE** ed. febbraio 2017 (22 buyer) - ed. ottobre 2017 (22 buyer);
- ▶ **EXPO RIVA SCHUH** ed. gennaio 2017, secondo appuntamento fieristico in ordine di importanza dopo theMICAM, con una delegazione di 35 operatori.

A beneficio dell'attività di incoming, e quindi del coinvolgimento di operatori del settore sempre nuovi, sono state avviate e realizzate delle **mappature operatori** (per theMICAM - mappatura nuovi buyer USA, attività condotta e conclusasi a settembre 2017 e per LINEAPELLE - mappatura nuovi operatori in Polonia, avviata nel 2017).

L'Italia vanta una posizione di leadership sul mercato mondiale nelle produzioni dei **Prodotti per la Persona** (gioielleria, occhialeria, cosmetica, articoli sportivi).

L'attività realizzata da ICE Agenzia nel 2017 ha mirato da un lato a consolidare le posizioni acquisite nei mercati maturi, dall'altro a rafforzare il posizionamento nei mercati emergenti aprendo ai Paesi che offrono opportunità di sviluppo e che stanno dimostrando di sapersi trasformare da concorrenti in potenziali partner.

Per la filiera dei complementi della persona, nel corso del 2017, sono state realizzate complessivamente 34 iniziative promozionali (partecipazioni collettive a fiere internazionali, workshop con incontri b2b, mostre autonome, incoming di operatori in Italia, azioni di comunicazione), con la partecipazione di circa 800 aziende, di cui 190 newcomers. Gli operatori intervenuti in occasione di incoming a fiere in Italia, o ad eventi autonomi in Italia e all'estero, sono stati complessivamente 1300.

Per l'**occhialeria** è stata realizzata una mostra con incontri professionali a Miami ed una mostra con incontri professionali a Kuala Lumpur.

Per quanto riguarda le attività extra programma promozionale, a valere su fondi del Piano straordinario *Potenziamento Grandi Eventi Fieristici* per il settore occhialeria sono stati realizzati eventi promozionali e incoming in occasione della fiera **Mido**; è stato inoltre finanziato l'anticipo area per la partecipazione collettiva in occasione di **Hong Kong Optical Fair**, che si è svolta a novembre 2017, il cui completamento è stato poi realizzato a valere su fondi *Made in Italy DL 133/2014 (Tipologie Promozionali Innovative, Lettera H)*. Su fondi del Piano straordinario USA è stata infine organizzata la partecipazione collettiva alla **Vision Expo East di New York**.

Per la **cosmetica** segnaliamo la **mostra autonoma** in Europa Orientale (Varsavia) con **incoming** da paesi dell'area e b2b.

Le attività extra programma promozionale hanno riguardato la partecipazione collettiva in occasione della fiera **Belleza y Salud** di Bogotà; sul Piano Straordinario *Valorizzazione Fiere* è stata realizzata un'attività di **International Country Program** mirata alla presentazione della Fiera **Cosmoprof Worldwide** in 10 Paesi (Corea del Sud, Thailandia, Malesia, Vietnam, Etiopia, Tanzania, Mozambico, Russia, Kazakistan e Giordania). E' stato inoltre organizzato un incoming di circa 100 buyer al **Cosmoprof 2017** di Bologna, provenienti da 12 Paesi (Corea del Sud, Giappone, Cina, Vietnam, Cile, Colombia, Messico, USA, Canada, EAU, Turchia, Israele).

Sul *Piano Export Sud*, è stata realizzata a Napoli la terza edizione del workshop "**Beauty Made in South**", con incoming di operatori esteri e b2b.

Infine, è proseguito, in collaborazione con Cosmetica Italia, il *Piano Straordinario USA* per assistere le aziende che intendono affacciarsi sul complesso mercato statunitense.

In particolare, sul Piano annuale ICE-MISE, è stata realizzata per la gioielleria una mostra autonoma con B2B a Varsavia, la collettiva alla fiera **HKIJS di Hong Kong**. Incoming alle principali fiere italiane, da **VicenzaOro** (edizioni di gennaio e di settembre) ad **OroArezzo** (edizione di maggio) e Incoming di operatori americani finalizzati alle missioni di acquisto all'interno del **Piano Speciale Usa**, cui pure appartengono le promozioni instore con le GDO sul territorio americano.

Le attività extra programma promozionale hanno riguardato per la gioielleria la partecipazione collettiva in occasione della fiera **VOD Dubai International Jewellery Show** e alla **JIS Jewelers International Showcase** di Miami, nonché la realizzazione di una lounge italiana in occasione della **MidEast Watch & Jewellery Show di Sharjah**. A valere sul Piano Export Sud è stata realizzata la partecipazione collettiva alla **Fiera IJT** di Tokyo.

Il settore **Arredamento** comprende tutte le tipologie di prodotto che arredano la Casa, il Bagno, l'Ufficio, le Collettività, gli Spazi commerciali, l'Outdoor fino all'Illuminazione.

Il Sistema Arredamento e Illuminazione ha realizzato nel 2017 un valore di produzione di circa 26,9 mld€ con un incremento del 2,1% sull'anno precedente che già aveva segnato una ripresa del giro d'affari dopo alcuni anni di rallentamento e flessione.

Le esportazioni hanno continuato ad aumentare anche nel 2017 confermando la capacità del Sistema Arredamento di raggiungere anche i mercati più lontani (Cina e USA in particolare) e di accrescere il loro peso sui mercati domestici europei (Francia - primo mercato - in crescita): complessivamente le esportazioni registrano un aumento del 3,1% sul 2016. Le esportazioni del Macrosistema Arredamento e Illuminazione nel 2017 sono state di circa 14,3 miliardi di euro distribuite in oltre 200 Paesi in tutto il mondo. Le vendite italiane si concentrano nei primi 10 Paesi che complessivamente assorbono circa il 64% del totale.

L'ICE ha organizzato per il settore arredo una serie di attività promozionali con FederLegno Arredo sui principali mercati target (Road Show all'estero e **Incoming a Made Expo**, campagna pubblicitaria per il **Salone del Mobile di Milano**, azioni di supporto ai **Saloni WorldWide** di Mosca e di Shanghai, Incoming di operatori da Giappone, Paesi del Golfo, Iran, USA e CINA e missioni imprenditoriali in Messico e Giappone.

Il 2017 segna il settimo anno di programmazione del Progetto Contract Italiano, nel corso del quale sono stati realizzati principalmente incontri mirati tra aziende italiane, buyers, architetti e interior designer in occasione di seminari o di fiere specializzate, in particolare:

- ▶ Incoming delegati esteri in collaborazione con Confapi (Matera 26 febbraio - 01 marzo);
- ▶ Incoming alla **HBTY - Borsa del Contract** in collaborazione con Pordenone Fiere (Sacile 13/15 settembre);
- ▶ Incoming delegati esteri ad **HOST** (Milano 20/24 ottobre);
- ▶ Incoming **MPMI** (Pesaro 20/25 novembre).

L'ICE ha inoltre organizzato la partecipazione collettiva alla Fiera **NEOCON** che si è tenuta a Chicago dal 12 al 14 giugno.

Inoltre sono state realizzate le attività relative ad hosting, gestione e redazione contenuti del **portale** [www.contractitaliano.it](http://www.contractitaliano.it), oltre al management e monitoraggio delle attività evolutive, al fine di garantire alle aziende partecipanti un effetto volano attraverso la community digitale creata con il portale.

Per il settore Artigianato e Complementi d'arredo, nel 2017 l'ICE ha organizzato la partecipazione collettiva italiana alla Maison & Objet di Parigi (edizione gennaio e settembre), all'ICFF di New York (maggio) e Fort Lauderdale (ottobre), alla Downtowndesign di Dubai (novembre). In Italia ha supportato l'internazionalizzazione della fiera Homi Milano nelle due edizioni di gennaio e settembre 2017 provvedendo, in partnership con Fiera Milano, alla selezione e invito di oltre 100 top buyer esteri, il supporto logistico-organizzativo alla visita di oltre 1.000 buyer stranieri e l'organizzazione degli incontri B2B.

L'ICE-Agenzia ha inoltre realizzato, in collaborazione con le due associazioni di categoria Confartigianato e CNA, una serie di incoming di operatori esteri che hanno previsto incontri b2b e visite aziendali:

- ▶ un incoming di operatori USA a Milano/Monza-Brianza, un incoming di buyer europei e canadesi a Verona, Trento e Milano e un incoming di operatori russi a Vicenza e Pesaro in collaborazione con Confartigianato;
- ▶ un incoming di buyer USA a Ravenna in collaborazione con CNA.

Nell'ambito del Piano Export Sud, è stata realizzata la pubblicazione "Abitare: la bellezza arriva dal Sud" per promuovere la conoscenza delle realtà produttive e delle eccellenze di settore delle Regioni Campania, Calabria, Puglia e Sicilia.

Le iniziative che caratterizzano il segmento **edilizia** si concentrano sulla promozione del comparto lapideo, dell'industria ceramica e dei materiali per la costruzione. Le iniziative promozionali realizzate prevedono incoming di operatori esteri in occasione di fiere in Italia leader del settore, workshop B2B in Italia e all'estero, partecipazioni collettive italiane ad appuntamenti fieristici internazionali e campagne promo-pubblicitarie sui principali media di settore internazionali. La selezione dei mercati target della promotion ICE per il settore, effettuata attraverso l'acquisizione di feedback da parte delle imprese, Rete Estera ICE-Agenzia e associazioni di categoria, si concentra prevalentemente su: Paesi MENA (l'intera fascia e in particolare Arabia Saudita, Qatar, Emirati Arabi Uniti, Libano), USA, Area Euro (Francia, Germania, Svizzera e UK), Sud Est asiatico e Africa Settentrionale (Marocco).

Nel 2017, a valere sulle varie fonti di finanziamento (Programma Promozionale ordinario, Piano Straordinario Potenziamento Fiere, Made in Italy e Piano Export Sud) sono state realizzate 19 iniziative che hanno coinvolto 273 aziende italiane e 553 operatori esteri. Tra le principali collettive si segnalano **Ceramics of Italy a Maison & Objet di Parigi**, **Ceramics of Italy a ICFF di New York**, **Project Lebanon**, **Project Qatar**, **Kazbuild**, **SaudiBuild**, **BAU**, **London Design Fair** mentre sono state realizzate azioni di supporto alla **Coverings** di Orlando, alla fiera **Medinit Expo** di Casablanca con l'organizzazione di un incoming di operatori africani, alla fiera **Windows**,

**doors&facades**, alla fiera **The Big 5 Dubai** e alla fiera **The Big 5 Saudi**.

Gli **incoming** dall'estero hanno riguardato le fiere **Cersaie, Marmo+Mac** e il progetto **Design in South Italy**.

Sono stati infine realizzati Workshop B2B in Germania, a Chicago in occasione della Biennale dell'architettura e a Hong Kong in occasione della **Business Of Design Week**.

L'Italia è anche un punto di riferimento nel mondo per il settore del **restauro**, sia come guida nel delineare l'approccio di metodo al mondo della conservazione architettonico-monumentale, sia come maestra d'arte e di mestiere nelle pratiche applicative connesse.

In questo quadro, l'ICE-Agenzia ha promosso anche nel 2017 l'internazionalizzazione delle tecnologie e dei prodotti delle aziende italiane favorendo il confronto e la collaborazione con gli altri Paesi nell'ambito della ricerca scientifica sul restauro e nell'applicazione dei suoi risultati.

Tra le principali azioni realizzate spicca il consueto **incoming** abbinato al corso di formazione organizzato in collaborazione con Assorestaurato e svoltisi in occasione del **Salone del Restauro di Ferrara**, (marzo 2017), rivolto a 21 delegati stranieri provenienti da Albania, Angola, Kosovo, Iran, Israele, Libano, Messico, Mozambico, Russia, Stati Uniti. Il corso ha coinvolto 8 aziende per la parte relativa alle visite ai cantieri, e 21 aziende negli incontri B2B.

ICE-Agenzia ha inoltre organizzato, sempre in collaborazione con l'Associazione di categoria ed in stretta collaborazione con la Direzione Generale delle Antichità del Ministero della Cultura libanese (DGA) e con il Council for Reconstruction and Development (CDR), **seminari tecnici e B2B a Beirut** (luglio 2017), con la partecipazione di 10 aziende italiane e oltre 50 aziende libanesi.

Nel corso del 2017 è proseguito il programma di promozione integrata per il **restauro di un edificio storico a L'Avana** (Cuba), destinato a divenire un centro del restauro e del design, in collaborazione con Assorestaurato e Federlegno. ICE Agenzia si avvale della collaborazione di Assorestaurato anche per il coordinamento generale e tecnico delle attività formative previste nell'ambito di 10 workshop tematici che, a partire da ottobre 2016, sono in programma fino all'ultimazione del restauro e dell'allestimento del Centro. Nel 2017 si sono svolti, rispettivamente, il workshop n. 3 in aprile, i nn. 4 e 5 in novembre.

Nell'ambito della promozione delle industrie culturali e creative, le azioni promozionali del **settore audiovisivo** si sono focalizzate sullo sviluppo delle opportunità di co-produzione internazionale, sulla vendita di film e prodotti audiovisivi italiani all'estero, e sulla promozione del nostro territorio come location cinematografica e delle industrie tecniche locali.

Nel 2017 è proseguita la collaborazione tra enti e associazioni che rappresentano i vari comparti del settore inaugurata lo scorso anno con la nascita del **tavolo di coordinamento per l'internazionalizzazione**, a cui siedono ICE/MISE, Istituto Luce/MIBACT e le principali associazioni di settore.

Sono stati presidiati, di concerto con le associazioni di riferimento (ANICA, APT, Doc/it, Aesvi, Cartoon Italia, ecc.) i **mercati europei e nordamericani** tradizionalmente più ricettivi verso la produzione italiana (con la partecipazione all'**EFM/ Berlinale, Marché du Film e MIP di Cannes, Toronto Film Festival**, al **MIFA** di Annecy per l'animazione, e all'**IDFA** di Amsterdam e **Hot Docs** di Toronto per il documentario). In collaborazione con ANICA e MIBACT, è stato inoltre organizzato un **Focus Italy al Raindance Film Festival Coproduction Forum** di Londra, iniziativa che ha aperto la strada a nuove collaborazioni con l'Inghilterra per lo sviluppo delle opportunità di coproduzione nello scenario post Brexit. In **USA**, per il comparto TV, è stato realizzato nei giorni dell'**American Film Market** un programma di B2B dedicato all'incontro tra società di produzione italiane e americane. Sempre in USA, è stato confermato il sostegno alla **campagna per la candidatura del film italiano agli Oscar** realizzata da Istituto Luce, che ha visto quest'anno A Ciambra di Jonas Carpignano concorrere come miglior film straniero.

Per quanto riguarda i **nuovi mercati**, è stata data continuità all'azione promozionale intrapresa in **Cina**, con la partecipazione allo **Shanghai TV e Film Festival**, al **Beijing Film Festival** come **Paese ospite d'onore**, e al **Guangzhou Documentary Film Festival**, e con l'avvio di un Desk di settore presso l'ufficio ICE di Pechino.

Le azioni sono proseguite anche in **America Latina**, con la partecipazione al mercato di **Ventana Sur** a Buenos Aires, mentre si è dato avvio ad un nuovo programma di azioni in **Russia**, con un primo evento di promozione dell'industria audiovisiva italiana in occasione della manifestazione Buongiorno Italia.

Sul **mercato italiano**, è stata realizzata a ottobre la terza edizione di **MIA - Mercato Internazionale**

**dell'Audiovisivo di Roma**, in collaborazione con le associazioni ANICA e APT, nuovi soggetti attuatori dell'evento. L'edizione 2017 ha ancor più consolidato il format originale di MIA e il suo ruolo di riferimento in Italia per l'industria audiovisiva internazionale. I numeri di MIA 2017 ne hanno confermato la crescita, con più di 1800 registrati, 58 paesi rappresentati e oltre 60 mila meeting organizzati.

Infine, sono proseguite le azioni a favore dell'**industria videoludica** italiana, settore in fortissima crescita, con l'organizzazione delle due collettive rispettivamente alla GDC di San Francisco e alla Gamescom di Colonia.

L'azione promozionale nel settore dell'editoria si è concentrata sui mercati europei e nord-americani, privilegiando interventi a carattere operativo/commerciale, quali organizzazione di collettive e missioni di incoming. Le azioni sono state realizzate in collaborazione con l'AIE - Associazione Italiana Editori.

Con i finanziamenti disponibili nel corso del 2017 l'ICE ha realizzato 15 iniziative a cui hanno preso parte oltre 350 operatori italiani e 156 provenienti dall'estero. Sono state organizzate partecipazioni collettive alla London Book Fair, alla BookExpo America e alla Buchmesse di Francoforte ed organizzata la presenza italiana alla fiera del libro di Abu Dhabi; sono state inoltre realizzate missioni di incoming di operatori esteri alla prima edizione della Fiera del Libro di Milano "Tempo di Libri", alla Fiera del libro per ragazzi di Bologna (Bologna Children's Book Fair), all'IBF-International Book Forum di Torino e alla fiera Più Libri Più Liberi di Roma. L'edizione 2017 della Fiera del Libro di Teheran ha visto la partecipazione dell'Italia quale paese ospite d'onore.

Sempre a sostegno del settore è stato condotto l'aggiornamento dell'indagine sulla compravendita dei diritti d'autore relativa all'anno 2016, realizzata per conto ICE dall'Ediser, società servizi dell'AIE.

E' infine continuata l'attività del Desk Editoria e del sito web per la promozione settoriale negli USA ([www.italbooks.com](http://www.italbooks.com)), entrambi operanti presso l'ICE di Chicago.

Per il settore discografia sono state effettuate azioni a sostegno dell'industria musicale italiana negli USA, che ha previsto, fra le varie azioni di comunicazione, la presenza alla Hit Week, al Billboard Latino e al South to South West di Austin.

Per il settore degli strumenti musicali, sono stati organizzati la partecipazione collettiva alla fiera Music China di Shanghai, l'incoming e le azioni di comunicazione a sostegno di Cremona Mondomusica e l'invito di una delegazione estera all'evento Roma Expo Guitars.

In conclusione, l'attività 2017 dell'Ufficio Beni di Consumo è stata indirizzata al conseguimento degli obiettivi prefissati:

- ▶ Acquisire e diffondere informazioni tempestive sui mercati
- ▶ Aggiornare gli operatori / giornalisti esteri sul prodotto italiano di eccellenza
- ▶ Consentire alle aziende italiane di approfondire la loro conoscenza di potenziali mercati di sbocco esteri
- ▶ Mettere in contatto la domanda estera con l'offerta italiana.
- ▶ Promuovere la capacità produttiva ed esportativa italiana nel suo insieme e anche per singola filiera.



**TECNOLOGIA INDUSTRIALE,  
ENERGIA E AMBIENTE**

L'Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente si suddivide per nuclei che seguono le diverse tecnologie ed i progetti intersettoriali. L'insieme delle attività svolte dalle suddette strutture nel corso del 2017 comprende 287 iniziative, di cui 164 riferibili all'attività ordinaria, 11 ca valere sui fondi del Piano Export per le Regioni di Convergenza, 107 finanziate nell'ambito del piano straordinario MISE e 5 riferibili a commesse privatistiche ed a fondi regionali.

La ripartizione geografica delle iniziative ordinarie realizzate nell'anno ha privilegiato in primo luogo l'Asia (81 iniziative con uno stanziamento pubblico che ha superato i 13 milioni di Euro) e gli Stati Uniti (oltre 4,4 milioni di Euro).

Al riguardo è da segnalare anche nel 2017 la prosecuzione del progetto speciale "Meccanica USA", lanciato nel 2015 e svolto per la maggior parte nel corso del 2016 in collaborazione con i partner associativi Federmacchine, Federunacoma e ANIMA. In questa seconda annualità è stato ampliato l'ambito di interesse dell'iniziativa ai temi trasversali dell'innovazione tecnologica applicata ai prodotti e ai processi industriali, rinnovando la partnership strategica con il Massachusetts Institute of Technology e coinvolgendo fra l'altro i Politecnici di Milano e di Torino. Altre aree geografiche su cui l'Ufficio ha lavorato con particolare intensità nel corso dell'anno sono state l'Europa con uno stanziamento pubblico di oltre 2,6 milioni di Euro e l'America latina con più di 2,1 milioni di Euro.

Fra i singoli mercati obiettivo in tutte le aree geografiche, particolare attenzione è stata dedicata agli Emirati Arabi, alla Cina e all'Iran. Consistente è stata anche l'attività sui mercati dell'Africa con uno stanziamento pubblico di oltre 2,6 milioni di Euro.

Lo stanziamento complessivo di parte pubblica impiegato per la realizzazione delle attività sopra accennate ha superato i 37 milioni di Euro.

Una parte importante delle attività svolte è stata costituita dalle missioni in Italia, soprattutto per la visita di operatori esteri specializzati a fiere settoriali nell'ambito del piano straordinario di potenziamento delle manifestazioni specialistiche italiane. Nel 2017 sono proseguite inoltre le attività finalizzate alla creazione o al supporto di Centri tecnologici italiani per vari settori della meccanica strumentale; si è dato avvio ad esempio alla realizzazione del Centro Tecnologico Lavorazione marmo in Iran, ai Centri Tecnologici di supporto all'industria calzaturiera, a quella tessile vietnamita ed al Centro di macellazione e confezionamento di Meknès (Marocco), e si è portata a conclusione l'attività del Centro Tecnologico in Perù, sempre sul settore della lavorazione di pietra e marmo.

Fra le commesse straordinarie promosse dal MiSE è da evidenziare inoltre la partecipazione italiana ad Expo Astana 2017 "Future Energy", con la missione di sistema organizzata nel corso dell'evento (per approfondimento vedi riquadro nr. 2).

L'attività promozionale si è articolata inoltre nell'organizzazione di padiglioni italiani a fiere specializzate all'estero e di incoming di buyer e giornalisti a fiere italiane. Nello specifico:

Nel campo delle **tecnologie per il confezionamento/imballaggio** sono state realizzate collettive nelle principali fiere di settore in Asia, Africa e Americhe. Nel dettaglio sono stati realizzati padiglioni nazionali nelle seguenti manifestazioni: Djazagro (Algeri 10-13 aprile), Propak East Africa (Nairobi, 7-9 marzo), Propak Vietnam (Ho Chi Minh 21-23 marzo), Propak China (Shanghai 12-14 luglio), Propak Myanmar (21-23 settembre), Expo Pack Guadalajara (Guadalajara 13-15 giugno) e Pack Expo Las Vegas (Las Vegas 25-27 settembre). E' inoltre stato realizzato uno stand istituzionale alla principale fiera del settore a livello mondiale, Interpack (Dusseldorf 4-10 maggio) e alla fiera Agroprodmash (Mosca 9-13 ottobre).

Nel campo delle **"tecnologie per la trasformazione alimentare e l'enologia"** sono stati realizzati diversi incoming di buyer esteri, sia a fiere di rilievo internazionale (SIMEI@Drinktec, Monaco 11-15 settembre, HOST, Milano 20-24 ottobre), che a fiere di nicchia (EnoliExpo, Fermo 3-5 febbraio), nonché per l'organizzazione di B2B fra imprese italiane e straniere (Follow-up a Cibustec, Parma 3-5 luglio). La presenza all'estero si è invece concretizzata nella partecipazione collettiva a Expoalimentaria (Lima, 27-29 settembre) e in una Missione di sistema in India in occasione della manifestazione World Food India (New Delhi 3-5 novembre) presso la quale è stato allestito anche un padiglione nazionale.

Nelle attività di promozione della tecnologia italiana per la **lavorazione del marmo e della pietra naturale**, sono state realizzate le partecipazioni collettive alle fiere estere settoriali di riferimento nei mercati più promettenti tra le quali Marble Izmir 2017 (Turchia), Batimat Russia, WorldStone Indonesia, IRSE Teheran. Importanti e strategiche le attività di formazione destinate agli operatori stranieri in non solo nell'ambito

della principale fiera di settore, Marmomacc, ma anche con l'organizzazione di missioni ad hoc come "Italian Stone Experience in South Italy" finanziata con i fondi del Piano Export Sud nel 2017 e l'iniziativa "Italian Stone Experience in Sardinia" con la partecipazione di 9 aziende italiane e 14 operatori esteri provenienti dai Paesi Scandina. Tra le attività più importanti rientrano l'avvio della realizzazione del Centro Tecnologico Lavorazione marmo in Iran e la conclusione delle attività del Centro Tecnologico in Perù.

Nel settore delle **macchine costruzione e movimento terra** l'attività promozionale è stata incentrata principalmente sull'organizzazione di partecipazioni collettive alle fiere estere settoriali ritenute di maggiore interesse quali: Conexpo Las Vegas 7 -11 marzo, CTT Mosca 30 maggio -3 giugno, Iran ConMin Teheran dal 4 al 7 novembre, ITP Algeri 28 novembre -2 dicembre.

Per il **package printing, il converting e il labelling** sono state realizzate partecipazioni collettive, in collaborazione con l'associazione di categoria ACIMGA, alle fiere estere settoriali di riferimento nei mercati più promettenti del Sudest Asiatico quali Printech Vietnam (Ho Chi Minh City, 21-23 marzo 2017), Printech Indonesia (Giacarta 15-18 novembre 2017) e del mercato russo "Printech Rosupack" (Mosca, 20-23 giugno 2017). E' stato inoltre realizzato un punto istituzionale a PRINTECH Myanmar (Yangon, 21-23 settembre 2017) ed organizzato l'incoming a Print4All Conference (Fiera Milano Rho-Però, 11-14 settembre 2017) in vista della manifestazione fieristica italiana Print4All 2018.

A sostegno della filiera dell'**aeronautica, spazio, difesa e sicurezza**, per favorire una maggiore internazionalizzazione delle PMI del comparto sono state realizzate partecipazioni collettive e istituzionali ai principali momenti di incontro del settore: LAAD, San Paolo, 4/7 aprile 2017, Far East (Mast Asia, Tokyo, 12/14 giugno 2017), Pacifico (Pacific, Sydney, 3/5 ottobre 2017) oltre a business meetings B2B sui mercati europei (Airtec, Monaco, 24/26 ottobre 2017, ADM, Aerospace Defence Meetings, Torino 28/30 novembre 2017) ed a partecipazioni a Space conferences ed expositions, (9th Annual Conference on European Space policy, Bruxelles, 24/25 gennaio 2017) (SpaceCom, Houston, 5/7 dicembre 2017). A seguito della precedente esperienza positiva con la portaerei Cavour, inoltre, ICE Agenzia ha partecipato ad una nuova campagna navale della nostra Marina militare nei Paesi del Golfo e nel Sud est asiatico con i grandi gruppi nazionali Leonardo, Fincantieri, Elettronica, mentre è stato realizzato il nuovo portale [www.Aerospacehub.it](http://www.Aerospacehub.it) dedicato alle nostre PMI.

Nell'ambito del **settore medicale** si è cercato di dare continuità alle azioni promozionali intraprese negli anni passati per dare modo alle aziende di avvicinarsi a paesi difficilmente raggiungibili, realizzando seminari o presenze istituzionali (Forum in occasione di CMEF 2017 in Cina, Partecipazione italiana a Saudi Health 2017 in Arabia Saudita). Con lo stesso obiettivo è stato organizzato un Forum italo turco sul settore medicale a novembre a Bologna. In collaborazione con l'associazione di categoria UNIDI (Unione nazionale delle industrie dentarie italiane) sono state realizzate varie iniziative a supporto del settore dentale, tra le quali la più rilevante è rappresentata dall'incoming di operatori esteri presso Exponential Meeting di Rimini (18-20 maggio 2017). Si segnala infine la collaborazione con Assobiomedica, Lazio Innova e gli altri partners coinvolti nell'organizzazione del "Meet in Italy for Life Sciences" (evento BtoB rivolto al settore delle scienze della vita) nell'ambito del quale ICE-Agenzia ha coordinato la partecipazione di circa 27 investitori esteri che hanno incontrato aziende e start up italiane del settore.

Per il settore **chimico farmaceutico** si segnala invece la "Partecipazione collettiva alla CPhI Japan 2017", evento dedicato ai produttori di principi attivi farmaceutici che ICE-Agenzia supporta da molte edizioni e che le aziende e le associazioni di categoria continuano a richiedere, poiché il Giappone rappresenta un importantissimo mercato di sbocco per il settore. Sono inoltre state portate a termine le ricerche di mercato nei paesi dell'area del sud est asiatico realizzate nell'ambito della collaborazione avviata nel corso del 2014 con Farmindustria.

Le attività per il settore **Biotecnologie-Nanotecnologie** nel 2017 hanno assicurato il presidio, tramite partecipazioni collettive e istituzionali dei principali eventi nei più dinamici mercati settoriali internazionali: Forum Bio Pharma Italia/Korea e Bio Korea (Seoul, 11-14 aprile), Bio International Convention Usa (San Diego, 19-22 giugno), Bio Japan (Yokohama, 11-13 ottobre), Bio Europe (Berlino, 6-11 novembre), Nanotech (Tokyo, 15-17 febbraio); Nanoinnovation (Roma, 26-29 settembre), Renewable Energy (Yokohama, 5-7 luglio).

Nel settore delle **macchine lavorazione pelli** gran parte dell'attività è incentrata sulla Fiera annuale organizzata dall'associazione, la Simac Tanning Tech, collegata alla rassegna "Linea pelle" che dal 2015 si svolge a Milano nel mese di febbraio (precedentemente si svolgeva a Bologna). La rassegna è oggetto di un grosso investimento promozionale nell'ambito del Progetto speciale di sostegno alle fiere italiane

di portata internazionale. Per quanto riguarda gli appuntamenti fieristici internazionali, da segnalare la presenza presso la Fiera ILLF di Chennai, appuntamento annuale destinato all'importante mercato indiano (primo mercato di destinazione per l'export italiano di macchine per calzature) e la fiera APLF di Hong Kong, in cui Ice-Agenzia organizza delle azioni di supporto alla partecipazione italiana curata da Assomac. Dal 2015 viene inoltre organizzata una collettiva da Ice-Agenzia alla Fiera Shoes and Leather di Hochiminh City. Oltre all'attività promozione "ordinaria" sopra descritta si segnala infine la costituzione di un centro tecnologico calzaturiero in Vietnam, ad Ho Chi Minh City, inaugurato nel luglio 2017 in occasione della Fiera Shoes and Leather.

Nel settore delle **macchine tessili** l'attività è stata concentrata prevalentemente sui mercati dell'Asia, principale destinazione del nostro export settoriale. Sono state organizzate delle collettive italiane alla fiere Saigontex, Vietnam e Irantex, Iran, oltre ad una missione istituzionale settoriale in Myanmar e Cambogia. Sono stati inoltre realizzati degli incoming in Italia di operatori tessili asiatici provenienti dal Bangladesh, India e Arabia Saudita. Da segnalare anche le partecipazioni collettive a fiere settoriali, in particolare: Techtextil Francoforte, Germania (9/12 maggio), dedicata al comparto specifico del tessuto tecnico e non woven, Colombiatex, Colombia (24/26 gennaio), Caitme, Uzbekistan (13/15 settembre), ASFW, Etiopia (3/6 ottobre). Le attività promozionali del settore hanno riguardato anche la promozione di un progetto innovativo di sostegno alle "Sustainable Technologies" in questa filiera.

Per il settore **macchine legno**, nel corso del 2017 hanno rivestito particolare importanza i seguenti consueti appuntamenti fieristici annuali del settore in India e Russia: collettiva italiana alla WoodExpo, Teheran dal 6 al 9 febbraio, collettiva italiana alla DelhiWood, giunta alla 8<sup>a</sup> edizione svoltasi a New Delhi dall'1 al 4 marzo 2017. Sono state, inoltre, realizzate varie azioni di supporto alla Woodex di Mosca (14 - 17 novembre 2017): inserzioni pubblicitarie, catalogo in lingua russa di tutte le aziende italiane presenti in Fiera, stampa di un pre-catalogo e sua distribuzione con invito alle aziende russe prima della fiera, aggiornamento di un nota settoriale, organizzazione di una conferenza stampa come momento di contatto tra aziende italiane e giornalisti locali, missione di 10 operatori (importatori e buyer) provenienti dalle regioni russe più dinamiche ed interessanti per il settore. Sono state, infine, realizzate attività di supporto alla Xylexpo 2018 quali tre stand informativi alle fiere Drema (Poznan, 12 - 15 settembre 2017), Woodtec (Brno, 31 ottobre - 3 novembre 2017) e WMS (Toronto, 2 - 4 novembre 2017) nel corso dei quali è stato organizzato un concorso "Win a trip" con messa in palio di biglietti aerei e soggiorno per visitare Xylexpo 2018).

L'attività promozionale per il settore **macchine e attrezzature per l'industria ceramica e del laterizio** si è concentrato prevalentemente sui mercati dell'Asia, e sull'India in particolare. Resta forte l'interesse per la Cina, il Vietnam e l'Indonesia. Da segnalare in particolare la Partecipazione collettiva a Indian Ceramics 2017, 1-3 marzo, principale fiera di settore in India e una serie di azioni di supporto (allestimento e azioni di comunicazione) alla fiera Keramika Indonesia, che si è svolta a Giacarta dal 16 al 19 marzo.

Nel settore delle **macchine per la lavorazione del vetro** le attività sono state rivolte in particolare ai seguenti mercati: Cina e Stati Uniti. Le attività più rilevanti per il settore nel 2017 sono state quelle relative alla partecipazione italiana alle fiere China Glass di Pechino (24 -27 maggio) e Glass Build Atlanta (12-14 settembre). Nell'ambito del Progetto di Potenziamento delle Fiera di settore in Italia, si sono realizzate attività di comunicazione, ed un incoming di buyer e giornalisti stranieri in occasione della Fiera Vitrum, la più importante fiera internazionale del settore in Italia, che si è svolta a Fiera Milano Rho dal 3 al 6 ottobre 2017. In particolare sono stati invitati 96 tra buyer, giornalisti e rappresentanti delle associazioni internazionali del vetro che hanno visitato la fiera ed hanno partecipato ad incontri B2B con le aziende espositrici italiane. Per la seconda volta il settore ha partecipato inoltre al progetto "Technology Award".

Nel settore del **ciclo e motociclo**, è stato realizzato un progetto di supporto alla fiera EICMA 2017 per favorire la promozione della tecnologia e dei prodotti del "Made in Italy" delle due ruote. Nell'arco dell'anno si sono svolte diverse iniziative, di cui la principale è stata l'incoming di operatori e giornalisti a Eicma 2017 (Milano, 7-12 novembre) a cui ha partecipato una delegazione di 24 operatori del settore moto, 5 operatori del settore bici elettriche e 26 media. E' stato inoltre organizzato un incoming di 25 delegati esteri da 10 paesi a Cosmobike (Verona, 15-18 settembre). Per quanto riguarda le iniziative legate alle principali fiere settoriali internazionali, da segnalare: le motociclette AIMEXPO 2017 (Columbus, 21-24 settembre) e per le biciclette la partecipazione collettiva alla fiera Interbike 2017 (Las Vegas, 20-22 settembre), principale rassegna statunitense dedicata al settore con 36 aziende su oltre 700 mq di area dedicata.

Nel settore della **nautica** è stato organizzato, in occasione della 57<sup>a</sup> edizione del Salone Nautico Internazionale di Genova (21-26 settembre), in collaborazione con UCINA Confindustria Nautica, un incoming di una



delegazione di stampa estera composta da 16 giornalisti delle principali testate specializzate. Da segnalare inoltre la partecipazione collettiva italiana di 12 aziende alla Fort Lauderdale Boat Show in Florida (1-5 novembre), principale fiera per il settore della nautica da diporto negli Stati Uniti e una delle maggiori al mondo

Per il settore della **cantieristica navale** si segnala l'incoming di 25 operatori esteri al SEATEC 2017, (Carrara, 29-31 marzo) con incontri B2B. Si è inoltre organizzato un Punto Italia con area incontri presso la fiera biennale norvegese Norshipping 2017 (Oslo, 30 maggio-2 giugno), con la partecipazione di 6 aziende italiane.

Nel settore dell'**Oil & Gas** da segnalare la collettiva di aziende italiane alla fiera ADIPEC - Abu Dhabi International Petroleum Exhibition & Conference (7-10 novembre), la più grande manifestazione fieristica del settore Oil & Gas dell'area del Middle East & Nord Africa, che ha visto la partecipazione di 23 aziende del settore con postazioni individuali.

Per il settore **Automotive** da segnalare il progetto a supporto di Autopromotec 2017 (Bologna, 24-28 maggio), fiera biennale dell'aftermarket inserita nel piano di potenziamento grandi eventi fieristici italiani. L'azione di incoming ha coinvolto oltre 70 tra buyer e giornalisti di settore da 16 paesi. Con riferimento alla fiere all'estero, è stata organizzata una partecipazione collettiva di 8 aziende del settore alla fiera SEMA 2017 (Las Vegas, 31 ottobre-3 novembre).

Per il settore della **meccanizzazione agricola**, nel corso del 2017 è proseguita l'attività volta a presidiare le maggiori fiere settoriali di alcuni mercati strategici, quali il Brasile (Agrishow Riberao Preto, 1-5 maggio), la Cina (CIAME Wuhan, 26-28 ottobre), la Russia (Yugagro Krasnodar, 28 novembre - 1 dicembre), la Repubblica Sudafricana (NAMPO Bothaville, 16-19 maggio) e l'Iran (Iran Agrishow Mashhad, 14-17 febbraio). Sono state organizzate inoltre delegazioni di operatori esteri da più Paesi per la visita della fiera settoriale italiana Agrilevante di Bari (12-15 ottobre), in sinergia con il piano Export Sud, ed alla manifestazione EIMA Show (Casalina di Deruta (PG), 27-29 luglio), azioni di comunicazione rivolte ai media settoriali sul mercato degli Stati Uniti e azioni di supporto ad EIMA Agrimach, spinoff della fiera EIMA di Bologna organizzato a New Delhi dall'associazione Federunacoma in partnership con la Federazione delle Camere di Commercio indiane (7-9 dicembre). Altre iniziative dedicate al settore hanno visto infine l'organizzazione di un workshop con aziende italiane in Vietnam (5-9 giugno) e di azioni di supporto alla presenza dell'Italia come Paese ospite d'onore al salone SIAM di Meknès (Marocco, 18-23 aprile).

Nell'ambito delle attività di formazione/promozione a carattere innovativo vanno menzionati gli **Italian Technology Awards**, azione di formazione e comunicazione/immagine a favore delle tecnologie italiane mirata alla diffusione ed alla conoscenza della produzione italiana tra coloro che saranno i futuri manager delle aziende estere ed in quanto tali, potenziali acquirenti ed utilizzatori dei sistemi di produzione "Made in Italy". All'edizione 2017 hanno partecipato circa 65 fra studenti e professori provenienti da Centri Universitari di: Canada, Iran, Messico, Perù, Russia, Stati Uniti e Vietnam invitati da ICE-Agenzia in collaborazione con Federmacchine.

L'attività di promozione delle **PMI italiane della subfornitura** viene realizzato in Scandinavia in collaborazione con CNA. La subfornitura industriale italiana vanta da anni un posizionamento consolidato e rilevante verso la Svezia: difende il quarto posto preceduta da Germania, Francia e Danimarca. Per promuovere lo sviluppo dell'offerta di subfornitura industriale italiana nei Paesi Scandinavo/Baltici, presso l'Ufficio ICE di Stoccolma è stata costituita il 1 maggio 2004 la Task Force Subfornitura Area Scandinava, con competenza per tutta l'area scandinava nordica. In tale contesto si è inserita la collaborazione con CNA per la promozione delle PMI italiane della subfornitura attraverso un'attività promozionale in cui è stata inserita una fase preliminare alla classica attività di organizzazione di B2B, mirata alla formazione delle aziende ed alla possibilità di avviare contatti preliminari al fine di fornire gli strumenti idonei per presentarsi efficacemente sul mercato estero. Nello specifico ICE Stoccolma ha siglato un accordo con il portale settoriale specializzato scandinavo Qimtek AB/Svensk Verkstad per la registrazione a titolo gratuito di 30 aziende subfornitrici italiane per un anno.

Nei settori dell'**alta tecnologia** (ICT, Sicurezza, Automazione, Contract & Building, Elettronica ed Elettrotecnica, Materiali Compositi, Nuovi materiali, Smart City, Startup), sono state organizzate varie tipologie di attività. Collettive ICE a fiere sono state realizzate in occasione di: Cebit di Hannover dal 20 al 24 marzo, fiera leader nel mondo nell'ICT; IFSEC (settore della sicurezza); "International Renewable Energy, Lighting & Energy Saving" a Teheran (24-27 febbraio); JEC World di Parigi (14-16 marzo) nel settore dei materiali compositi e loro applicazioni; Smart City di Barcellona (14-16 novembre) e "Istanbul

Smart Grids and Cities Congress and Fair" (19-21 aprile) per le tecnologie innovative in urbanistica; IEE a Teheran (4-7 novembre) nel settore produzione e distribuzione energia elettrica; Ecobuild a Londra (7-9 marzo) nel settore dell'edilizia ecosostenibile; Eco Expo Asia a Hong Kong (26-29 ottobre) per le startup italiane nel settore Green Economy. Sono state realizzate delle attività di incoming alla fiera Comptec (Rassegna Internazionale di Compositi e Tecnologie correlate), prima fiera in Italia completamente dedicata all'industria dei materiali compositi; a Sicurezza a Milano (15-17 novembre) nei settori Security e Fire e operatori dal Ghana nel settore energia elettrica in collaborazione con ANIE. Sono stati organizzati a novembre/dicembre "Technology days" con incontri b2b tra imprese italiane elettrotecniche ed elettroniche ed operatori specializzati in Cile e Colombia (29/11-1/12), sempre in collaborazione con ANIE.

Tra le azioni rivolte alla promozione delle **startup innovative**: collettiva a DLD a Tel Aviv (6-7 settembre) per l'innovazione digitale; partecipazione, in collaborazione con SMAU, alla quarta edizione dell'evento ItaliaRestartUp (Milano, 24/25 ottobre), con la realizzazione di incontri tra gli incubatori/acceleratori/agenzie italiane e finanziatori esteri; collettiva alla fiera SLUSH (Helsinki, 30 nov./1 dic.) con incontri con investitori, partner commerciali e/o tecnologici; Food Matters Live a Londra (21-23 novembre) per incontri fra startup italiane e investitori e acceleratori del settore Food; Workshops con b2b fra startup italiane e straniere in occasione di Italia Restartup a Berlino, Unbound Londra (18-20 luglio); Innovfest Unbound a Singapore e Pioneers a Vienna. Collettiva di startup e inventori italiani (prodotti e servizi) alla Maker Faire di New York (23-25 settembre). In Polonia è stato organizzato un workshop bilaterale Italia Polonia (21/22 novembre) rivolto a startup e Parchi tecnologici dei due Paesi. Alla Gitex di Dubai (la più importante fiera dell' ITC in Medio Oriente, 8-12 ottobre) collettiva startup italiane nella sezione "Gitex Global Startup Movement); Maker Fair a Roma (1-3 dicembre) nel settore delle tecnologie e invenzioni innovative con incoming di innovatori e relatori soprattutto da USA; missione della Regione Sardegna a Los Angeles per startup sarde nel settore IT con incontri con VC, incubatori e startup americani del Silicon Beach. Sono stati finanziati Desk Innovazione a Singapore, Mumbai, Los Angeles, Mosca, Parigi e Londra e a Belgrado e Bogotà Desk per l'internazionalizzazione dei Centri di ricerca e innovazione.

**Nell'ambito del settore delle tecnologie ambientali ed energie rinnovabili** allo scopo di dare visibilità internazionale a quelle italiane sono state organizzate diverse partecipazioni collettive nei mercati del Golfo Persico (EAU) e del Nord Africa (Marocco).

La più rilevante è stata quella alla fiera Wetex (Water, Energy, Technology and Environment Exhibition) a Dubai dal 23 al 25 ottobre 2017, che è la principale manifestazione fieristica annuale dedicata all'ambiente ed energie rinnovabili negli EAU e viene organizzata da DEWA (Dubai Electricity & Water Authority) ente del governo di Dubai, che è tra i maggiori acquirenti di tecnologie per il settore idrico e l'industria energetica ed ambientale negli Emirati Arabi Uniti.

Le altre collettive si sono svolte in Marocco a Casablanca presso Ener Event, dal 4 al 7 ottobre 2017 e in occasione di Pollutec Maroc dal 27 al 27 ottobre 2017. Ener Event, salone internazionale per l'energia rinnovabile e l'efficienza energetica organizzato dalla Federazione Nazionale di Energia Elettrica, Elettronica e delle Energie Rinnovabili (FENELEC), si è svolto in concomitanza dell'11<sup>a</sup> edizione di Elec Expo, mostra internazionale dell'elettricità, illuminazione, ingegneria elettrica ed automazione industriale e della 5<sup>a</sup> edizione di Tronica Expo, salone internazionale di componenti, sistemi e applicazioni di elettronica.

A favore del settore delle tecnologie ambientali ed energie rinnovabili, nonché del cleaning professionale sono stati poi organizzati anche incoming in Italia, di cui quello più rilevante risulta senz'altro quello alla 21<sup>a</sup> edizione della fiera Ecomondo 2017, salone internazionale del Recupero di Materia ed Energia e dello Sviluppo Sostenibile, che si è svolto a Rimini dal 6 al 9 novembre 2018 e che ha visto la partecipazione di 90 operatori esteri provenienti da Africa, Golfo Persico, Medio Oriente, Cina e Canada, in collaborazione con l'ente fiera IEG.

Pulire Verona 2017, la fiera di riferimento per il settore del cleaning professionale in Italia e all'estero ha ospitato dal 23 al 25 maggio 2017, 280 espositori su una superficie complessiva di 16.821 mq ed alla presenza di 16.114 visitatori.

Infine, allo scopo di approfittare del trend positivo dell'export italiano nel settore delle macchine pulizia industriale, è stata organizzata una partecipazione collettiva alla fiera ISSA/INTERCLEAN North America, a Las Vegas dall'11 al 14 settembre 2017. ISSA/INTERCLEAN North America che si svolge in autunno, con cadenza annuale in sedi alternate tra Chicago, Dallas e Las Vegas abbraccia l'intero settore della pulizia industriale e richiama abitualmente produttori, grossisti, rappresentanti di grandi catene di negozi specializzati, agenti di rappresentanza, esportatori, importatori e visitatori provenienti da ogni parte del mondo.

## **PARTENARIATO INDUSTRIALE E RAPPORTI CON GLI OO.II.**

## ATTIVITÀ AFFARI EUROPEI

Nel 2017 l'obiettivo principale dell'attività rivolta agli Affari Europei è stato quello di contribuire all'aumento della conoscenza dei programmi di finanziamento di maggiore interesse per le aziende italiane, attraverso l'organizzazione di iniziative strutturate in modo da fornire alle imprese ed organizzazioni italiane un'informazione aggiornata e tempestiva sulle principali opportunità derivanti dagli strumenti creati in ambito europeo in favore delle PMI ai fini di un accesso sistematico e duraturo delle stesse ai Programmi di finanziamento dell'Unione Europea.

Le attività sono state realizzate in sinergia con l'ufficio di Bruxelles, con l'Ufficio ICE di Milano e in collaborazione con la Commissione Europea.

Una parte importante di attività per il 2017 è stata costituita dalla gestione e il monitoraggio di 12 Desk presenti presso gli Uffici ICE situati in 6 paesi UE di recente adesione (Desk fondi strutturali) e 6 paesi dell'area balcanica, in pre-adesione (Desk Balcani).

## INIZIATIVE REALIZZATE

### **Seminario EUROPROGETTAZIONE - I programmi comunitari a gestione diretta per il periodo 2014-2020- Milano, 15,16,17 febbraio 2017**

Il seminario ha avuto l'obiettivo di fornire informazioni e strumenti per accedere ai programmi comunitari erogati direttamente dall'Unione Europea (fondi a gestione diretta) per il prossimo periodo 2014-2020.

Il Seminario ha suscitato un notevole interesse da parte degli addetti ai lavori, con un numero di 191 adesioni raccolte, che si sono concretizzate nella partecipazione effettiva di 126 operatori alla prima giornata e di 116 operatori nella seconda giornata.

### **MISSIONE PRESSO LA COMMISSIONE EUROPEA -Incontro introduttivo ai finanziamenti diretti dell'UE- Bruxelles, 23 giugno 2017**

E' stata organizzata una nuova edizione della Missione di operatori italiani presso la Commissione europea, con l'obiettivo di soddisfare le numerose richieste pervenute dalle imprese in occasione delle missioni precedenti, per creare un contatto diretto con le istituzioni comunitarie, e comprendere più approfonditamente i meccanismi alla base della programmazione comunitaria e le metodologie di gestione della stessa.

Gli argomenti oggetto della missione riguardavano i finanziamenti a gestione diretta, erogati direttamente dalla Commissione.

La missione era rivolta a imprese e loro raggruppamenti, associazioni, consorzi, istituzioni, Università, Centri di Ricerca.

La giornata ha avuto inizio presso l'ufficio dell'ICE Agenzia di Bruxelles. La delegazione di operatori era composta da 28 tra imprese, associazioni, consorzi, istituzioni, raggruppamenti di aziende, Università, Centri di Ricerca, consulenti aziendali e soggetti del settore pubblico e privato.

### **SEMINARIO I Finanziamenti UE nei Paesi in preadesione. Focus Albania, Bosnia Erzegovina, Macedonia e Serbia. Milano, 30 novembre 2017**

Il seminario aveva lo scopo di accrescere la conoscenza degli strumenti di sostegno finanziati dal bilancio UE a favore dello sviluppo della cooperazione con i paesi in preadesione, rappresentati dal programma IPA II (Instrument for Pre-Accession).

Attraverso il suddetto programma l'Unione europea promuove la sicurezza, la stabilità e la prosperità nei paesi più vicini alle sue frontiere.

Il seminario si è concentrato su quattro Paesi focus: Albania, Bosnia Erzegovina, Macedonia e Serbia.

Hanno partecipato all'iniziativa 99 partecipanti.

Nel pomeriggio si sono svolti incontri bilaterali con i relatori, durante i quali 68 imprese hanno potuto approfondire specifiche problematiche e presentare i propri progetti di investimento per una prima

valutazione di carattere generale sulle possibilità di attuazione e per concordare la migliore strategia d'approccio.

### **COORDINAMENTO DELL'ATTIVITÀ DI ASSISTENZA DEI DESK FONDI STRUTTURALI (Bulgaria, Croazia, Polonia, Romania, Slovenia, Ungheria) E DEI DESK BALCANI (Albania, Bosnia Erzegovina, Kosovo, Macedonia, Montenegro, Serbia)**

Sono stati rifinanziati i Desk Fondi Strutturali Ue presenti in Bulgaria, Croazia, Polonia, Romania, Slovenia e Ungheria, per dare impulso all'accesso delle imprese italiane a questi mercati, attraverso il partenariato con imprese locali e attraverso i finanziamenti previsti dai Fondi Strutturali e di Investimento di cui beneficiano i paesi. I 12 desk nel 2017 sono stati finanziati con fondi Made in Italy.

Per quanto riguarda i Desk Balcani, gli stessi hanno operato per mezzo della legge 84/2001 sino al 30/06/2014 e successivamente con fondi promozionali ordinari, con l'obiettivo di rinforzare la cooperazione economica tra l'Italia tra i paesi Balcani. Nell'ambito della legge suddetta l'ICE - Agenzia aveva istituito dei desk presso gli uffici di Belgrado e Tirana e presso il punto di Corrispondenza di Sarajevo, Pristina, Podgorica e Skopje. I Desk in questione sono stati rifinanziati fino al 30/11/2017.

### **ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE E DIFFUSIONE DEI PROGRAMMI UE**

L'attività affari europei volta a sostenere la partecipazione italiana ai bandi e programmi dell'UE, è stata affiancata da un'attività di supporto alla diffusione dei programmi di finanziamento, e delle opportunità offerte attraverso la realizzazione di una serie di strumenti utili alla diffusione delle opportunità offerte, quali brochure, guide, manuali, newsletter e siti web:

-Opuscolo "I programmi dell'Unione europea a sostegno delle PMI"

Per offrire uno strumento introduttivo e di primo orientamento ai programmi finanziari UE di sostegno alle PMI è stato redatto, a cura dell'ufficio di Bruxelles con il supporto della Sede, un opuscolo di circa 60 pagine da stampare e distribuire in occasione delle iniziative promozionali organizzate dall'ICE Agenzia.

-Newsletter "Opportunità dall'Europa"

Si tratta di un prodotto informativo realizzato in formato elettronico che tratta delle opportunità offerte dai finanziamenti europei, realizzato dall'Ufficio di Bruxelles in forma di file pdf, destinato principalmente alle PMI, che ha riscosso negli anni un sempre maggiore interesse.

### **ATTIVITÀ RAPPORTI CON GLI ORGANISMI INTERNAZIONALI**

L'attività perseguita nella collaborazione con gli Organismi Internazionali per l'anno 2017 ha avuto l'obiettivo di:

- migliorare le conoscenze e le competenze delle imprese italiane rispetto alle opportunità di procurement e di finanziamento delle Banche di Sviluppo nei Paesi emergenti e in via di sviluppo;
- ampliare l'universo delle categorie interessate alle attività di collaborazione con gli OO.II. - rispondere alle richieste di prima assistenza su finanziamenti e progetti degli OO.II. - --diramare informative su bandi di gara aperti e su progetti nel pipeline della Banca Mondiale e su seminari e workshop organizzati dagli OO.II.

### **INIZIATIVE REALIZZATE**

**Seminari di formazione per la partecipazione alle gare d'appalto di fornitura di servizi della Banca Mondiale, svoltisi a Venezia e a Palermo il 20 e il 22 febbraio 2017.**

Le due iniziative sono state realizzate in collaborazione con OICE (Associazione che raggruppa le organizzazioni di ingegneria, di architettura e di consulenza tecnico-economica) con l'intento di migliorare le performance delle aziende di consulenza, la cui scarsa partecipazione alle gare della Banca Mondiale

le svantaggia rispetto alle concorrenti di altri paesi. Il dr. De Laurentiis, specialista World Bank- Manager Procurement Operations Policy and Country Services- ha illustrato il tema della partecipazione alle gare con un focus sulle nuove regole di procurement della Banca, entrate in vigore dal 1° luglio 2016. I circa 100 partecipanti hanno espresso un alto indice di gradimento sui seminari svolti.

**Partecipazione allo European Procurement Forum, New York 3-4 aprile 2017, 14° Seminario annuale sul procurement organizzato dalle Nazioni Unite**, a cui hanno partecipato 14 Paesi europei e 60 aziende. L'Italia è stato il paese maggiormente rappresentato con 15 aziende. L'EUPF è una organizzazione no-profit creata dalle rappresentanze diplomatiche e dalle agenzie di promozione del commercio e degli investimenti dei Paesi membri dell'Unione Europea presenti a New York, con l'obiettivo di promuovere la partecipazione delle imprese europee ai 'Procurement' delle Nazioni Unite.

I settori focus delle giornate seminariali sono stati: Energy, Water and Sanitation, Construction, Transport and Logistics, Waste Management. L'evento è stato molto apprezzato dalle aziende italiane per le conoscenze acquisite e per i contatti sviluppati con gli specialisti delle varie agenzie delle NU.

**30° Forum UN/CEFACT, si è svolto Roma dal 2 al 6 ottobre 2017, presso la sede dell'ICE- Agenzia.**

L'UN/CEFACT, Centre for Trade Facilitation and Electronic Business, è il centro delle Nazioni Unite per la facilitazione delle transazioni nazionali ed internazionali, con l'obiettivo di rimuovere gli ostacoli esistenti sia nelle economie avanzate che in quelle in via di sviluppo. Obiettivo dell'evento è stato quello di sensibilizzare le istituzioni pubbliche e gli operatori privati sulla facilitazione e armonizzazione del commercio internazionale. Diverse le tematiche trattate nei tavoli di lavoro organizzati nel corso della settimana. Il Forum ha visto la partecipazione di 200 esperti provenienti da oltre 40 Paesi. L'organizzazione del Forum ha riscontrato un alto gradimento da parte degli ospiti.

## ATTIVITÀ COLLABORAZIONE INDUSTRIALE

Le iniziative di collaborazione industriale realizzate nel 2017 hanno avuto l'obiettivo comune di consolidare la presenza delle imprese italiane nei paesi ad economia fragile, post conflict ed emergenti attraverso l'approfondimento della conoscenza dei mercati, i settori prioritari di sviluppo e i principali progetti e opportunità di partenariato internazionale multilaterale e bilaterale da realizzare con potenziali partner italiani.

## INIZIATIVE REALIZZATE

**Country Presentation Tanzania** - Roma, 4 maggio 2017 - realizzata presso la nostra sede. Aperta dal Sottosegretario allo Sviluppo Economico, Ivan Scalfarotto e dal Vice Ministro degli Affari Esteri della Tanzania, accompagnato da una folta delegazione di alti rappresentanti di agenzie specializzate e operatori. Nella sessione plenaria, di apertura, sono state illustrate le opportunità di collaborazione industriale presenti in Tanzania con particolari focus sui settori: Manifatturiero, Infrastrutture e costruzioni, Turismo, Oil & Gas, Energia, Trasporti. Hanno preso parte all'evento 86 società italiane. Nel pomeriggio si sono svolti 160 incontri B2B.

**Missione imprenditoriale in Angola** - Luanda e Regioni di Benguela e Kwanza Sul, 11 - 21 giugno 2017, dedicata all'intera filiera della pesca e delle risorse marine. Hanno preso parte alla missione sei aziende italiane dei settori della nautica e delle attrezzature da pesca, conservazione e catena del freddo, tecnologie della trasformazione ittica, progettazione di impianti di acquacoltura, macchinari e attrezzature per l'estrazione e lavorazione del sale, commercializzazione di prodotti ittici. La prima parte della missione che si è svolta a Luanda è stata dedicata ad incontri istituzionali presso il Ministero della Pesca, enti collegati e ad incontri B2B con imprese locali. La missione è proseguita nelle Regioni di Benguela e Kwanga Sul-dove sono state visitate importanti aziende locali. Complessivamente sono stati effettuati 32 incontri.



Il **Forum Kosovo** ha avuto luogo presso la nostra sede Il **31 gennaio 2017** ed è stato dedicato alle opportunità per le imprese italiane interessate ad investire nell'area balcanica. Vi hanno preso parte 141 partecipanti tra aziende italiane ed istituzioni pubbliche e private ed aziende kosovare con l'obiettivo di presentare un quadro complessivo del clima del fare business, delle opportunità di investimento e relativi incontri G2B e B2B. Il programma del Forum era suddiviso in tre sezioni:

Una sessione plenaria con la rappresentanza politica e diplomatica kosovara ed italiana.

Una sessione tecnica dedicata alle potenzialità del Kosovo, al ruolo di ICE Agenzia e di KIESA, agenzia kosovara per la promozione dei rapporti economici e commerciali.

Una sessione specificamente dedicata agli incontri B2B tra aziende italiane e kosovare, nonché incontri G2B tra aziende italiane e quattro istituzioni kosovare presenti. Il totale degli incontri monitorati è risultato pari a 90, di cui 33 tra aziende italiane ed istituzioni kosovare.

**Il Business Forum Italia-Cina - Pechino, 22 febbraio 2017**, è stato organizzato in occasione della visita di stato del Presidente della Repubblica in Cina. Vi hanno preso parte il SS allo Sviluppo Economico Ivan Scalfarotto e la Vice Presidente di Confindustria, Licia Mattioli. Prima della sessione plenaria dei lavori, si è riunito il Consiglio Direttivo co-presieduto da Marco Tronchetti Provera e Tian Guoli (presidente di Bank of China). Successivamente si è svolta la sessione plenaria presso il Palazzo dell'Assemblea Nazionale del Popolo a Piazza Tienanmen e alla quale hanno preso parte oltre 270 imprenditori italiani e circa 160 cinesi. I lavori si sono successivamente sviluppati in quattro sessioni tematiche rispettivamente dedicate a "OBOR e la nuova Via della Seta", "Industria 4.0 incontra Made in China 2025", "La scienza a sostegno del business: la via italo-cinese" e "L'Ovest cinese: nuove opportunità di collaborazione Italia-Cina". A seguito della sessione plenaria, i membri del Consiglio Direttivo del BFIC hanno partecipato a una sessione di lavoro congiunta alla quale sono intervenuti il Presidente Mattarella e il Presidente Xi Jinping.

**La Country Presentation Myanmar** è stata organizzata da ICE e MAECI, presso la Farnesina, il **2 febbraio 2017** ed è stata dedicata alle opportunità di collaborazione e di investimento nell'Unione del Myanmar.

I lavori sono stati aperti dal Sottosegretario Benedetto Della Vedova, dal Sottosegretario allo Sviluppo Economico, Ivan Scalfarotto e dal Ministro del Commercio dell'Unione del Myanmar, Than Myint. A seguire si è svolta una sessione tecnica dedicata all'approfondimento delle opportunità di business nei settori delle infrastrutture, dell'energia e dei macchinari alla quale ha partecipato anche il Responsabile dell'ICE di Bangkok, Fabio De Cillis. Nel pomeriggio è stata organizzata una intensa sessione di incontri bilaterali tra le circa 200 imprese italiane presenti e le 40 aziende birmane venute per l'occasione. Il nostro Ufficio di Bangkok si è occupato dell'invito dei delegati istituzionali di alto livello

**Business Forum** in occasione del **Vertice dei Balcani Occidentali**, Trieste, **12 luglio 2017**

Il Processo dei Balcani Occidentali è stato avviato nel 2014 con l'obiettivo di favorire la stabilizzazione della regione e la sua progressiva integrazione europea. Partecipano Capi di Governo, Ministri degli Esteri e Ministri dello Sviluppo Economico dei sei Paesi dei Balcani Occidentali e di Austria, Croazia, Francia, Germania, Italia, Slovenia, Commissione UE. Per il 2017 la presidenza è stata italiana ed il Vertice è stato quindi organizzato a Trieste. In questo ambito, il nostro Ufficio ha organizzato un Business Forum, presso la Stazione Marittima e, contemporaneamente, l'incontro dei Ministri dello Sviluppo Economico presso l'Hotel Savoia. Il BF è stato strutturato in una parte plenaria, comprendente anche un tavolo sugli Strumenti Finanziari e in tre tavoli tematici paralleli: Energia e Ambiente, Infrastrutture, Innovazione. Al BF hanno preso parte 34 relatori ed è stato aperto dal Ministro degli Esteri, Angelino Alfano e dal Commissario Europeo, Johannes Hahn. Molto ampia è stata la partecipazione aziendale con 380 imprenditori italiani presenti, 157 rappresentanti di OO.II, Camere di Commercio, Ambasciate, IFI, Banche, ecc. e 110 operatori balcanici. Nel pomeriggio sono stati organizzati 719 incontri bilaterali tra 118 aziende italiane e 57 imprese balcaniche. Da rilevare che l'Unione Europea, la Banca Mondiale e la Banca Europea per gli Investimenti

hanno scelto la sede del BF per firma di importanti accordi ed incontri che hanno visto la presenza di cinque Primi Ministri. Parallelamente l'Ufficio ha organizzato la colazione di lavoro dei Ministri economici dei Paesi coinvolti nel Vertice.

**Beirut Energy Forum** - LIBANO, **18-20 settembre 2017** - ha costituito un importante appuntamento per le aziende italiane partecipanti, interessate alla collaborazione con aziende libanesi nel mercato locale e nell'area medio-orientale, dei paesi del Golfo e del continente africano, dove le aziende libanesi sono particolarmente attive. Sia durante le sessioni del Forum che durante gli incontri bilaterali organizzati dal nostro Ufficio di Beirut, le 8 aziende italiane partecipanti hanno avuto modo di incontrare importatori e distributori di prodotti e impianti dei settori delle energie rinnovabili, biocarburanti, biomassa, gestione del carbonio, geotermia nonché installatori, contractors, ingegneri operanti nei settori delle energie rinnovabili, dell'efficienza energetica e degli edifici verdi. I visitatori libanesi sono stati 73 e sono stati realizzati 132 incontri bilaterali.

**Business Forum Arabia Saudita**, si è svolto a Roma, presso la Farnesina, il **4 dicembre 2017** e il nostro Ufficio si è occupato dell'organizzazione della sessione pomeridiana di incontri bilaterali. I registrati al BF erano circa 300 (gestito da MAECI). Il nostro Ufficio ha organizzato 56 agende per altrettante aziende italiane per un totale di 285 incontri.

Abbiamo, inoltre, collaborato con il MISE, nell'organizzazione delle riunioni delle seguenti **Commissioni Miste**:

- ▼ Mongolia, Ulan Bator 5-6 aprile 2017
- ▼ India, Roma 11-12 maggio 2017
- ▼ Cina, 14 giugno 2017
- ▼ Vietnam, 10 ottobre 2017
- ▼ Arabia Saudita, Roma 4 dicembre 2017
- ▼ Sottocommissione economica Italia - Messico, Roma 16 ottobre 2017

**ITALY-GEORGIA BUSINESS FORUM**, 08 marzo 2017, che si è svolto a Roma presso la Farnesina in collaborazione con il MAECI. Hanno preso parte all'evento 273 partecipanti e sono stati organizzati 400 incontri B2B.

**V° incontro Gruppo di Lavoro italo russo**, 24 maggio 2017, per la cooperazione industriale e le alte tecnologie che si è svolto presso il MISE. Istituzioni e aziende italiane hanno incontrato la delegazione russa, guidata da Oleg Bocharov, Vice Ministro dell'industria e del commercio della Fed. Russa per un confronto sulle politiche industriali nazionali e le opportunità di collaborazione industriale bilaterale.

Dopo la prima edizione dei **Road Show di presentazione dei progetti di investimento russi**, tenutasi a novembre 2016 a Venezia, Modena, Torino e Bergamo, è stata organizzata, in collaborazione con Confindustria, una seconda edizione svoltasi nelle regioni del Sud Italia, nelle città di Catania, Napoli e Brindisi, rispettivamente il 22, 25 e 26 maggio. Al Roadshow hanno aderito i rappresentanti delle agenzie per gli investimenti russe delle regioni di Samara, Chelyabinsk, Sverdlovsk, Tatarstan, Stavropol, Tyumen. La delegazione russa era guidata da Egor Bronnikov, Vice Direttore del Dipartimento dei Paesi Europei del Ministero dello Sviluppo Economico della Federazione Russa.

**I° commissione intergovernativa Italia-Armenia** per la Cooperazione Economica e Armenia Business Forum che si sono svolti il 7 giugno presso il MAECI e ha visto un confronto sulle politiche industriali nazionali e le opportunità di collaborazione industriale bilaterale. ICE ha sottoscritto un MoU con l'ente omologo armeno DFA - DEVELOPMENT FOUNDATION OF ARMENIA.



Al Parco dei Principi Grand Hotel di Roma, in collaborazione con Shanghai Municipal Commission of Commerce, è stato organizzato il 14 giugno 2017 il **Forum sulla collaborazione economica ed il commercio italo-cinese**. L'evento, promosso dal Governo della Municipalità di Shanghai con il patrocinio del Ministero dello Sviluppo Economico, ha visto la presenza di numerose e qualificate imprese cinesi operanti in settori particolarmente importanti per le esportazioni italiane quali: moda, design, gioielli, tessile-abbigliamento, ma anche impiantistica, robotica, telecomunicazioni, e-commerce, sicurezza, anche informatica, infrastrutture portuali e parchi industriali. Hanno preso parte all'evento 125 aziende italiane.

Organizzazione dell'**Italy-Hungary Business Forum** che si è svolto a Milano il 12 ottobre 2017. È stata organizzata sessione plenaria nel corso della quale sono state presentate le opportunità di partenariato internazionale presenti in Ungheria. Hanno preso parte all'evento 108 partecipanti italiani, di cui 37 aziende.

Organizzazione della **XXVI Task-Force Italo Russa** che si è svolta a Ekaterinburg il 12/13 ottobre 2017, dove sono stati organizzati 250 incontri Bilaterali.

### **Progetti di Partenariato industriale in America Latina :**

**Costa Rica** - Il Progetto di Partenariato industriale si articola in due parti:

Settore agroalimentare: ICE-Agenzia ha collaborato nella realizzazione del Congresso Nazionale del Cacao organizzato dal Ministero dell'Agricoltura costaricense (San José, 4-6 luglio 2017) invitando in qualità di relatori l'Avv. Achille Bianchi - esperto in certificazioni di qualità per l'esportazione - Federico Anzellotti Presidente della Confederazione Nazionale Pasticceri Italiani (CONPAIT) che hanno rispettivamente illustrato il tema della denominazione di origine e presentato esempi di tecnologia italiana d'eccellenza utilizzata per la lavorazione/trasformazione del cacao.

Il Presidente di Conpait ha inoltre predisposto un '*laboratorio in diretta*' dove ha realizzato alcuni dei prodotti della nostra prestigiosa tradizione dolciaria utilizzando il cacao '*fino di aroma*' costaricense.

All'evento erano presenti circa 120 persone rappresentative della filiera 'bean to bar' del settore cacaotero locale.

Affidamento incarico per la realizzazione di uno **Studio di fattibilità** per l'avvio della procedura di Registrazione di una Denominazione di Origine del cacao 'fino di aroma' del distretto di Talamanca/Limon in Costa Rica

Settore meccanizzazione agricola:

Accordo di collaborazione tra ICE-Agenzia ed il Consiglio per la Ricerca in Agricoltura e l'analisi dell'Economia Agraria (CREA IT) attraverso il quale promuovere un intervento di meccanizzazione agricola in Costa Rica per l'adattamento di macchine agricole utilizzate per la raccolta di colture fibrose al fine di contribuire alla risoluzione della problematica della '*mosca dell'establo*' che genera ingenti danni sia al comparto produttivo dell'ananas sia agli allevamenti di bestiame limitrofi.

Nel 2° sem. 2017 CREA-IT ha realizzato due missioni tecniche: identificazione, analisi dei siti agricoli locali e prove di raccolta. L'attività proseguirà nel corso del 2018-2019.

### **Perù - Progetto di Partenariato Tecnologico**

**Seminari tematici:** durante la fiera "Expoalimentaria" (Lima, 27-29 settembre 2017) si sono svolti due seminari tematici: "*IV International Convention of Markets & Trends*" e la "*V Food packaging Convention*".

ICE-Agenzia ha invitato in qualità di relatori:

- dr. Piraccini - Presidente di MACFRUT- che ha illustrato le opportunità commerciali del settore ortofrutticolo e le tendenze di mercato/consumo dei mercati internazionali; al seminario hanno partecipato circa 400 persone.

- dr. Sachet - Direttore dell'Istituto Italiano di Imballaggio - che in termini di "packaging per alimenti" ha trattato alcuni dei temi ad esso correlati: esportazione prodotto, legislazione europea, rispetto ambientale, design e tendenze, etc.; la Convention ha visto la presenza di circa 150 persone.

## Attività PES/ 2017

Nell'ambito del Piano Export Sud, nel corso del 2017, l'Ufficio Partenariato Industriale e Rapporti con gli OO.II. ha portato a conclusione l'attività prevista dal terzo programma operativo (III annualità PES1), una missione di operatori del settore delle infrastrutture ed edilizia con particolare riferimento alle tecnologie di efficienza energetica, Algeri, 16-17 gennaio 2017.

La missione ad Algeri si è svolta in tre principali momenti: workshop/presentazioni aziendali, incontri B2B e visite. Al workshop hanno partecipato circa 100 operatori algerini (80 operatori commerciali e industriali e 20 architetti e studi di consulenza). Di questi, circa 70 hanno partecipato agli incontri B2B, facendo registrare un totale di 94 incontri. Per quanto concerne le visite, gli operatori italiani sono stati accompagnati presso siti produttivi e aziende locali dei settori target dell'iniziativa. In particolare, le aziende italiane partecipanti hanno potuto visitare in due gruppi separati l'UDES - Unité de Développement des Equipements Solaires, centro di ricerca pubblico nel settore delle energie rinnovabili e dell'efficienza energetica, nonché lo studio di architettura La Coupole, impegnato nel processo di modernizzazione e ricostruzione del Paese. Ulteriori visite individuali e incontri B2B sono stati effettuati nel corso della giornata presso le seguenti realtà produttive del Paese: International Sun; Eurl Ayadi; B.K. L. Industrie; AMEDIC; ECFERAL; GRGT; Pyro Sécurité Incendies; PROCLIM Sarl; La Foire de l'hôtellerie Sarl; Zirakam Services Bureau d'études 'Dar El-Handasah'; Sarl K.OM Algérie; KAHRA NOUR Eurl; ACTEG Sarl.

Per quanto riguarda gli operatori italiani, hanno partecipato 11 aziende di cui:

1 dalla Sicilia; 6 dalla Puglia; 4 dalla Campania.

3 del settore energia e ambiente; 8 del settore dell'edilizia e infrastrutture.

**MARKETING, SERVIZI ALLE IMPRESE  
E FORMAZIONE**

## MARKETING

### 1. Azioni a supporto della partecipazione a Gare internazionali e progetti UE.

L'attività si è svolta attraverso il Desk dedicato presso ICE Bruxelles e il supporto del nucleo operativo presso l'Ufficio di Coordinamento Marketing.

Tale attività si è concretizzata nelle seguenti linee di azione:

- ▼ Scouting per l'individuazione di specifiche gare a cui l'Agenzia possa partecipare con successo;
- ▼ Networking: costruzione di alleanze strategiche tese alla costituzione dei partenariati transnazionali - funzionali alla partecipazione ai bandi.
- ▼ Progettazione: redazione e/o revisione delle offerte per la partecipazione alle gare individuate e monitoraggio degli sviluppi dell'iter della gara
- ▼ Lobbying: compatibilmente con le procedure di gestione delle singole calls UE, approfondimento della stessa proposta progettuale e confronto con i funzionari UE incaricati del dossier. Tale attività è svolta anche nel rapporto con le Direzioni Generali e le Agenzie comunitarie competenti in materia di internazionalizzazione per esplorare possibili sinergie ed azioni congiunte.

Nel 2017 sono state proposte 14 gare, 4 delle quali effettivamente partecipate in consorzio dall'ICE Agenzia. E' stata vinta una gara per AT in Ghana, le cui attività progettuali partiranno nel corso del 2018.

Sempre nel 2017 è continuata la gestione delle 2 gare vinte (una nel 2014 e una nel 2015), che hanno portato nel corso dell'anno ad una fatturazione attiva di circa 400.000,00 €, per un corrispettivo al netto dei costi esterni di circa 200.000,00 €

### 2. Desk Anticontraffazione e Assistenza per gli Ostacoli al Commercio

I Desk Anticontraffazione e Assistenza per gli Ostacoli al Commercio - istituiti presso gli Uffici di Istanbul, Mosca, New York e Pechino a seguito della Convenzione intercorsa fra il Ministero dello Sviluppo Economico e l'ICE-Agenzia - sono operativi dal maggio del 2014.

Anche nel corso del 2017, le attività di monitoraggio e di assistenza sono state affidate a specifiche professionalità, ossia ad esperti selezionati che operano approntando un contributo qualificato della conoscenza del mercato locale. Le funzioni svolte dai Desk nei confronti delle aziende operanti nei suddetti mercati esteri, o intenzionate a muoversi al loro interno per la prima volta, riguardano attività di informazione, orientamento, assistenza, consulenza in merito alle due tematiche della Proprietà Intellettuale e delle difficoltà connesse all'accesso al mercato. Nel corso dell'anno è stato fornito supporto a circa 600 entità, fra imprese, associazioni di categoria, istituzioni pubbliche e private.

Nel mese di marzo, gli esperti legali hanno preso parte alla Biat - Borsa dell'Innovazione e dell'Alta Tecnologia tenutasi a Catania. In tale occasione hanno avuto la possibilità di confrontarsi con imprenditori interessati ai mercati esteri dando informazioni, nello specifico, sul tema della contraffazione e della proprietà intellettuale.

Il sostanziale esaurimento dei fondi previsti dalla Convenzione e la disponibilità di economie registrate a conclusione del Progetto di "Formazione Tem", ha consentito di avvalersi di tali risorse per finanziare il progetto dal 1° settembre al 31 dicembre 2017, garantendo la prosecuzione del medesimo ed il mantenimento dello standard qualitativo sempre garantito.

### 3. Promozione linee guida OCSE

La commessa "Promozione Linee guida OCSE" ha avuto la finalità di sensibilizzare le aziende destinatarie sull'opportunità di mettere in pratica i contenuti delle stesse Linee Guida nella realizzazione della propria attività.

L'iniziativa è stata realizzata con una presentazione sul territorio alle aziende di riferimento dei contenuti della disciplina in oggetto; gli eventi principali (Milano, Bologna, Roma e Salerno) hanno visto la

collaborazione con i relativi enti territoriali e associativi (Associazioni di Categoria, Confcooperative, Confindustria e CCIAA locale). In ogni tappa oltre a presentare in generale i principi delle LG OCSE, è stato presentato un focus tematico di interesse specifico per le aziende del territorio di volta in volta coinvolto (Nord - Centro - Sud).

Il ciclo di incontri è stato ampiamente pubblicizzato con azioni sui media nazionali.

### SERVIZI ALLE IMPRESE

#### Roadshow "Italia per le Imprese"

Con la prosecuzione anche nel 2017 del progetto Roadshow "Italia per le Imprese", avviato nel 2014, si è continuata l'opera di informazione presso le imprese circa gli strumenti pubblici messi a loro disposizione dalle organizzazioni competenti per il supporto all'internazionalizzazione e di definizione di piani individuali di accompagnamento nei mercati esteri.

Il progetto - la cui attuazione è affidata all'ICE - vede impegnati insieme i soggetti pubblici e privati della Cabina di Regia per l'Italia Internazionale e si sostanzia in un programma itinerante, su tutto il territorio nazionale, di seminari tecnici e di incontri con le imprese.

Nel quadriennio 2014-2017 il Roadshow ha toccato 53 città in 19 Regioni ed ha interessato oltre 7.600 aziende. Gli incontri complessivamente organizzati tra imprese e partner del progetto sono stati più di 12.000, di cui quasi 2.000 con ICE.

Nel 2017 sono state organizzate 10 tappe, alle quali hanno partecipato 1.146 imprese, con una media di 115 aziende a tappa. Sono stati organizzati 1.757 incontri con tutti i partner, di cui 340 con ICE, che effettua check-up aziendali volti a definire veri e propri piani di formazione e assistenza personalizzati.

La predisposizione di un piano d'azione personalizzato persegue l'obiettivo di accompagnare l'impresa nel processo d'internazionalizzazione proponendo servizi mirati al suo stadio di sviluppo. A titolo incentivante, alle aziende partecipanti al Roadshow che incontrano i funzionari ICE, viene proposta - a seconda dello stadio di sviluppo aziendale - l'erogazione a titolo gratuito di un servizio di formazione (Export Now) o di ricerca partner in un mercato estero, attraverso la rete degli Uffici ICE.

I risultati di tale attività di marketing sono evidenti: il 94% delle aziende che si sono sedute ai tavoli ICE nel corso del 2017, ha continuato la relazione usufruendo di servizi dedicati all'internazionalizzazione, di formazione o di ricerca di un partner estero. Nello specifico, delle 340 imprese che hanno avuto un incontro con ICE durante il Roadshow 2017, 187 hanno beneficiato del servizio di formazione e 133 del servizio di ricerca partner.

Interpretando le esigenze delle imprese, nel corso degli anni il progetto Roadshow è stato continuamente aggiornato, sviluppando sempre più l'approccio consulenziale. Alla classica azione informativa, rivolta a tutte le imprese, svolta sia durante la sessione seminariale che negli incontri ai tavoli ICE di assistenza/consulenza e formazione, ne sono state affiancate altre pensate per specifici target.

In collaborazione con SACE e Simest, è stata sviluppata un'azione mirata alle imprese con un alto potenziale di crescita nei mercati internazionali, attraverso il confronto delle rispettive basi di dati e individuando le imprese da invitare a un incontro dedicato sulla base di parametri prestabiliti, come ad esempio fatturato e numero di addetti e con l'obiettivo di presentare prodotti specifici.

Parimenti, è stato previsto uno specifico desk per le imprese interessate a progetti di E-commerce, per la presentazione degli strumenti promozionali e formativi ICE dedicati all'export attraverso i canali digitali. Attività progettate per le piccole e medie imprese italiane allo scopo di presidiare un canale in forte crescita che registra incrementi di fatturato a doppia cifra ogni anno e che offre importanti opportunità commerciali soprattutto nei mercati europei, cinese e nordamericano.

Altro desk attivato nel corso degli anni di Roadshow, quello attivato per le "Start-up innovative", in favore delle quali l'ICE realizza iniziative promozionali dedicate e incentivate.

Inoltre, nelle tappe di Roadshow realizzate nel Mezzogiorno d'Italia, l'ICE incontra le imprese presentando un apposito programma, il Piano Export Sud, finanziato con 50 milioni di Euro di fondi UE, che prevede un ciclo di interventi formativi, di coaching e di attività promozionali, della durata di quattro anni, dedicate

espressamente alle imprese del Mezzogiorno, col duplice obiettivo di trasformare le aziende potenzialmente esportatrici in esportatori abituali e di incrementare la quota di esportazione ascrivibile alle regioni del Mezzogiorno.

Il gradimento presso le aziende del progetto Roadshow è avvalorato dai dati di customer satisfaction rilevati in maniera diretta con tutti i partecipanti al termine di ciascuno dei due moduli operativi (sessione seminariale e incontri con le imprese), oltre che a un'analisi di customer effettuata "a freddo" da società esterna indipendente per misurare la soddisfazione dei clienti verso il servizio "ricerca partner esteri".

L'efficacia del Roadshow è comprovata anche dal suo impatto in termini di comunicazione: nel solo 2017 sono stati raccolti oltre 800 tra articoli, interviste radio, servizi tv, approfondimenti e redazionali, mentre la copertura mediatica nel quadriennio è di oltre 3.700 uscite stampa.

Il successo del progetto ha indotto il MISE, il MAECI e la Cabina di Regia per l'internazionalizzazione a proseguirlo anche nel 2018, con la programmazione di complessive 8 tappe, ripartite tra nord, centro, sud e isole ed incentrate principalmente sugli incontri con le aziende, prevedendo una sessione seminariale mirata alla presentazione degli strumenti tecnici delle agenzie ICE, SACE e Simest. La fase seminariale si completa con le illustrazioni dei ministeri, del partner territoriale e con una sintesi dello scenario economico internazionale.

## Alleanze

Il funzionigramma prevede il coinvolgimento di diversi uffici della Sede nella gestione delle alleanze. In particolare, l'ufficio Servizi alle Imprese gestisce le alleanze con partner italiani ed esteri volte ad incrementare il portafoglio clienti dell'ICE-Agenzia e/o il fatturato derivante dall'erogazione di servizi di assistenza. Da tale attività, sono scaturiti numerosi accordi con Enti di Stato, Enti Fiera, Istituti di credito, Associazioni imprenditoriali, etc.

## Portale Italtrade

### Mantenimento sviluppo e promozione del portale internazionale

Nel 2017 è proseguita l'attività di mantenimento, sviluppo e promozione di [www.italtrade.com](http://www.italtrade.com), portale di riferimento per le aziende italiane per promuovere la propria attività sul web e per gli operatori stranieri, interessati al Made in Italy, interessati a controparti italiane. Nel 2017 i visitatori stranieri del portale sono stati 492.600 con circa 2,7 milioni di pagine visitate.

La creazione di vetrine virtuali nella Business Directory da parte di imprese italiane attivava un flusso di richieste di contatto da parte di imprenditori internazionali, i quali potevano segnalare a loro volta le proprie proposte di business, attraverso il servizio su Italtrade. Questi annunci sono stati pubblicati sul sito italiano, a favore delle aziende italiane.

#### Sviluppi effettuati sul portale nel 2017

Pubblicazione degli eventi promozionali, con il servizio interattivo Eventi in Agenda, già presente sul sito ICE, opportunamente tradotto, che presenta automaticamente sulla Home Page tutte le iniziative a cui partecipa ICE, con la possibilità di consultazione per settore, paese, data, contatti, ecc. e con l'ausilio di un calendario aggiornato dinamicamente dal sistema.

Lo strumento ha consentito una maggior diffusione delle informazioni sulle iniziative, con il vantaggio di una comunicazione più efficace verso gli interlocutori stranieri e di un aggiornamento dinamico e automatico tramite il sistema Intranet-Agenda Promozione Internazionale.

#### Aggiornamento del portale, contenuti e webmastering

Le rubriche Focus on, Business Events, Show Room, Spotlight e International Press Room sono state periodicamente aggiornate con informazioni sul "Made in Italy" di interesse per gli operatori stranieri.

L'utilizzo dell'applicativo di "Alimentazione da remoto" ha consentito al team della sede e agli Uffici della rete di aggiornare autonomamente le principali sezioni del sito riducendo al minimo il ricorso al webmastering della società rlt SpA per gli aggiornamenti.



### La Made in Italy Business Directory (MIBD)

La banca dati di Italtrade (The Made in Italy Business Directory - MIBD) ha raggiunto 57.456 nominativi di imprese italiane, di cui 7.842 con vetrina virtuale per l'esposizione dei propri prodotti; gli operatori stranieri possono contattare direttamente le imprese italiane tramite la funzione di Contact us.

### Promozione del portale

L'attività di promozione del portale è stata effettuata con modalità di contenimento dei costi:

- ▼ pubblicizzazione nelle comunicazioni rivolte alle imprese quali circolari informative, newsletter e promozione di eventi.
- ▼ diffusione tramite la pubblicazione del link su siti di partner dell'ICE.

### Formazione dei funzionari responsabili di Uffici esteri

È stata garantita la formazione dei colleghi che partono per le sedi estere sugli obiettivi, sul funzionamento, sull'alimentazione e aggiornamento del portale, nello spirito di collaborazione di tutta la rete al mantenimento e miglioramento dello stesso.

### Evoluzione del portale

Il portale è stato chiuso a dicembre 2017, sostituito dalla versione inglese del nuovo sito ice.

Sul nuovo sito, versione inglese, sono in linea i seguenti servizi per gli operatori esteri:

- ▼ Find your Italian supplier (vetrine di imprese italiane)
- ▼ Business opportunities (annunci e opportunità di business da imprese italiane)
- ▼ Send us your business proposal ((annunci e opportunità di business verso imprese italiane)
- ▼ Events worldwide (eventi promozionali ICE pubblicati in Agenda)

## Relazioni con le TPO

### **Progetto valorizzazione TPO**

ETPO (*European Trade Promotion Organisations*) è un forum di discussione che raggruppa le Organizzazioni Europee di Promozione Commerciale, nato nel 1958 (anno di svolgimento del primo incontro informale tra 10 TPO europee). ETPO ha l'obiettivo di condividere opinioni, esperienze, migliori pratiche e interessi comuni, in materia di promozione dell'internazionalizzazione delle aziende.

Il campo di interesse e di discussione è peraltro in continua evoluzione ed è esteso agli investimenti, ai servizi, al turismo, alla promozione dell'innovazione.

Al presente fanno parte di ETPO tutti i Paesi dell'Unione europea, cui si aggiungono la Norvegia, la Svizzera, la Turchia, l'Islanda e la Russia, con la partecipazione della Commissione europea e dell'ITC di Ginevra.

L'adesione dell'ICE all'ETPO risale agli anni '80.

ETPO, sebbene dotato di uno strumento di comunicazione on-line: [www.europe-tpo.com](http://www.europe-tpo.com), non ha una struttura fissa, né un segretariato: i momenti di incontro sono innanzitutto le Conferenze Generali (General Meeting), che riuniscono i vertici delle Agenzie di promozione commerciale dei Paesi aderenti a ETPO. Il General Meeting ha luogo una volta all'anno ed è ospitata e organizzata a turno, su base volontaristica, da uno degli organismi partner.

Durante l'anno, inoltre, si svolgono uno o più incontri di gruppi di lavoro tematici, come l'ETPO WGIP (*Working Group of Information Professionals*), dedicato alle tematiche di diffusione delle informazioni alle aziende e all'erogazione di servizi tramite le nuove tecnologie informatiche.

---

### Conferenza Generale (General Meeting)

Nel 2017 il General Meeting (GM) annuale si è svolto a Varsavia, il 19 e 20 ottobre, co-organizzato dalla PARP - Polish Agency for Enterprise Development e dalla neo-costituita Polish Investment & Trade Agency.

Giunto alla 58<sup>a</sup> edizione, al GM hanno partecipato 32 delegati di 22 paesi (assente la britannica UKTI)

con la presenza di CEO di Germania, Spagna, Austria e direttori di dipartimento e dirigenti delle Trade Promotion Organization Europee (ETPO). Per ICE era presente all'incontro il Dr. Francesco Alfonsi, Dirigente dell'Ufficio Servizi alle Imprese.

L'ITC di Ginevra aveva proposto la candidatura di ICE alla Presidenza WGIP, che è stata rifiutata.

I temi trattati hanno riguardato:

Le sinergie di EEN - Enterprise Europe Network (*sistema camerale Europeo*) con ETPO. Il Network rappresenta il più importante supporto al mondo per le Piccole e Medie Imprese con ambizioni internazionali, con 65 Paesi, 605 location e 3000 esperti locali; creata nel 2008 dalla Direzione Generale "Crescita" della Commissione Europea, essa rappresenta uno strumento chiave nella strategia dell'UE per favorire crescita e lavoro ed è co-finanziata da COSME, il programma UE per la competitività delle piccole e medie imprese.

L'evoluzione di ETPO nel corso degli anni, rimarcando alcuni dati rilevanti. L'ETPO è stata istituita con le finalità di condividere le migliori pratiche (benchmarking), costruire sinergie, tenersi aggiornati sui più recenti trend, discutere sfide e opportunità comuni nell'ambito dell'informazione e dei servizi di supporto (comunicazione), il tutto con la finalità ultima di supportare la clientela delle TPO nel loro sforzo per l'internazionalizzazione.

Nel corso dell'incontro, è stata avanzata la proposta di costituire una ONG formata dalle TPO, al fine di creare un soggetto ufficiale che possa comunicare e confrontarsi con la Direzione Generale Grow della Commissione Europea. La premessa risiede nel fatto che la Commissione Europea, ad oggi, non considera la ETPO (*ora solo gruppo informale*) come soggetto cui relazionarsi per attività promozionali finanziate dalla Commissione. La D.G. Grow, infatti, intrattiene - e finanzia - solo il sistema camerale Europeo (EEN) in tutti i Paesi Membri. E' evidente l'opportunità per le TPO di poter intercettare il flusso finanziario - ottimizzandolo - che attualmente vede come destinatario l'EEN ed un insieme di soggetti intermediari. La valenza della ONG si estenderebbe alla possibilità di entrare nel processo di programmazione, che vede ora escluse le TPO, evitando ridondanze ed incongruenze con i piani nazionali.

Lo scopo è assicurare che la Commissione Europea non designi nuovi programmi di internazionalizzazione di piccole e medie imprese che possano:

- ▼ Sovrapporsi con il lavoro delle TPO
- ▼ Competere con le attività delle TPO

Nell'ottica della potenziale nascita di questo nuovo soggetto, occorrerebbe intanto approfondire le relazioni fra le varie TPO per condividere risorse ed abilità con i fondi Europei (es: *"migliori pratiche", stand dell'Unione Europea nelle Fiere del commercio in alcuni mercati, condividere informazioni sui mercati su terzi mercati, creare nuovi gruppi di lavoro sotto ETPO che dialoghino con la Commissione Europea, discutere di una potenziale fusione con il CDL - Comité de Liaison*).

La costituenda ONG avrebbe sede a Bruxelles, in quanto altre organizzazioni non-profit sono localizzate in Belgio (svolgendo attività di lobbying la sede più opportuna infatti è proprio la vicinanza al centro del potere decisionale).

Prossima riunione General Meeting ETPO: Berlino, 10-12.10.2018 (organizzata da GTAI).

-----  
 Nell'ambito del progetto ETPO, l'Ufficio partecipa regolarmente alle riunioni del gruppo di lavoro dedicato all'informazione e ai servizi alle imprese (**WGIP**). Nel corso del 2017 l'ICE ha partecipato alle riunioni di Madrid (27-28 aprile 2017) e di Malta (28-29 settembre 2017).

Al WGIP di Madrid hanno partecipato 32 delegati di 22 Paesi per 24 TPO. L'organizzazione della sessione è stata curata da ICEX, TPO locale ospitante. L'ICE ha partecipato all'incontro attraverso l'Ufficio di Madrid. In particolare, nel corso dell'incontro di Madrid sono stati affrontati temi quali digitalizzazione, nuove aree di business e gli strumenti che derivano dalla trasformazione digitale, impatto della digitalizzazione sui prodotti tradizionali, effetti della comunicazione interna sulla trasformazione digitale, digitalizzazione dei processi di business.

Al WGIP di Malta hanno partecipato 31 delegati da 20 paesi e 22 TPO. L'organizzazione è stata curata da TradeMalta, TPO ospitante. L'ICE ha partecipato con un funzionario dell'Ufficio Servizi alle Imprese. Sono stati affrontati temi quali Social media e loro impatto sulle TPO, TPO verso i modelli "il cliente prima di tutto", evoluzione delle TPO: propositi, servizi e tecnologia, proposte per un nuovo sito ETPO, (sito attuale obsoleto, non costantemente aggiornato, non responsive a livello tecnologico con gli archivi appoggiati sull'applicazione Ning ormai superata, non di facile utilizzo e con limitate capacità di stoccaggio e caricamento contenuti), elezione di un nuovo Presidente 2018-2019.

## FORMAZIONE

Nel 2017 le iniziative formative hanno registrato oltre 2.300 partecipanti. Rispetto al 2016, si è riscontrata una flessione dovuta alla mancata implementazione di tutte le azioni previste nel Programma Promozionale 2017, il cui ritardato avvio a fine anno ha comportato l'impatto di tale attività all'anno seguente.

In linea con le indicazioni della Cabina di regia, è stata ampliata la offerta di servizi tenendo conto dei sempre più diversificati fabbisogni formativi delle imprese coinvolte, generando una ampia gamma di corsi di breve durata, contraddistinta da un alto tasso di innovazione. Particolare enfasi è stata data a nuove iniziative sulle tematiche legate alla digitalizzazione delle imprese per recuperare il gap della piccola e media impresa nelle competenze relative all'utilizzo dei nuovi strumenti digital nell'export.

La customer satisfaction rilevata a caldo, attraverso le schede di valutazione consegnate al termine di ogni attività formativa, ha registrato un gradimento del 4,61 su 5,00.

Le iniziative hanno coinvolto *imprese, operatori esteri e giovani laureati*. I servizi formativi rivolti alle imprese rappresentano circa l'80% delle attività e coinvolgono tre target d'impresa: aziende da internazionalizzare, aziende da stabilizzare sui mercati esteri, aziende già internazionalizzate alla ricerca di nuovi mercati.

## IMPRESE

### Iniziative innovative

Si evidenziano, tra gli interventi innovativi del 2017, approfondimenti settoriali destinati alle piccole e medie imprese di: gioielleria, agroalimentare, moda, arredamento, infrastrutture.

Il progetto *Jewellery Export Lab* è stato il primo progetto nel suo genere ad essere realizzato in collaborazione con l'Associazione di categoria di riferimento Federorafai. L'intervento era mirato a sostegno delle imprese orafo/argentiere italiane, attraverso un percorso formativo completo: audit, didattica e assistenza personalizzata. Sono state realizzate 4 edizioni nei 4 distretti: Valenza, Vicenza, Arezzo e Marcianise.

Per il settore agroalimentare, è stato realizzato un focus speciale, in collaborazione con le istituzioni e associazioni del Gruppo di Lavoro MPMI, sulle norme introdotte dal *Food Safety Modernization Act* (FSMA), che prevedono nuovi obblighi per le imprese operanti negli Stati Uniti e rafforzano i controlli sugli alimenti da parte della Food and Drug Administration. La conoscenza di queste innovazioni si è rivelata fondamentale per non perdere importanti occasioni di business nel mercato statunitense. Grazie anche al coinvolgimento diretto di Sharon Lindan Mayl, senior advisor for policy della FDA, intervenuta in collegamento da Washington, le imprese partecipanti hanno avuto la possibilità di conoscere gli aspetti principali della nuova normativa, ottenere informazioni pratiche sulle nuove procedure e sui requisiti richiesti, sottoporre domande in fase di iscrizione e ottenere risposte da parte dei relatori nel corso del seminario.

Il progetto *Living-missione operatori russi in Italia*, in collaborazione con Confartigianato, è stato pensato per supportare le imprese artigiane a cogliere le opportunità offerte dalla Digital Economy. Attraverso sei giornate di lezione, le aziende partecipanti, provenienti dal settore dell'arredo, hanno potuto implementare le loro conoscenze in materia di marketing digitale, con approfondimenti dall'e-commerce fino all'utilizzo dei social media. Il corso è stato propedeutico all'incoming di selezionati operatori russi operanti nel settore arredo.

Si è concluso nel 2017 il *programma di formazione specialistico per il rafforzamento delle capacità di internazionalizzazione delle imprese cooperative*, in collaborazione con l'Alleanza delle Cooperative

Italiane. La fase didattica è stata incentrata su tematiche strategiche, per la prima volta con incroci mercati/settori. A completamento degli interventi formativi, come ulteriore elemento innovativo, sono stati realizzati due study tour in Svezia (settore agroalimentare e vini) e in Qatar (settore grandi lavori, grandi costruzioni, public utilities, servizi) consistenti in visite ed incontri collettivi di aggiornamento sulle caratteristiche, funzionamento e modalità di accesso ai mercati, come attività di affiancamento/follow-up.

Nel programma 2017, particolare enfasi è stata data ad interventi focalizzati sul **digital marketing**, rapportando le iniziative avviate nel 2016 con le esigenze manifestate dalle aziende. Si sono realizzati interventi formativi dedicati alle tematiche dell'export nel canale digitale (web marketing, e-commerce e Digital Strategy) per recuperare il digital skill gap nell'export e sono stati introdotti in tutti gli interventi formativi moduli o focus su tali tematiche.

I nuovi progetti sono stati dedicati a target imprenditoriali diversi, tenendo conto sia delle esigenze della piccola e piccolissima impresa, sia di quelle medio grandi. Questi progetti, di breve, media e lunga durata, sono stati gestiti in collaborazione con associazioni industriali, associazioni artigiane, banche, business school di importanti università al nord e centro sud. Nello specifico si evidenziano i seguenti interventi.

E' stata avviata, con un primo evento a dicembre 2017, la realizzazione di "Seminari in e-commerce e internazionalizzazione: la sfida dell'export digitale" rivolto a micro, piccole e medie imprese (MPMI), aziende cooperative, consorzi e reti di impresa che intendono consolidare la loro presenza sui mercati esteri attraverso una corretta impostazione delle strategie di business digitale e visibilità del brand così da poter affrontare in modo efficace le nuove sfide imposte dal web. Tale progetto, che proseguirà nel 2018, è organizzato in collaborazione con gli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano.

*Fashion Digital rEvolution* è un nuovo percorso formativo progettato da ICE-Agenzia in collaborazione con CNA Federmoda, per potenziare e offrire nuove opportunità di business alle aziende del settore fashion (abbigliamento, pelletteria, calzaturiero) attraverso il nuovo strumento della comunicazione e del marketing digitale. Per la prima volta il tema del digitale è stato rivolto ad imprese di piccola dimensione.

*DIGITAL 4 Export* è un progetto nato dalla sinergia fra ICE-Agenzia, Confindustria Piccola Industria e Intesa San Paolo ideato con l'intento di orientare le imprese nelle scelte strategiche dell'internazionalizzazione attraverso una formazione focalizzata sugli strumenti digitali, applicati ai processi aziendali transnazionali. L'obiettivo è stato proprio quello di fornire gli strumenti necessari per sviluppare le proprie conoscenze e competenze tecnico-manageriali per accrescere il proprio business e la propria competitività sui mercati esteri, attraverso la formazione dei nuovi strumenti digitali, in accordo con Industria 4.0, il piano nazionale varato dal Governo.

Da luglio 2017, in collaborazione con Confcooperative, sono stati resi fruibili per la prima volta *corsi totalmente online* su marketing e tecniche per il commercio con l'estero, resi disponibili sul sito istituzionale e su youtube. Si tratta di una assoluta novità per il mercato: tale prodotto è stato pensato per rendere fruibili i contenuti secondo le modalità del web con video brevi di 3/4 minuti su 15 tematiche attinenti ai processi di internazionalizzazione, con relativi materiali di approfondimento da scaricare, previa registrazione. Tale corso *Export Tips - L'Export in pillole* ha avuto un considerevole numero di visualizzazioni raggiungendo l'obiettivo di avvicinare utenti non ancora coinvolti nei processi di esportazioni a tale tematiche.

### **Iniziative consolidate**

Tra i progetti iniziati nel 2016, alcuni hanno trovato un complemento nel 2017. In particolare: Fast Export, Export Academy e iniziative del Piano Sud.

Nel 2017 si sono conclusi il progetto biennale Fast Export ed il percorso Export Academy. Fast Export, nato da un accordo di collaborazione tra ICE Agenzia, Confindustria e Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, ha visto la realizzazione di 17 incontri formativi sulle certificazioni doganali per l'export AEO (Operatore Economico Specializzato) ed EA (Esportatore autorizzato) su tutto il territorio nazionale

Il Percorso Export Academy, riservato a imprenditori, export manager e dipendenti delle PMI manifatturiere, ha riguardato incontri specialistici di alta formazione con approfondimenti settoriali o tematici, con l'obiettivo di fornire le competenze indispensabili allo sviluppo dei processi di internazionalizzazione e attuazione delle strategie di sviluppo sui mercati esteri.

Anche nel 2017 sono proseguite le attività di follow-up al Roadshow per l'internazionalizzazione delle

imprese. L'obiettivo condiviso del progetto Export Now! è avvicinare e orientare il maggior numero di aziende al mondo dell'export, valutando e procedendo di volta in volta alla contestualizzazione e analisi dell'azienda riorientando laddove possibile anche la produzione. Export Now è un percorso formativo strutturato da un seminario di marketing internazionale e di orientamento ai mercati esteri con un successivo affiancamento personalizzato della durata di 15 ore totali, per un numero massimo di 18 aziende per tappa.

Infine, tra le attività rivolte alle imprese, a seguito dell'introduzione del catalogo dei servizi, maggiore impegno è stato rivolto alle attività privatistiche a pagamento, progettate e realizzate su misura per i grandi clienti. Tale attività è rivolta in particolare a Ministeri, Regioni, Associazioni e Business Schools. La Regione Autonoma Sardegna ha rinnovato la sottoscrizione di una convenzione operativa che prevede la realizzazione di numerosi interventi di formazione e assistenza personalizzata a beneficio delle imprese del territorio. Nello specifico sono stati realizzati numerosi seminari di orientamento ai mercati, interventi sulla proprietà intellettuale, corsi di accompagnamento di imprese e corsi brevi relativi alla pratica dell'export. Anche il programma di formazione specialistico a favore delle imprese cooperative, precedentemente citata, rientra in questa tipologia di attività.

Nel 2017 si sono concluse le attività previste dalla prima edizione del Piano Export Sud. In particolare, per la linea A.1, è stata realizzata la terza e ultima fase di Export Lab relativa al coaching. Si tratta di un percorso formativo destinato alle PMI manifatturiere, commerciali e di servizi, consorzi, reti di impresa delle quattro Regioni Convergenza. Il progetto è stato strutturato in tre distinte fasi: formazione in aula, affiancamento personalizzato e incubazione all'estero. La linea d'intervento A.2 ha concluso con la realizzazione delle attività di affiancamento personalizzata alle aziende campane che avevano partecipato al Corso sulla gestione della Proprietà Intellettuale nel 2016. Infine, nell'ambito della linea d'intervento A.3, è stato realizzato un ciclo di 5 Seminari tecnico-formativi e di orientamento ai mercati internazionali per la Regione Puglia, con incontri di orientamento e assistenza personalizzata attraverso colloqui B2B tra le aziende presenti e gli esperti della Faculty ICE.

La seconda edizione del Piano Export Sud 2017-2020 è stata autorizzata solo nel mese di novembre 2017. Nella programmazione di questa nuova edizione del PES II, estesa a quattro nuove regioni (Basilicata, Abruzzo, Molise e Sardegna), sono stati mantenuti format consolidati (Export Lab con attività di coaching, seminari di primo orientamento, corsi sulla proprietà intellettuale) che introdotti nuovi format innovativi (seminari con focus settoriali e/o tecnici, corsi sull'innovazione digitale). In quest'ottica, sono stati realizzati alcuni seminari tecnico-formativi anche con approfondimenti specifici: "Marketing del Made in Italy" a Campobasso, "Primo orientamento ai mercati internazionali" ad Oristano, "Marketing digitale" a Lamezia Terme, "Obiettivo GDO: come diventare fornitori della grande distribuzione europea" a Lecce. Ai vari seminari sono seguiti incontri b2b tra i relatori e le aziende presenti.

## INTERNAZIONALE

### Iniziative Innovative

Nell'ottica di accrescere la conoscenza dei prodotti Made in Italy, sensibilizzando operatori esteri ad attivare attività commerciali con l'Italia, sono stati realizzati cicli formativi in *Colombia* (Bogotà) e in *Ecuador* (Quito) sulle tematiche relative alle pratiche e gestione delle esportazioni e tecniche degli scambi. A tali seminari hanno partecipato 40 imprenditori e rappresentanti di piccole e medie aziende estere.

La 3<sup>a</sup> edizione del *Design Export Lab*, denominata "Aquae" e destinata a 14 architetti, interior design ed interior decorators stranieri, ha avuto come focus innovativo i settori ristorazione, arredo-cucine, spazi di intrattenimento, lounge, concepiti come spazi sia indoor che outdoor. Il progetto ha avuto come obiettivo quello di fidelizzare gli architetti stranieri al prodotto Made in Italy, attraverso un percorso formativo. Tale iniziativa è stata strutturata in due momenti assolutamente distinti ma fra di loro complementari. La parte teorica ha riguardato una masterclass di 4 giornate in cui si sono avvicinati 8 fra gli architetti più prestigiosi del panorama italiano a livello internazionale. Successivamente sono stati organizzati incontri BtoB di natura commerciale con il coinvolgimento di 35 aziende italiane del settore.

### Iniziative consolidate

Nel 2017 si è concluso il Progetto International Attraction for Researchers and Students, in collaborazione con il Politecnico di Milano - sede di Lecco e Camera di Commercio di Lecco. Il progetto ha previsto

l'erogazione di 33 borse di studio a giovani ingegneri e ricercatori stranieri per la frequenza ai corsi ordinari della facoltà di Ingegneria del Polo di Lecco.

E' stata realizzata la 4<sup>a</sup> edizione del Corso export management e sviluppo imprenditoriale Origini Italia, in collaborazione con il MIB - School of Management di Trieste, destinato a 20 giovani laureati stranieri di origine italiana. Il Corso, della durata di 20 settimane, mira a sviluppare nei partecipanti nuove competenze di gestione aziendale e di international business e di rafforzare i legami professionali e culturali con l'Italia.

Sono proseguite le azioni formative destinate ad operatori stranieri di Palestina e Tunisia, avviate nel 2016, con la realizzazione di attività di study tour. Per i funzionari palestinesi di Paltrade (Agenzia per la Promozione del Commercio Estero palestinese) sono state organizzate visite istituzionali ed aziendali nella Regione Marche, mentre gli operatori tunisini hanno avuto l'opportunità di visitare realtà imprenditoriali della Regione Campania.

L'ICE ha partecipato anche nel 2017 al programma Invest your talent in Italy, in collaborazione con il MAECI, per la formazione di giovani stranieri attraverso un percorso di aula presso gli Atenei partner del progetto con successivo tirocinio in azienda. Comune obiettivo è stato quello di contribuire alla promozione del Sistema Italia, attraverso l'attrazione di giovani talenti stranieri, come leva strategica per l'internazionalizzazione delle aziende italiane, con l'impiego di risorse umane straniere altamente specializzate per il nostro sistema produttivo.

Nell'ambito dello stanziamento speciale erogato a ICE con legge di stabilità 2014 - Azioni in collaborazione con le Università siciliane per giovani provenienti dall'area del bacino mediterraneo - è stato realizzato il 2 Corso Global Management. Il Corso è stato realizzato in collaborazione con l'Università di Messina, a cui hanno partecipato 29 giovani provenienti da Tunisia, Algeria, Marocco, Egitto, Turchia. L'obiettivo prefissato è stato quello di formare figure manageriali specializzate in export management, con l'intento di avviare attività imprenditoriali nei rispettivi paesi di origine, per agevolare lo sviluppo degli scambi e favorire i processi di internazionalizzazione delle imprese locali.

## GIOVANI

### Iniziative innovative

E' stato realizzato il primo Master in Digital Export "MaDe", in collaborazione con la LUISS Business School, per la formazione della figura di junior digital export manager. Il programma ha previsto una fase d'aula della durata di 5 mesi, oltre ad un field project in Italia e all'Estero di 4 mesi. Le figure professionali formate saranno in grado di supportare le imprese italiane nell'export attraverso un utilizzo consapevole e trasversale delle tecnologie di informazione e comunicazione (ICT - Information & Communication Technology) e del web marketing, sia in contesti B2C che in contesti B2B.

Su richiesta della regione Puglia e nell'ottica di trasferire le esperienze del CORCE a livello territoriale, è stato realizzato il CORCE Puglia. L'obiettivo è stato quello di formare 20 giovani export manager destinate ad essere impiegate in altrettante PMI pugliesi in attività volte allo sviluppo degli scambi con l'estero e dei processi di internazionalizzazione.

### Iniziative tradizionali

Durante il 2017 è stato realizzato il 49° CORCE Fausto De Franceschi, Master specialistico accreditato Asfor, che ha lo scopo di formare 20 export manager, specializzati destinati ad essere impiegati presso piccole e medie imprese in attività volte allo sviluppo degli scambi con l'estero o dei processi di internazionalizzazione. E' stata inoltre avviata la progettazione della 50<sup>a</sup> edizione.

Sono state riconfermate le collaborazioni con alcune Università che si sono avvalse dell'expertise dell'ICE Agenzia per la realizzazione di specifici moduli all'interno dei propri Master, nello specifico con MIMM (Master of International Marketing Management) dell'Università La Cattolica, con CEIDIM (Master in Commercio Estero e Internazionalizzazione d'Impresa) di Tor Vergata.



## COMUNICAZIONE

### **Iniziative innovative**

Da marzo 2017 è online il nuovo *sito web dedicato alla formazione*, caratterizzato da alti livelli di interattività con gli utenti.

### **Iniziative consolidate**

Si è proseguito nell'implementazione e alimentazione dei social istituzionali (Twitter, Instagram e LinkedIn) in stretto raccordo con l'Ufficio Relazioni Esterne.

## ATTRAZIONE INVESTIMENTI ESTERI

Le strategie 2017 per l'attrazione investimenti esteri si sono focalizzate nel perseguimento dei seguenti obiettivi:

1. rafforzare il processo strutturato di interazione tra i diversi soggetti coinvolti nell'attività di attrazione investimenti, sia interni (Sede di Roma e Rete Estera/Desk FDI di ICE-Agenzia) che esterni (MISE, Regioni, Agenzie di promozione locali, Presidenza del Consiglio, etc);
2. realizzare alleanze e partnership sul territorio con la finalità di costruire Portafogli d'Offerta mirati alle esigenze degli investitori internazionali (Regioni, Associazioni di categoria, Poli e Parchi Tecnologici, Istituti di Credito, etc);
3. promuovere l'immagine Paese e le opportunità di investimento in Italia;
4. garantire assistenza agli investitori esteri, di primo, secondo livello ed after-care.

Su queste linee strategiche è stata impostata l'attività 2017, con particolare attenzione verso la raccolta dell'offerta e lead generation, la produzione di profili settori a maggiore potenziale per l'Italia, la mappatura delle esigenze degli investitori stranieri nei confronti dell'Italia, la gestione della relazione con gli investitori con servizi di assistenza di primo, secondo livello ed after-care, gli studi ed analisi di tendenze e normative e l'elaborazione e diffusione dei risultati delle analisi attraverso prodotti editoriali e strumenti web dedicati.

Asset strategico del nuovo impianto è stata la finalizzazione della Rete dei Desk AIE sulle principali piazze finanziarie e commerciali, per intercettare operatori esteri, mappare le esigenze e fornire supporto durante tutto il ciclo dell'investimento.

Dopo l'apertura del primo Desk ad Istanbul (ottobre 2015) e l'attivazione nel 2016 di altri sei Desk a Londra (luglio), New York (luglio), Singapore (settembre), Tokyo (settembre), Dubai (ottobre) e San Francisco (dicembre), nel 2017 sono stati aperti i Desk di Pechino (giugno) ed Hong Kong (settembre), per un totale di nove Desk AIE. I Desk si avvalgono della collaborazione di professionisti che svolgono attività di scouting della domanda e lead generation di potenziali investitori esteri, studiano il mercato locale e promuovono il sistema Paese e l'offerta italiana.

L'attività di promozione a favore degli investimenti esteri in Italia ha incluso nel 2017 varie tipologie di azioni in Italia e all'estero, realizzate dai 4 Uffici della struttura AIE dell'Agenzia. In particolare:

Roadshow Invest in Italy, seminari istituzionali di presentazione del sistema Paese e delle Riforme in atto a favore dell'attrazione investimenti, organizzati in collaborazione con MAECI, MISE, sedi diplomatiche ed Associazioni di categoria, con focus su settori legati alle peculiarità dei singoli Paesi. Ad oggi sono stati realizzati Roadshow, ad Ankara, Smirne, Tokyo, New York, San Francisco (2 edizioni), Londra e Dubai, cui si sono aggiunti, nel 2017, i Road show di Pechino e Zurigo. Il Road Show Pechino ha registrato un totale di 147 partecipanti italiani, 97 esteri, 31 giornalisti e 39 incontri G2B. Il Road Show Zurigo ha visto 88 partecipanti e 20 incontri B2B.

Programmi di formazione integrata che hanno previsto un'attività congiunta ICE, Regioni, MISE e MAECI su marketing territoriale, assistenza e customer care, e workshop tematici volti al miglioramento della capacity building delle amministrazioni territoriali.

Partecipazione a manifestazioni fieristiche promozionali, in raccordo con Enti territoriali ed Amministrazioni pubbliche e private. Particolare attenzione è stata rinnovata per il settore immobiliare pubblico, con la partecipazione ai principali eventi internazionali quali "Mipim", che si è svolto a Cannes, Francia dal 14 al 17 marzo 2017, ed "Exporeal", a Monaco di Baviera, Germania dal 4 al 6 ottobre 2017.

La presenza italiana al Salone Mipim è stata consistente e, anche per questa edizione, tutti gli attori pubblici che operano nel settore immobiliare, tra i quali Agenzia del Demanio, Cassa Depositi e Prestiti, Investimenti immobiliari italiani, Fs Sistemi Urbani, Difesa servizi e Arexpo, si sono riuniti in un Padiglione Italia promosso in collaborazione con l'ANCE-Associazione Nazionale dei costruttori edili ed il supporto del Ministero della Difesa e del Ministero dell'Economia e Finanze, fortemente impegnati nella valorizzazione del patrimonio pubblico. Nell'ambito dei 400 mq. complessivi del Padiglione sono stati presentati 280 progetti immobiliari,

frutto di un accurato lavoro di selezione tra le 70 amministrazioni pubbliche e Società a Capitale Pubblico che hanno incluso, altresì, la presenza delle Regioni Lombardia, Piemonte, Puglia e Toscana, la Provincia Autonoma di Trento, i Comuni di Milano e Firenze e la Città Metropolitana di Bologna. Per massimizzare l'impatto dell'offerta, oltre al Seminario "Invest in Italy: Portfolio overview", il Padiglione Italia ha ospitato Incontri B2B con oltre 200 investitori, fondi, developers, etc..

La manifestazione Expo Real 2017 è stata anche quest'anno organizzata con l'obiettivo di coordinare nel Padiglione Italia di circa 250 mq. partner istituzionali quali il Ministero della Difesa e la propria società in-house Difesa Servizi, il Ministero dell'Economia e Finanze, l'Agenzia del Demanio, FS Sistemi Urbani e le Regioni Toscana, Piemonte e Trentino ed il Comune di Firenze, tutti interessati a cedere proprietà immobiliari di pregio ad investitori. Anche in questa occasione hanno avuto luogo il Seminario di presentazione dei progetti "Invest in Italy: Portfolio overview" ed una intensa attività di incontri B2B con oltre 210 società/ investitori.

### **Eventi e seminari dedicati all'attrazione degli investimenti in Italia ed all'estero.**

Tra gli altri: Convegno Industria 4.0 Berlino, 29 novembre 2017 per presentare esempi di innovazione Industria 4.0 delle Regioni Piemonte, Lombardia, Emilia Romagna, Toscana, Lazio; IHIF Berlino 6-8 marzo 2017, in partnership organizzativa con Confindustria Alberghi; Italian Investment Showcase Milano 11-12 aprile 2017, primo forum di presentazione offerta nazionale in innovazione e parchi tecnologici (oltre 50 partecipanti italiani, 150 incontri B2B); eventi in collaborazione con il Polo tecnologico Pavia; partecipazione con stand informativo alla manifestazione World Efficiency Solutions di Parigi.

**Attività di comunicazione:** implementazione del portale istituzionale [www.investinitaly.com](http://www.investinitaly.com) e della vetrina [www.investinitalyrealestate.com](http://www.investinitalyrealestate.com), che offre una banca dati sull'offerta di beni immobili pubblici in dismissione da promuovere presso gli investitori esteri in collaborazione con MEF, Agenzia del Demanio e Cassa Depositi e Prestiti (i dati della vetrina a dicembre 2017 evidenziavano 331 offerte di investimento, 116.777 visitatori - 78,91% italiani e 21,09% esteri - dei quali 87,7% nuovi - 776.007 visualizzazioni e 27 immobili aggiudicati); avvio dell'aggiornamento di "Invest in Italy", guida a carattere promozionale sull'attrattività del Paese, con dati sul contesto economico, politiche di attrazione Investimenti esteri e leve strategiche e di "Doing Business in Italy", guida a carattere tecnico mirata alle esigenze di informazione e di indirizzo dell'investitore straniero; Newsletters e brochure tematiche in occasione di eventi promozionali settoriali; profili dedicati a specifici settori (automotive, cosmetica, Servizi finanziari, Food & beverage, Real estate, Incentivi); Cataloghi ITALY@MIPIM2017 e ITALY@EXPOREAL2017, per la presentazione delle opportunità di investimento in Italia nel campo della riqualificazione urbana, riconversione di ex-aree industriali, interventi di sviluppo alberghiero, residenziale ed infrastrutturale.

La tematica dell'attrazione degli investimenti ha assunto sempre più un ruolo di primo piano anche nell'ambito delle politiche pubbliche integrate delle Regioni e delle Province autonome, grazie alla spinta data dal Comitato Investimenti (che vede la rappresentanza delle Regioni) ed al nuovo ruolo di ICE-Agenzia: con il coordinamento della *Conferenza delle Regioni*, nel 2017 si è affrontato il tema dell'attrazione investimenti con un approccio più integrato, già sperimentato in occasione degli eventi fieristici all'estero per il mercato immobiliare.

Questo ha stimolato la stipula di nuovi **Protocolli tra Ministero dello Sviluppo economico, ICE, Regioni e Province autonome**. ICE-Agenzia e Ministero dello Sviluppo Economico hanno sottoscritto ad oggi 16 Protocolli d'Intesa con altrettante Regioni. In particolare, nel 2017 sono stati sottoscritti Accordi con Regioni Basilicata, Valle D'Aosta, Lazio, Puglia, Friuli Venezia Giulia, Sardegna, ed un MOU con Invest in India, con l'obiettivo di creare un coordinamento delle strategie di intervento e delle attività per l'attrazione di IDE con il territorio.

Per il 2018 si prevede lo sviluppo di nuove azioni condivise tra *Regioni e ICE*, quali ad esempio un migliore coordinamento delle attività di supporto all'investitore, la creazione e condivisione degli strumenti di comunicazione diretti ai potenziali investitori (guide, dossier e teaser), l'implementazione di azioni di attrazione investimenti in occasione di eventi internazionali a carattere settoriale, la realizzazione di un primo summit di rilevanza internazionale.

Infine, un'altra attività strategica è il **supporto agli investitori stranieri** che si rivolgono all'ICE per prima

assistenza e customer care su investimenti in programma o da consolidare.

Nel 2017 l'assistenza ha riguardato in particolare aspetti quali l'individuazione e l'accesso agli strumenti agevolativi ed il supporto nella risoluzione di problematiche burocratiche e societarie.

A seguito dell'Accordo di recente sottoscritto, da settembre 2017 tale attività è svolta in sinergia e coordinamento con Invitalia, ed include l'affiancamento degli investitori nei contatti con gli Enti centrali e territoriali italiani per facilitare le relazioni tra le parti, agevolare la concessione di autorizzazioni e più in generale la finalizzazione delle operazioni di investimento. A fronte della segnalazione di lead da parte dei FDI Desk, l'Ufficio Supporto Operativo fornisce le prime informazioni utili al consolidamento del contatto e l'assistenza necessaria all'impostazione del lead; effettua una prima valutazione sulla validità dei leads e procede all'apertura del dossier, individuando l'unità specifica all'interno del GLL, competente per materia/settore.

Nella nuova impostazione dell'attività, uno degli obiettivi principali è allargare agli investitori esteri il bacino dell'utenza potenziale e intercettare gli investitori esteri e i loro progetti di espansione, orientandoli verso il nostro Paese.

*L'Accordo 2017 tra ICE- Agenzia e Invitalia ha inoltre consentito la costituzione di un Gruppo di Lavoro volto a rafforzare la costruzione dell'offerta per gli investitori ed a coordinare le rispettive attività di assistenza, al fine di accrescere la capacità di attrarre investimenti esteri in Italia.*

Nel 2018 si rafforzerà pertanto l'attività di implementazione operativa del *Gruppo di Lavoro integrato con Invitalia*.

**AZIONI PER LA VALORIZZAZIONE  
DEL MADE IN ITALY**

## MISSIONI IMPRENDITORIALI A GUIDA POLITICA

Le missioni imprenditoriali e di sistema rivestono un ruolo di collettore tra i diversi stakeholder pubblici e privati che interpretano le sinergie strategiche indicate dalla Cabina di Regia per l'Internazionalizzazione risultando come concreto contributo allo sviluppo internazionale del sistema imprenditoriale italiano a seguito di visite istituzionali di autorità politiche italiane.

Nel 2017 sono state organizzate le seguenti missioni:

### **Missione imprenditoriale in Australia (13-15 marzo 2017)**

Si è svolta dal 13 Marzo al 16 Marzo 2017, offrendo alle aziende italiane in visita nelle città di Sydney e Melbourne un intenso programma di eventi rivolti alla promozione dell'eccellenza del Made in Italy in Australia. Vi hanno partecipato 29 aziende del settore agroalimentare e bevande e del settore moda, 3 Associazioni di categoria, due Ministeri (MiSE e MAECI), Confindustria, Rete Imprese Italia. La missione è stata guidata dal Sottosegretario allo Sviluppo Economico, Onorevole Ivan Scalfarotto. I questionari di gradimento hanno registrato una media di 4,3 su 5 di soddisfazione complessiva.

### **Missione imprenditoriale in India (26-28 aprile 2017)**

La Missione di Sistema in India, guidata dall'Onorevole Ivan Scalfarotto, ha avuto luogo a Delhi dal 26 al 27 aprile ed a Mumbai il 28 aprile 2017. Ha coinvolto aziende dei settori Infrastrutture e Costruzioni, Meccanica, Automotive, Energie Rinnovabili e ICT.

I questionari di gradimento hanno registrato una media di 3,9 su 5 di soddisfazione complessiva.

### **Missione imprenditoriale in Georgia (3-5 ottobre 2017)**

Dal 3 al 5 ottobre 2017 si è svolta a Tbilisi la missione del Vice Ministro per lo Sviluppo Economico Ivan Scalfarotto, uno dei seguiti concreti del Business Forum italo-georgiano di marzo 2017. Ha visto la partecipazione di oltre 35 imprese, con eccellenze nei settori infrastrutture, energia, agroindustria, telecomunicazioni e turismo e 2 associazioni industriali, per un totale di più di 70 delegati.

I questionari di gradimento hanno registrato una media di 4,55 su 5 di soddisfazione complessiva.

### **Missione imprenditoriale in Vietnam (27-29 novembre 2017)**

La missione imprenditoriale italiana in Vietnam, guidata dal Sottosegretario al Commercio Internazionale e Attrazione Investimenti del Ministero dello Sviluppo Economico, Onorevole Ivan Scalfarotto, si è svolta a Hanoi e a Ho Chi Minh City dal 27 al 29 novembre 2017. Alla missione hanno partecipato 52 aziende leader dei settori focus della missione - infrastrutture e trasporti, energia/energie rinnovabili/green tech e meccanica.

I questionari di gradimento hanno registrato una media di 4,30 su 5 di soddisfazione complessiva.

Il Coordinamento Promozione del Made in Italy ha curato anche l'importante evento della G7 Multistakeholder conference.

Torino ha ospitato presso la Reggia di Venaria il 25 e 26 settembre il G7 ICT e Industria, che ha affrontato i temi: "Inclusiveness": la competitività delle piccole e medie imprese nella Next Production Revolution; "Openness": infrastruttura digitale, standard, intelligenza artificiale; "Security": cybersicurezza per le imprese, diritti di proprietà intellettuale.

Nel pomeriggio si è svolta la Conferenza "Making the digital economy and society inclusive open and secure" a cui hanno assistito circa 200 partecipanti.

Sono state organizzate inoltre altre missioni non a carattere plurisettoriale, ma con focus su particolari settori, in Turchia (22 febbraio 2017 - settori: Health e Infrastrutture, Energia), in Azerbaijan (23 febbraio 2017 - Business Forum Azerbaijan-Italia), in Georgia (10-11 luglio 2017 - settore: Infrastrutture e Costruzioni, Energie rinnovabili, Agroindustria e trasformazione alimentare, Turismo e infrastrutture turistiche), in Kazakistan (3-5 settembre 2017 - Settore Smart Energy e Green Technologies) ed è stato seguito il Business Forum Balcani (Trieste, 12 luglio 2017 - settori Energia e ambiente, Infrastrutture, Innovazione).

## ITALIAN FESTIVAL

Il Programma Promozionale ordinario dell'ICE-Agenzia prevede, ormai da numerosi anni, l'iniziativa "Italian Festival" in paesi vari. Le attività in programma sono generalmente rivolte al consumatore finale e rappresentano un momento di promozione plurisettoriale con prevalenza verso i beni di consumo: moda, arredamento, tempo libero, agroalimentare. Non mancano momenti dedicati alla promozione dei beni strumentali e tecnologie nei settori ambiente, nuove tecnologie agroindustria.

Il format, ormai consolidato, coniuga attività promozionali di carattere commerciale con eventi di carattere culturale organizzati da Ambasciata, Istituto Italiano di Cultura e altre Istituzioni pubbliche e private. Le manifestazioni si svolgono, di norma, all'interno della più ampia cornice delle celebrazioni del 2 giugno o in concomitanza con altri eventi di richiamo (Settimana della cultura italiana, della cucina italiana ecc.), creando un forte momento di visibilità per il Sistema Italia.

L'Italian festival, in molti paesi destinatari dell'iniziativa, è diventato, nel tempo, un appuntamento tradizionale ed atteso. Nel 2017 sono stati realizzati Italian Festival in: Australia, Ungheria, Romania, Bulgaria, Macedonia, Slovenia, Turkmenistan, Malaysia, Israele, Azerbaijan, Georgia, Malaysia, Croazia, Lussemburgo

## La Giornata Mondiale delle Fiere

In occasione della Giornata Mondiale delle Fiere, che ha avuto luogo il 7 giugno 2017, l'ICE Agenzia e AEFI-Associazione Esposizioni e Fiere Italiane hanno programmato un grande evento, con l'obiettivo di valorizzare le fiere italiane quale strumento di crescita per l'economia e per l'occupazione. Presso la sede dell'ICE Agenzia si è discusso sul tema "*Le Fiere e l'eccellenza italiana tra storia e futuro*". Hanno partecipato i vertici di alcuni tra i più significativi enti fieristici italiani (BolognaFiere, IEG-Italian Exhibition Group, Veronafiere, Riva del Garda Fierecongressi), unitamente a testimonial stranieri, provenienti da USA, Francia, Cina e UK. L'evento, al quale hanno partecipato oltre 100 persone, ha avuto una ampia risonanza mediatica.



## ALTRE ATTIVITÀ DI SUPPORTO ALLA PROMOTION

## INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE E RELAZIONI ESTERNE

**Giornata della Qualità Italia** (Roma, Palazzo del Quirinale, 2 marzo 2017). La cerimonia, che si svolge ogni anno presso il Palazzo del Quirinale, ha visto la partecipazione del Ministro dello Sviluppo Economico, e i Presidenti di Comitato Leonardo, Confindustria, Agenzia ICE, Camera Nazionale della Moda Italiana e Altagamma in qualità di relatori, nonché numerosi imprenditori e autorità. Nel corso dell'evento, il Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, ha consegnato i prestigiosi Premi Leonardo 2016. Il Premio Leonardo è stato assegnato ad Alberto Bombassei, Presidente di Brembo SpA; il Premio Leonardo International a Jeffrey S. Loberbaum, Presidente e A.D. di Mohawk Industries, Inc.; i 4 Premi Leonardo Qualità Italia a Elica SpA, Gruppo industriale Maccaferri, Gruppo Veronesi e Masi Agricola SpA; il Premio Leonardo Start Up a Valuebiotech Srl;

**Workshop "Italy's National Energy Strategy 2017"** - (Roma, Ministero dello Sviluppo Economico, 14/03/2017). In vista dei lavori avviati dal Governo Italiano per la nuova Strategia Energetica Nazionale 2017 (SEN2017), al fine di garantire il più ampio respiro internazionale al lavoro, il MISE ha deciso di organizzare una giornata di studi a porte chiuse, coinvolgendo esperti di elevato profilo provenienti da vari Paesi europei. I lavori sono organizzati in due sessioni, una mattutina e una pomeridiana, e in cinque gruppi di lavoro che si riuniscono separatamente: Natural Gas Stream, Decarbonization Stream ed Electricity Stream, Oil Stream e Retail Markets Stream. Alle 17:30 i Gruppi si sono riuniti in sessione plenaria, al termine della quale sono stati dichiarati chiusi i lavori.

**X sessione Dialogo economico Italia-Svizzera** (Roma, 26/06/2017). L'Ufficio Comunicazione e Relazioni Esterne ha assicurato il supporto al MISE per l'organizzazione di un working Lunch;

**Presentazione del XXXI Rapporto ICE e dell'Annuario 2017 Istat-ICE** (Milano, Unicredit Pavilion, 13/07/2017). Realizzato, come di consueto, in collaborazione con Istat, l'edizione del Rapporto di quest'anno è incentrata in particolare sul ruolo dell'e-commerce e dei processi digitali nel facilitare le esportazioni e, in occasione del sessantesimo anniversario dei Trattati di Roma, sul grado di integrazione degli scambi nell'Unione Europea. Come di consueto il Rapporto è stato presentato congiuntamente all'Annuario Commercio estero e attività internazionali delle imprese, realizzato in versione digitale e consultabile su un sito dedicato. L'Annuario contiene dati statistici italiani e internazionali sugli scambi di merci e servizi e sugli investimenti diretti esteri. Oltre agli interventi istituzionali e di presentazione del Rapporto si è svolta una Tavola Rotonda, moderata da Federico De Rosa, Corriere della Sera, e alla presenza di Cassa Depositi e Prestiti, Federalimentare, Bonfiglioli Riduttori e Lamborghini;

**VI Cabina di Regia per l'Italia internazionale** (Roma, MISE, Salone degli Arazzi, 17/10/2017). L'Ufficio Comunicazione e Relazioni Esterne ha assicurato il supporto al MISE nell'organizzazione della riunione della Cabina di Regia. Presenti i Ministri di Sviluppo Economico, Affari Esteri e Cooperazione Internazionale ed Economia e Finanze, oltre ai Sottosegretari Ivan Scalfarotto, Luca Bianchi, Umberto Del Basso De Caro e Dorina Bianchi. Nel corso della riunione sono stati illustrati, innanzitutto, lo stato di attuazione del Piano straordinario per il Made in Italy e gli interventi finanziari del gruppo Cassa Depositi e Prestiti; a seguire, sono intervenuti illustri esponenti del mondo economico-finanziario (Confindustria, ABI, Unioncamere, R.E TE. Imprese Italia, Alleanza delle Cooperative Italiane);

**Invest in Italy Annual Forum** (Roma, Sala Pirelli ICE, 8/11/2017). Il Forum è l'appuntamento annuale in cui gli attori del Sistema per l'internazionalizzazione si confrontano sull'andamento mondiale degli investimenti esteri e sulla posizione che ricopre l'Italia in questo scenario. E' l'occasione per fare il punto sullo stato del sistema, a partire dalle politiche del Governo per favorire gli investimenti, anche alla luce delle recenti riforme. Nel corso del Forum è stato presentato il Rapporto Italia Multinazionale 2017. Il Rapporto illustra l'andamento delle partecipazioni delle imprese multinazionali presenti in Italia con propri investimenti diretti così come l'attività delle imprese italiane all'estero. Il Forum si è aperto con la descrizione dello scenario mondiale degli investimenti e la posizione dell'Italia a cura del Presidente Scannavini ed è proseguito con l'illustrazione del ruolo e del piano di sviluppo per l'attrazione degli investimenti dell'ICE. A seguire due



Tavole Rotonde, moderate da Carlo Marroni del Sole 24 Ore: "Gli investimenti esteri in Italia: settori e prospettive" con la partecipazione dell'Università degli Studi di Brescia, Nomisma e KPMG, e "La fiducia degli investitori e il ruolo del Sistema Pubblico" alla presenza di A.T. Kearney EMEA, GE Italia e Israele, MAECI e Invitalia. Ha chiuso i lavori il Sottosegretario Scalfarotto;

**XVI Forum annuale del Comitato Leonardo** (Milano, Unicredit Pavilion, 13 novembre 2017). Il Forum, dal titolo "Industria 4.0 per un'impresa globale" è stato aperto dal Presidente del Comitato Leonardo, e dai saluti istituzionali dei Presidenti di Confindustria e Agenzia ICE. Il Direttore Generale per la politica industriale, competitività e PMI del MISE ha illustrato l'attuazione, le prospettive e i primi risultati del Piano Industria 4.0. La presentazione della Ricerca annuale, incentrata sulle sfide della quarta Rivoluzione Industriale, affronta, insieme ai protagonisti della Digital Innovation, gli effetti derivanti dall'implementazione delle tecnologie digitali sul sistema industriale italiano, identificando *best practice* internazionali e sfide future. A seguire, una Tavola Rotonda alla quale hanno preso parte i Presidenti di Biagiotti Group, iGuzzini Illuminazione, Federmacchine e Adler Group;

**Presentazione del XV Rapporto ICE-Prometeia "Evoluzione del Commercio con l'Estero per aree e settori"** (Milano, Centro Congressi - Palazzo Stelline, 6 dicembre 2017). Dal 2003 la collaborazione tra l'Agenzia ICE e Prometeia fornisce ad esportatori ed operatori italiani un punto di riferimento sull'evoluzione della domanda internazionale e sui possibili scenari futuri, per orientare correttamente le strategie d'internazionalizzazione. Il Rapporto presenta la dinamica futura del commercio con l'estero per aree e settori merceologici, ottenuta con l'ausilio di un modello econometrico appositamente elaborato. L'edizione di quest'anno analizza il quadro degli scambi mondiali di manufatti che, in crescita nel 2017 del 4,6%, realizzano una performance migliore di quanto alcuni fattori di contesto sembravano suggerire solo un anno fa. Le previsioni per il biennio 2018-19 confermano questo trend favorevole. Non mancano certamente fattori di rischio al ribasso nello scenario; alcuni semplicemente confermati rispetto al passato, altri emersi recentemente soprattutto sul fronte geopolitico. Tuttavia, l'attuale stagione del commercio internazionale sembra trarre vantaggio dal sostanziale allineamento del ciclo economico nelle principali aree. Su questo maggior equilibrio tra i mercati e su una ripartenza degli emergenti si articolano le opportunità delle imprese italiane nel prossimo biennio. Il convegno si apre con la presentazione del Rapporto di Alessandra Lanza, partner di Prometeia, seguito da un approfondimento del Presidente Scannavini su strategie, programmi e attività per l'internazionalizzazione e dall'intervento di SACE relativamente al supporto finanziario per l'export e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. I lavori sono stati chiusi dal Sottosegretario Scalfarotto, con un intervento sulle politiche del Governo per il Made in Italy.

**Assemblea Generale dell'Italy Japan Business Group 2017.** L'Assemblea Generale dell'Italy Japan Business Group si svolge con cadenza annuale, alternativamente una volta in Italia ed una in Giappone. L'appuntamento 2017 era in calendario a Kanazawa i giorni 23, 24 e 25 ottobre.

Kanazawa, dal 2016 collegata dall'alta velocità, è ubicata nella Regione dell'Hokuriko che vanta un tessuto produttivo di piccole e medie imprese nei settori farmaceutico, tessile e dell'occhialeria.

Le tematiche di questa XXIX Assemblea, individuate, d'intesa con la Segreteria giapponese, tenendo conto delle specificità merceologiche dei soci italiani e di quelli giapponesi, sono state: nuove tecnologie e innovazione, cibo e agricoltura, produzione (trasporti, macchinari e progettazione industriale), investimenti e banche.

I lavori si sono svolti alla presenza del SS Ivan Scalfarotto.

Nel corso dell'Assemblea è stato firmato un MOU tra l'Associazione per il Design Industriale ADI e il corrispondente Japan Design Promotion JDP.

**Newsletter istituzionale dell'ICE Agenzia - 2017.** La Newsletter dell'ICE Agenzia inizia le sue pubblicazioni nel maggio 2013, evoluzione dell'analoga e precedente a carattere meramente informativo sulle attività promozionali dell'ente, a cura dell'allora competente dipartimento. Essa ha assunto carattere istituzionale, trattando tutti i settori di attività dell'ente, sia in Italia sia all'estero.

Strumento mensile di comunicazione, anche verso la comunità diplomatica operante in Italia, la Newsletter ha ospitato nel 2017 interviste e/o editoriali di capi-missione di quei paesi i cui mercati sono di particolare interesse per le imprese italiane, nell'ambito di una politica di sviluppo delle relazioni esterne che vada al di là dell'occasionale contatto dovuto al singolo momento promozionale.

Accanto, nelle specifiche sezioni, sono stati di volta in volta pubblicizzati eventi di particolare rilevanza e di varia natura, organizzati dall'Agenzia, attività periodiche di uffici interni (es. Ufficio Studi, Uff. Servizi alle imprese, etc.), si è data diffusione a notizie rilevanti per le PMI italiane, di altri soggetti (es. Sace, Simest, Mise, Avvisi di Ambasciate estere in Italia o attività promosse da organismi dell'UE, etc).

Non ultime, le notizie riguardanti le attività di promozione, formazione, cooperazione, organizzate dall'Agenzia, cui le imprese potessero essere interessate a prendere parte. Spazio fisso, infine, dedicato alla NL mensile dell'Ufficio ICE di Bruxelles, per attività promosse dallo stesso e dall'UE.

Il target della NL del 2017 è costituito da circa 35.000 iscritti (iscrizioni volontarie effettuate tramite portale ICE, minisito della stessa NL, o tramite l'APP disponibile per smartphones e tablets). L'audience della Newsletter è peraltro più ampia, ma difficilmente quantificabile, infatti, la diffusione avviene, oltre che con invio di e-mail agli iscritti, attraverso pubblicazione su sito ICE, invio ad una mailing list di 1.800 soggetti istituzionali selezionati. Si è anche a conoscenza di un'attività di *forwarding* da parte di importanti soggetti esterni (es. Confindustria, Unioncamere, alle proprie strutture territoriali). Infine, la diffusione avviene anche a tutta la rete dell'Agenzia.

Nel 2017, considerando solo gli iscritti alla NL, si sono registrati dati medi di lettura del 21% (lettori senza click), 2% (lettori con click), 1.800 link cliccati.

Rispetto ai parametri previsti per questa tipologia di strumento di comunicazione, i dati di cui sopra risultano tanto più positivi, quanto più si consideri che la Newsletter è molto lunga e articolata nei contenuti.

I valori sono fluttuanti mensilmente, anche a seconda delle tipologie di notizie presenti, dato che l'audience è estremamente varia (gli iscritti sono per lo più aziende, ma anche studi di consulenza, studi tecnici -architettura, ingegneria etc.-, accademici, studenti, soggetti pubblici e privati operanti a vario titolo nell'internazionalizzazione e nell'indotto, etc); ne consegue che ogni rubrica e notizia, da una serie di test effettuati di lettura analitica trimestrale, è risultato di interesse per una parte degli iscritti.

Alcuni uffici della Sede hanno un tracciamento dell'origine delle adesioni alle proprie iniziative e indicano la NL tra le fonti principali, così come una indagine commissionata all'esterno sulla soddisfazione del cliente, annovera la NL al secondo posto, dopo la posta elettronica e prima del sito web, tra le fonti informative preferite per i servizi dell'ICE Agenzia.

## INIZIATIVE DI PIANIFICAZIONE STRATEGICA E CONTROLLO DI GESTIONE

Le attività realizzate nel 2017 dall'Ufficio di Supporto per la Pianificazione strategica e il controllo di gestione (Upscg) a valere su fondi promozionali messi a disposizione dal Ministero dello Sviluppo economico 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 MISE, 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 dell'ICE alla clientela promozionale e di assistenza.



## Attività di studi e di *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 seguenti attività di studio e analisi:

### *Analisi dello stato delle tendenze dell'internazionalizzazione tramite investimenti diretti*

Nel 2017 è stato effettuato l'aggiornamento al 31 dicembre 2015 della banca dati Ice-Reprint, la banca dati sull'attività delle imprese multinazionali in Italia e sugli investimenti delle imprese italiane all'estero, fornita dalla società Ricerche e Progetti (R&P) e curata dai professori Sergio Mariotti e Marco Mutinelli. Queste informazioni consentono un'analisi sistematica degli andamenti dell'attività d'internazionalizzazione attraverso investimenti diretti esteri (IDE) delle imprese sotto diversi profili. Le informazioni tratte dal database vengono riorganizzate dall'Ufficio sia come supporto alla realizzazione di alcuni capitoli del Rapporto annuale *L'Italia nell'economia internazionale*, sia per alimentare la banca dati *on line* a disposizione delle imprese e dei ricercatori sia infine per essere trasmesse ad altre Amministrazioni pubbliche per loro uso interno. L'8 novembre 2017 nella Sala Pirelli della sede ICE a Roma, nell'ambito dell'iniziativa Invest in Italy Annual Forum, è stata presentata l'edizione 2017 del volume Italia Multinazionale, il rapporto di ricerca, reso disponibile anche sul sito dell'Agenzia in versione elettronica, contiene anche le anticipazioni e stime più recenti sui dati.

### *Modelli di simulazione e scenari di previsione della dinamica della domanda mondiale e dei flussi settoriali di commercio internazionale*

In collaborazione con la società di ricerca Prometeia, è stata realizzata e pubblicata la XV edizione del Rapporto *Evoluzione del commercio con l'estero per aree e settori*.

Si è data così continuità al progetto avviato nel 2002 che utilizza il modello di previsione "MoPice" per prevedere le dinamiche delle esportazioni settoriali italiane in funzione della evoluzione della domanda estera, tenuto conto anche del modello di specializzazione del sistema produttivo italiano.

La presentazione del Rapporto ha avuto luogo il 6 dicembre 2017, presso il Centro convegni del Palazzo delle Stelline di Milano. La pubblicazione, apprezzata sia dagli uffici studi e centri di ricerca sia dalle imprese, è diffusa anche attraverso nella sezione Studi e Rapporti del portale dell'Ice.

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.

### *Il posizionamento dell'Italia nelle catene globali del valore*

Nel 2017 è proseguito il lavoro di predisposizione di un rapporto di ricerca sul tema catene globali del valore basato, tra l'altro, su una serie di interviste in profondità presso aziende leader degli apparecchi elettrici ad uso domestico e professionale e dei mezzi di trasporto.

E' stata redatta una prima bozza del rapporto finale, contenente nel primo capitolo un'analisi dello scenario internazionale e del posizionamento dell'Italia, un secondo capitolo sui risultati emersi dagli studi di caso (20 imprese per i beni finali e 28 subfornitori) e un terzo sulle politiche di sostegno. Quest'ultima ha per oggetto un'analisi della domanda di servizi risultante dalle interviste presso le imprese e qualche *best practice* riguardante i servizi offerti dall'Ice. Il rapporto include anche una serie di contributi esterni redatti da esperti qualificati (appartenenti, tra l'altro, a Banca mondiale, Istat, Banca d'Italia, Centro Rossi Doria, Prometeia). La presentazione del rapporto, sia in Italia che a livello internazionale, avverrà nel corso del 2018.

Specifici progetti finanziati su fondi extra programma promozionale sono stati inoltre destinati all'ampliamento della base dati e statistiche di commercio estero dell'ICE e ad analizzare specifiche tematiche di interesse del Governo e di utilità per le imprese:

Nell'ambito del contenitore Progetti di incremento della competitività delle piccole e medie imprese (Pmi) - "Acquisizione banche dati specializzate e programma di ricerca e studio", a valere su fondi del Programma Made in Italy 2014, è stato dato spazio all'approvvigionamento di dati sugli scambi di merci disaggregati per voci del Sistema armonizzato e con periodicità mensile - che costituiscono una risorsa indispensabile per l'analisi della posizione competitiva delle imprese italiane, rinnovando l'abbonamento alla banca dati Global Trade Atlas anche per il 2017, con l'obiettivo di ampliare la base statistica e di informazioni a disposizione dell'ICE-Agenzia e del MISE in commercio estero. Le statistiche GTA alimentano le basi di dati che l'Ice mette a disposizione dell'utenza esterna e interna, attraverso un'interfaccia dedicata accessibile tramite i propri siti Internet, e sono altresì consultabili attraverso un'interfaccia proprietaria del fornitore. Con fondi del Piano per la promozione straordinaria del Made in Italy e l'attrazione degli investimenti in Italia per il 2015, nell'ambito del progetto Formazione e informazione su opportunità offerte dai mercati esteri alle imprese, è stata inoltre acquisita una fornitura di dati IHS per gli uffici esteri mediante la creazione di account dedicati per ciascuno degli uffici delle rete (iniziativa: "Acquisto banca dati IHS per sviluppo di un modello previsionale del commercio estero").

### **Ricerche tematiche su richiesta del Ministero dello Sviluppo economico**

Attività avviate nel 2017 e da completarsi nel 2018, a valere sui fondi Made in Italy relativi all'anno 2015 su impulso specifico del MISE, nell'ambito della Convenzione ICE-MISE denominata "Studi, analisi e valutazioni d'impatto", siglata il 29/12/2016, con fondi disponibili pari a 1,3 milioni di euro:

\* Rapporto sull'e-commerce. In considerazione dell'importanza che il commercio digitale riveste come canale per le imprese per accrescere la loro presenza sui mercati internazionali, si è reputato necessario realizzare uno studio comprensivo sull'e-commerce, con particolare attenzione ai collegamenti presenti tra questo canale di vendita e l'internazionalizzazione delle imprese. Nel 2017 la realizzazione dello studio è stata commissionata al Politecnico di Milano, in virtù del suo patrimonio di dati e conoscenze, unico in Italia in materia di commercio digitale. Il rapporto sarà terminato nel corso del 2018.

\* Studio sugli accordi di libero scambio (FTA). Alcuni elementi contenuti negli accordi di libero scambio siglati, o in fase di negoziazione, tra l'UE e i Paesi terzi possono costituire un'opportunità per l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Tuttavia, non è oggi semplice accedere a informazioni utili e organizzate in un sistema coerente e facilmente fruibile. Per queste ragioni l'ICE, su indicazione del MISE, ha commissionato sia agli uffici della rete estera dei paesi target (Corea del Sud, Canada Singapore e Vietnam) sia ad un centro studi specializzato nella tematica (il CRES Rossi-Doria) una serie di studi volti a fornire informazioni alle imprese sui settori più rilevanti a seconda del paese target e dell'accordo di libero scambio, sugli effetti dell'accordo e sugli aspetti più tecnici delle modalità di esportazione previste dagli FTA.

### **Attività di gestione e sviluppo del Sistema di Gestione per la Qualità (SGQ)**

Il Sistema di Gestione per la Qualità, strumento di pianificazione, controllo e miglioramento dei processi dell'ICE-Agenzia, ha raggiunto gli specifici obiettivi per la qualità definiti nel Piano della Performance 2017/2019.

Il modello organizzativo di riferimento (lo standard ISO 9001) ha consentito di raggiungere una sempre maggiore consapevolezza del personale sull'approccio per processi ed una maggiore efficacia dei processi stessi, rilevata attraverso l'attività di audit interno di qualità.

La corretta applicazione delle procedure ha portato, conseguentemente, l'ICE-Agenzia all'ottenimento, a luglio, del mantenimento della certificazione sulla base della Norma 9001:2008 per gli uffici della Sede, per l'ufficio di Milano e per gli uffici esteri di Madrid Istanbul e San Paolo, con l'estensione nel 2017 a ulteriori 2 uffici esteri: Varsavia e Tokyo, relativamente alle attività di progettazione e realizzazione servizi di assistenza, promozione, formazione e investimenti esteri.

Sono stati ridotti a 4 i titolari degli 8 macroprocessi, consentendo un più veloce processo decisionale, e sono

stati individuati ulteriori specifici ruoli a supporto e assistenza dei titolari degli stessi, per il monitoraggio e la sorveglianza delle attività mappate dei rispettivi macroprocessi, in termini di concatenazione e flussi documentali/informativi.

L'organizzazione ha, inoltre, intrapreso il necessario percorso di adeguamento alla nuova revisione della norma UNI EN ISO 9001:2015, sulla base della quale sarà certificata dal 2018, attraverso:

formazione specifica al personale, con docenze dirette in aula ed appropriati moduli formativi a distanza

condivisione della metodologia per l'individuazione delle categorie di rischio riconducibili alle attività dell'ICE-Agenzia

pianificazione e avvio del lavoro, di particolare impegno per la struttura, relativamente alla riverifica delle attività mappate e assegnazione degli eventuali rischi applicabili per ogni attività di macroprocesso.

## ATTIVITÀ UFFICIO ICE DI MILANO

Anche nel 2017 il progetto promozionale "Seminari tecnici e giornate di incontro e orientamento con focus paese" ha contribuito a consolidare e sviluppare rapporti di collaborazione tra l'ICE e le imprese, gli attori pubblici e privati italiani e stranieri presenti nel territorio di competenza dell'Ufficio di Milano attraverso iniziative di informazione, assistenza ed orientamento verso le nuove opportunità sui mercati internazionali.

I destinatari e partner delle attività realizzate all'interno del progetto possono essere individuati in tre gruppi: le imprese, gli enti, Università e associazioni territoriali e le rappresentanze consolari e nostri omologhi stranieri.

Anche nel 2017 l'attività è stata programmata con l'obiettivo di dare seguito ai partenariati già attivati dall'Ufficio negli anni precedenti e di sviluppare ulteriori forme di collaborazione con istituzioni ed associazioni presenti nel territorio del centro-nord a beneficio delle imprese del territorio.

Il progetto si è articolato nell'organizzazione di seminari informativi anche a carattere settore/mercato a fine di consolidare e sviluppare la presenza delle imprese sui mercati esteri e di presentazione delle attività e dei servizi ICE.

Nell'ambito del progetto sono state realizzate le seguenti iniziative:

- Seminario "Il Filo 4.0: Innovazione e digitalizzazione: fattori chiave per la crescita aziendale" - Milano, 17 febbraio

Anche nel 2017 è continuata la collaborazione iniziata nel 2014 con l'Unione Industriale Biellese, la manifestazione Filo e il Sistema Moda Italia per organizzare in occasione di Filo un seminario su un tema di interesse per il settore filati/tessuti/moda. Il tema del seminario è stato Il Filo 4.0 - Innovazione e digitalizzazione: fattori chiave per la crescita aziendale, con un focus commerciale sulla Corea del Sud. Il seminario, che ha visto la partecipazione di 109 tra aziende e enti del settore, si è confermato anche momento inaugurale della manifestazione Filo.

- Seminari sugli investimenti negli USA - Milano, 28 febbraio e Vicenza 1 marzo

In occasione dell'iniziativa "SelectUSA" (Washington, 18-20 giugno 2017) promossa dal Consolato degli Stati Uniti a Milano in partenariato con l'ICE, sono stati realizzati 3 seminari informativi sugli investimenti negli Stati Uniti che si sono svolti a Milano, Vicenza e Roma, rispettivamente il 28 febbraio, il 1° marzo e il 2 marzo 2017. I seminari avevano l'obiettivo di presentare le opportunità di investimento di alcuni Stati degli USA a disposizione delle aziende italiane interessate a insediarsi negli Stati Uniti. Durante il seminario sono state presentate anche le attività dell'ICE negli Stati Uniti, tramite il video "Introduzione al mercato degli Stati Uniti: focus settore meccanica" di ICE Chicago e, la distribuzione della nota "Intercambio Italia-Stati Uniti novembre 2016". I seminari erano destinati alle aziende e associazioni ed istituzioni territoriali, produttive, di consulenza presenti nel territorio del centro e nord Italia e potenzialmente interessate al mercato degli Stati Uniti.

La promozione dei tre eventi è stata realizzata congiuntamente dall'"U.S. Commercial Service" - Sezione Commerciale del Consolato degli Stati Uniti, dalle sedi ICE di Milano e di Roma - Ufficio Tecnologia Industriale, Energia, Ambiente.

Nell'ambito del progetto l'Ufficio di Milano ha curato le tappe di Milano e Vicenza.

In considerazione del tema il seminario di Milano ha generato un rilevante interesse, raccogliendo circa 128 adesioni da parte delle aziende e associazioni italiane, che si sono concretizzate in circa 90 partecipanti effettivi il giorno dell'evento.

Al seminario di Vicenza, organizzato in collaborazione con l'Unione degli Industriali di Vicenza erano presenti circa 40 aziende.

- Seminario: 2017: Tendenze dell'economia internazionale, posizionamento dell'Italia & strategie ICE - Agenzia - Milano, 13 marzo

Ha avuto luogo il 22 marzo a Milano l'appuntamento annuale per le aziende, enti territoriali e rappresentanti dei Consolati e omologhi dell'ICE, per illustrare le tendenze dell'economia internazionale, il posizionamento dell'Italia e le opportunità per le aziende italiane sui mercati esteri. Nel corso dell'incontro sono state presentate inoltre le attività dell'ICE a sostegno delle imprese italiane.

Il seminario era destinato prevalentemente alle Rappresentanze Consolari Generali alle Trade Promotion Agencies straniere omologhe dell'ICE, alle associazioni ed istituzioni territoriali, produttive, finanziarie, di consulenza e di stampa presenti nel territorio del centro nord Italia. All'iniziativa ha

partecipato anche un Istituto di Scuola Secondaria Superiore, l'Istituto Tecnico Commerciale Luigi Gatti" di Monza, che fa parte dell'associazione "APA Confartigianato".

A testimonianza dell'interesse per il tema e per la qualificata presenza dei relatori: Presidente dell'ICE Michele Scannavini, Presidente di Sace, Beniamino Quintieri e Alessandra Lanza di Prometeia, si sono registrate 265 adesioni che si sono poi concretizzate in circa 144 partecipanti effettivi.

▼ Presentazione del Rapporto CREA - Milano, 11 maggio

"Il commercio con l'estero dei prodotti agroalimentari italiani e l'export digitale"

La presentazione del Rapporto CREA, strumento informativo fondamentale per il settore agroalimentare si è sviluppata all'interno del partenariato tra l'Ufficio di Milano con l'Università Cattolica e con SMEA - Alta Scuola di Management ed Economia Agroalimentare. Il rapporto, pubblicato con cadenza annuale, fornisce dati analitici sul commercio estero agroalimentare di 280 prodotti in relazione a 107 paesi di provenienza e destinazione degli scambi.

Nel corso del seminario sono state presentate le principali tendenze del commercio agroalimentare italiano nel 2016 da parte del rappresentante del CREA.

I partecipanti sono stati 111, tra aziende e associazioni di settore.

Da parte della SMEA è stata presentata inoltre un'analisi delle esportazioni del made in Italy, con un particolare focus sul ruolo degli scambi extra UE.

In considerazione dell'importanza dell'e-commerce è intervenuto anche il Direttore dell'Osservatorio Export della School of Management del Politecnico di Milano con un intervento su opportunità, criticità e prospettive dell'e-commerce nel settore agroalimentare.

Al seminario sono intervenuti 67 partecipanti.

L'iniziativa è stata inserita all'interno del programma Food Week del Comune di Milano.

▼ Il FILO delle Filiere Sostenibili: Strategie di Sviluppo e di internazionalizzazione per i settori filatura e Tessile - Milano, 27 settembre

Anche per l'edizione autunnale di Filo è stato organizzato in collaborazione con gli organizzatori della manifestazione, l'Unione degli Industriali di Biella e il SMI il seminario inaugurale della manifestazione.

La sostenibilità, argomento cruciale per il futuro del tessile-moda, è stata analizzata sotto diversi profili, mettendo in evidenza come la sostenibilità sia un vantaggio competitivo per le imprese di fronte alle sempre maggiori richieste da parte dei consumatori di avere prodotti trasparenti e tracciabili.

Focus Paese è stato dedicato alla Russia, mercato di grande interesse per il settore filati-tessile abbigliamento.

All'iniziativa hanno partecipato 80 aziende.

La realizzazione del progetto ha permesso di entrare in diretto contatto con oltre 400 imprese e associazioni e di effettuare una ricognizione delle caratteristiche e dei loro bisogni e interessi e di promuovere i servizi ICE.

Tutte le iniziative sono state realizzate in collaborazione con gli uffici merceologici della sede e con gli uffici della rete estera per ottimizzare le risorse disponibili ed evitare duplicazioni di interventi.

L'organizzazione dei servizi per la realizzazione delle iniziative ha seguito il principio di economicità e sono state applicate le procedure previste dal Sistema di Qualità.

Le attività hanno visto anche la collaborazione strategica con realtà imprenditoriali ed associative presenti sul territorio e in particolare con quei soggetti con cui l'Ufficio, come previsto anche dagli obiettivi annuali, ha sviluppato collaborazioni di partenariato.

TAVOLE

**TAV. 1 – ATTIVITÀ PROMOZIONALE 2017 DISTINTA PER COMMITTENTI**

COMMITTENTE: MINISTERO SVILUPPO ECONOMICO	COSTO TOTALE (Contributo Pubblico+terzi+ altri ricavi)	% sul totale Attività Promozionale	STANZIAMENTO PUBBLICO- MI.S.E./ICE	% Stanziamento Pubblico sul costo totale	CONTRIBUTO TERZI	% Contributo Terzi sul costo totale	Altri Ricavi	CORRISPETTIVI PROMOZIONALI
1. Programma Promozionale MI.S.E. Legge 68/97 (A):	67.154.810,62	54,32	57.115.372,90	85,05	10.017.242,60	14,92	22.195,12	0,00
2. Altri Programmi Promozionali MI.S.E.:	50.282.713,57	40,67	47.198.101,55	93,87	3.078.510,12	6,12	6.101,90	0,00
di cui:								
MI.S.E. altre commesse MISE (D)	256.560,42	0,21	0,00	0,00	256.560,42	100,00	0,00	68.269,35
MI.S.E - Formazione giovani extraeuropei (G)	247.784,83	0,20	247.784,83	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00
MI.S.E. Piano SUD (X)	5.923.565,45	4,79	5.464.906,52	92,26	458.658,93	7,74		397.376,29
Piano Straordinario Ex D.L. 133/14 (U)	34.544.074,47	27,94	33.198.328,35	96,10	1.341.137,68	3,88	4.608,44	0,00
MI.S.E. Fondi Made in Italy (M)	9.310.728,40	7,53	8.287.081,85	89,01	1.022.153,09	10,98	1.493,46	408.856,68
<b>A) TOTALE PROGRAMMI PROMOZIONALI MI.S.E. (1+2)</b>	<b>117.437.524,19</b>	<b>95,00</b>	<b>104.313.474,45</b>	<b>88,82</b>	<b>13.095.752,72</b>	<b>11,15</b>	<b>28.297,02</b>	<b>874.502,32</b>
ALTRI COMMITTENTI:	COSTO TOTALE (Contributo terzi + altri ricavi)	% sul totale Attività Promo- zionale	STANZIAMENTO PUBBLICO MI.S.E./ICE	% Stanziamento Pubblico sul costo totale	CONTRIBUTO TERZI	% Contributo Terzi sul costo totale	Altri Ricavi	CORRISPETTIVI PROMOZIONALI
Ministero per le Politiche Agricole, Alimentari e Forestali (C)	4.697.995,06	3,80	4.659.329	99,18	38.000,00	0,81	666,09	384.784,64
U.E. Collaborazione Industriale (F)	249.299,51	0,20	–	–	249.299,51	100,00	0,00	182.868,70
Committenti Esteri (H)	35.787,80	0,03	–	–	35.787,80	100,00	0,00	250.033,62
Privatistiche ICE (N)	510.502,62	0,41	–	–	510.330,76	99,97	171,86	105.950,24
Privati (P)	150.873,15	0,12	–	–	150.873,15	100,00	0,00	3.600,00
Altri Enti Pubblici di cui parte del Min.Ambiente anni prec.(Q)	153.988,29	0,12	–	–	153.988,29	100,00	0,00	9.000,00
Regioni (R)	386.226,86	0,31	–	–	386.219,57	100,00	7,29	128.553,50
<b>B) TOTALE PROGRAMMI PROMOZIONALI ALTRI COMMITTENTI</b>	<b>6.184.673,29</b>	<b>5,00</b>	<b>4.659.328,97</b>	<b>99,18</b>	<b>1.524.499,08</b>	<b>24,65</b>	<b>845,24</b>	<b>1.064.790,70</b>
<b>TOTALE GENERALE ATTIVITA' PROMOZIONALE 2017 (A + B)</b>	<b>123.622.197,48</b>	<b>100,00</b>	<b>108.972.803,42</b>	<b>88,15</b>	<b>14.620.251,80</b>	<b>11,83</b>	<b>29.142,26</b>	<b>1.939.293,02</b>



**TAV. 2 – ATTIVITÀ PROMOZIONALE 2017  
TOTALE PER SISTEMI MERCEOLOGICI**  
– Valori in euro –

SISTEMI MERCEOLOGICI	SPESA	% SUL TOTALE	di cui CONTRIBUTO TERZI e ricavi	% SUL TOTALE
MODA-PERSONA-TEMPO LIBERO	36.454.417	29,5%	3.243.145	22,1%
AGRO-ALIMENTARE	34.176.616	27,6%	4.608.415	31,5%
MECCANICA ELETTRONICA	22.603.198	18,3%	3.782.817	25,8%
CASA-UFFICIO	11.011.814	8,9%	954.429	6,5%
FORMAZIONE	5.277.121	4,3%	731.712	5,0%
ATTRAZIONE INVESTIMENTI	3.390.480	2,7%	342.595	2,3%
CHIMICA AMBIENTE	1.697.757	1,4%	244.125	1,7%
COLLABORAZIONE INDUSTRIALE	1.318.642	1,1%	3.201	0,0%
PLURISETTORIALE	7.692.153	6,2%	738.956	5,0%
<b>TOTALE</b>	<b>123.622.197</b>	<b>100,0%</b>	<b>14.649.394</b>	<b>100,0%</b>

**TAV.3 – ATTIVITÀ PROMOZIONALE 2017  
TOTALE PER LINEE DI INTERVENTO**  
– Valori in euro –

SISTEMI MERCEOLOGICI E SETTORI	SPESA	% SUL TOTALE	di cui CONTRIBUTO TERZI e ricavi	% SUL TOTALE
MODA-PERSONA-TEMPO LIBERO	36.454.417	29,5%	3.243.145	22,1%
TESSILE ABBIGLIAMENTO	11.134.631	9,0%	973.680	6,6%
SISTEMA MODA	9.216.971	7,5%	110.891	0,8%
PRODOTTI PERSONA (PROFUMI, OCCHIALERIA, GIOIELLERIA)	7.315.983	5,9%	1.228.243	8,4%
AUDIOVISIVO ED EDITORIA	4.940.468	4,0%	348.747	2,4%
CUOIO CALZATURE	3.846.365	3,1%	581.584	4,0%
AGRO-ALIMENTARE	34.176.616	27,6%	4.608.415	31,5%
PRODOTTI AGROALIMENTARI	27.750.676	22,4%	3.071.536	21,0%
VINO DI UVE	5.042.680	4,1%	842.379	5,8%
PRIVATE LABEL	1.383.260	1,1%	694.501	4,7%
MECCANICA ELETTRONICA	22.603.198	18,3%	3.782.817	25,8%
MECCANICA STRUMENTALE	13.310.412	10,8%	3.264.863	22,3%
ENERGIA E AMBIENTE	3.013.985	2,4%	71.511	0,5%
MEZZI DI TRASPORTO E NAUTICA	2.835.544	2,3%	223.727	1,5%
TECNOLOGIA AVANZATA, BIO E NANO TECNOLOGIE	2.648.236	2,1%	103.196	0,7%
ELETTRONICA, APPARECCHI DI PRECISIONE	433.364	0,4%	119.520	0,8%
INFRASTRUTTURE	251.571	0,2%	-	0,0%
SUBFORNITURA	108.349	0,1%	-	0,0%
TERZIARIO AVANZATO	1.736	0,0%	-	0,0%
CASA-UFFICIO	11.011.814	8,9%	954.429	6,5%
MOBILI ARREDO DESIGN	5.309.435	4,3%	154.394	1,1%
MATERIALI DA COSTRUZIONI (MARMI, PIASTRELLE, RIVESTIMENTI E ALTRI MATERIALI)	3.824.909	3,1%	705.543	4,8%
ARTIGIANATO E PRODOTTI PER LA CASA	1.236.015	1,0%	76.800	0,5%
RESTAURO	641.455	0,5%	17.692	0,1%
FORMAZIONE	5.277.121	4,3%	731.712	5,0%
ATTRAZIONE INVESTIMENTI	3.390.480	2,7%	342.595	2,3%
CHIMICA AMBIENTE	1.697.757	1,4%	244.125	1,7%
ENERGIA E AMBIENTE	1.002.541	0,8%	136.175	0,9%
TECNOLOGIA AVANZATA, BIO E NANO TECNOLOGIE	427.829	0,3%	59.950	0,4%
PRODOTTI CHIMICI E FARMACEUTICI	267.387	0,2%	48.000	0,3%
COLLABORAZIONE INDUSTRIALE	1.318.642	1,1%	3.201	0,0%
PLURISETTORIALE	7.692.153	6,2%	738.956	5,0%
<b>TOTALE</b>	<b>123.622.197</b>	<b>100,0%</b>	<b>14.649.394</b>	<b>100,0%</b>

TAV. 4 – ATTIVITÀ PROMOZIONALE 2017  
 TOTALE PER AREE GEOGRAFICHE  
 – Valori in euro –

AREE GEOGRAFICHE	SPESA	% SUL TOTALE	di cui CONTRIBUTO TERZI e ricavi	% SUL TOTALE
NORD AMERICA	29.155.786	23,6%	1.475.700	10,1%
ASIA	25.216.458	20,4%	5.956.071	40,7%
EUROPA	20.874.402	16,9%	4.369.631	29,8%
CENTRO E SUD AMERICA	2.987.989	2,4%	913.713	6,2%
AFRICA	2.521.832	2,0%	805.983	5,5%
OCEANIA	643.047	0,5%	89.100	0,6%
VARI MONDO	7.132.188	5,8%	269.715	1,8%
ITALIA	35.090.495	28,4%	769.481	5,3%
<b>TOTALE</b>	<b>123.622.197</b>	<b>100,0%</b>	<b>14.649.394</b>	<b>100,0%</b>

TAV.5 – ATTIVITÀ PROMOZIONALE 2017 TOTALE PER PAESI  
 – Valori in euro –

PAESI	SPESA	% SUL TOTALE	di cui CONTRIBUTO TERZI e ricavi	% SUL TOTALE
STATI UNITI	22.735.478	18,4%	1.114.151	7,6%
CINA	8.808.957	7,1%	2.186.169	14,9%
FRANCIA	5.135.347	4,2%	1.287.551	8,8%
GERMANIA	5.075.959	4,1%	1.778.831	12,1%
GIAPPONE	4.623.991	3,7%	1.934.458	13,2%
CANADA	3.496.820	2,8%	361.549	2,5%
REGNO UNITO	2.946.874	2,4%	124.027	0,8%
KAZAKISTAN	2.751.131	2,2%	135.845	0,9%
EMIRATI ARABI UNITI	2.428.449	2,0%	442.250	3,0%
RUSSIA	2.224.358	1,8%	251.342	1,7%
IRAN	1.447.564	1,2%	366.410	2,5%
INDIA	1.359.657	1,1%	243.800	1,7%
VIETNAM	1.278.047	1,0%	156.606	1,1%
PAESI BASSI	1.186.839	1,0%	646.131	4,4%
BRASILE	934.789	0,8%	290.269	2,0%
ALGERIA	898.221	0,7%	599.188	4,1%
CUBA	661.107	0,5%	115.220	0,8%
AUSTRALIA	643.047	0,5%	89.100	0,6%
SPAGNA	521.344	0,4%	108.550	0,7%
POLONIA	414.105	0,3%	86.885	0,6%
SERBIA	400.754	0,3%	31.880	0,2%
MESSICO	368.749	0,3%	44.300	0,3%
COLOMBIA	348.022	0,3%	92.028	1,3%
COREA DEL SUD	308.589	0,2%	109.800	0,7%
TURCHIA	306.216	0,2%	–	0,0%
INDONESIA	296.532	0,2%	44.100	0,3%
MAROCCO	282.210	0,2%	46.403	0,3%
ETIOPIA	250.483	0,2%	37.100	0,3%
QATAR	243.059	0,2%	72.000	0,5%
ARABIA SAUDITA	234.215	0,2%	42.100	0,3%
MOZAMBICO	203.748	0,2%	34.939	0,2%
ARGENTINA	200.950	0,2%	13.117	0,1%
SVIZZERA	183.811	0,1%	14.815	0,1%
AZERBAIJAN	176.917	0,1%	20.000	0,1%
PERU'	168.677	0,1%	4.800	0,0%
CONGO	168.280	0,1%	–	0,0%
NORVEGIA	160.648	0,1%	24.500	0,2%
LIBANO	160.127	0,1%	42.000	0,3%



	PAESI	SPESA	% SUL TOTALE	di cui CONTRIBUTO TERZI e ricavi	% SUL TOTALE
	THAILANDIA	157.109	0,1%	79.560	0,5%
	OMAN	139.376	0,1%	–	0,0%
	MALAYSIA	118.470	0,1%	22.000	0,2%
	SVEZIA	105.031	0,1%	–	0,0%
	TANZANIA	85.790	0,1%	7.800	0,1%
	DANIMARCA	81.835	0,1%	5.400	0,0%
	CAMERUN	77.297	0,1%	19.890	0,1%
	UZBEKISTAN	64.262	0,1%	20.000	0,1%
	MYANMAR	57.211	0,0%	11.550	0,1%
	BELGIO	57.162	0,0%	1.000	0,0%
	MACEDONIA	56.332	0,0%	–	0,0%
	SUD AFRICA	55.531	0,0%	15.711	0,1%
	UNGHERIA	51.501	0,0%	11.750	0,1%
	EGITTO	49.941	0,0%	–	0,0%
	PAKISTAN	48.504	0,0%	–	0,0%
	REPUBBLICA DEMOCRATICA CONGO	43.016	0,0%	–	0,0%
	FINLANDIA	42.450	0,0%	–	0,0%
	AUSTRIA	36.901	0,0%	–	0,0%
	KENYA	36.213	0,0%	6.023	0,0%
	SINGAPORE	35.255	0,0%	–	0,0%
	BULGARIA	32.877	0,0%	–	0,0%
	TERRITORI PALESTINESI	30.700	0,0%	–	0,0%
	SLOVENIA	27.766	0,0%	–	0,0%
	ROMANIA	24.788	0,0%	–	0,0%
	GEORGIA	23.431	0,0%	–	0,0%
	ISRAELE	18.333	0,0%	–	0,0%
	ANGOLA	17.678	0,0%	17.678	0,1%
	TAIWAN	14.273	0,0%	2.351	0,0%
	GIORDANIA	13.834	0,0%	–	0,0%
	CILE	12.318	0,0%	–	0,0%
	COSTARICA	11.573	0,0%	–	0,0%
	LUSSEMBURGO	9.401	0,0%	–	0,0%
	TURKMENISTAN	8.802	0,0%	–	0,0%
	TUNISIA	6.457	0,0%	–	0,0%
	CROAZIA	2.704	0,0%	–	0,0%
	ERITREA	903	0,0%	–	0,0%
	IRAQ	436	0,0%	–	0,0%
	MONGOLIA	-151	0,0%	–	0,0%
INIZIATIVE NON RIFERIBILI A UN SOLO PAESE	VARI MONDO	7.132.188	5,8%	269.715	1,8%
	VARI NORD AMERICA	2.923.488	2,4%	–	0,0%
	VARI UNIONE EUROPEA	947.591	0,8%	-3.030	0,0%
	VARI EUROPA	841.811	0,7%	–	0,0%
	VARI ASIA	369.379	0,3%	25.071	0,2%
	VARI AFRICA	346.064	0,3%	21.250	0,1%
	VARI AMERICA CENTRALE E MERIDIONALE	281.805	0,2%	253.980	1,7%
	ITALIA	35.090.495	28,4%	769.481	5,3%
	<b>TOTALE</b>	<b>123.622.197</b>	<b>100,0%</b>	<b>14.649.394</b>	<b>100,0%</b>

TAV.6 – ATTIVITÀ' PROMOZIONALE 2017  
 TOTALE PER TIPOLOGIA DI INIZIATIVA  
 – Valori in euro –

TIPOLOGIA D'INIZIATIVA	SPESA	% SUL TOTALE	di cui CONTRIBUTO TERZI e ricavi	% SUL TOTALE
MANIFESTAZIONI ESPOSITIVE	45.758.315	37,0%	12.735.910	86,9%
POTENZIAMENTO FIERE E INCOMING	27.151.832	22,0%	328.284	2,2%
AZIONI CON LA GDO	12.668.507	10,2%	15.898	0,1%
AZIONI DI COMUNICAZIONE	12.385.825	10,0%	209.055	1,4%
AZIONI DI SUPPORTO ALLA DIGITAL ECONOMY E INDUSTRIA 4.0 (COMPRENDE E-COMMERCE)	6.589.026	5,3%	198.883	1,4%
FORMAZIONE (COMPRENDE ROADSHOW PER LE PMI)	5.796.538	4,7%	771.689	5,3%
GIORNATE TECNOLOGICHE, SEMINARI, CONVEGNI	5.554.127	4,5%	84.200	0,6%
INDAGINI, STUDI, TASK FORCE, DESK, SITI WEB	3.700.344	3,0%	206.342	1,4%
MISSIONI IMPRENDITORIALI	2.150.109	1,7%	24.956	0,2%
ALTRE ATTIVITÀ DI SUPPORTO ALLA PROMOTION	1.867.575	1,5%	74.177	0,5%
<b>TOTALE</b>	<b>123.622.197</b>	<b>100,0%</b>	<b>14.649.394</b>	<b>100,0%</b>





.....



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e  
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Via Liszt, 21  
00144 Roma

[www.ice.gov.it](http://www.ice.gov.it)