

L'ATTIVITÀ PROMOZIONALE DELL'AGENZIA ICE NEL 2019



20
19



L'ATTIVITÀ PROMOZIONALE DELL'AGENZIA ICE NEL 2019

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

redattori: Silvio Bevilacqua, Francesca Mauri, Beatrice Santelli

Layout grafico e impaginazione

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

INDICE

PREMESSA	6	ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI	86
AGROALIMENTARE E VINI	20	ALTRE ATTIVITÀ DI SUPPORTO ALLA PROMOTION	91
BENI DI CONSUMO	32	ATTIVITÀ UFFICIO ICE DI MILANO	96
TECNOLOGIA INDUSTRIALE, ENERGIA E AMBIENTE	45	TAVOLE	101
PARTENARIATO INDUSTRIALE E RAPPORTI CON GLI ORGANISMI INTERNAZIONALI	64		
MARKETING, SERVIZI ALLE IMPRESE E FORMAZIONE	72		

PREMESSA

OVERVIEW

Nel 2019 è proseguito il grande impegno dell'ICE-Agenzia per sostenere le imprese italiane nel processo di internazionalizzazione e conquista dei mercati esteri.

In questo periodo, è andata a pieno regime la quarta 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 quinta annualità.

A settembre 2018 si è riunita la Cabina di Regia per l'internazionalizzazione delle imprese^[1] che ha indicato le linee guida e l'indirizzo strategico per le attività da realizzare nel corso del 2019, confermando il supporto di Istituzioni e *stakeholders* alle attività promozionali dell'ICE-Agenzia.

Nel 2019 complessivamente l'investimento realizzato per le attività di promozione del Made in Italy finanziate sia dal *Ministero dello Sviluppo Economico (Mise)*^[2] che da *altri committenti* è stata pari a **134,7 milioni di euro**, in lieve diminuzione rispetto all'anno precedente (-6%).

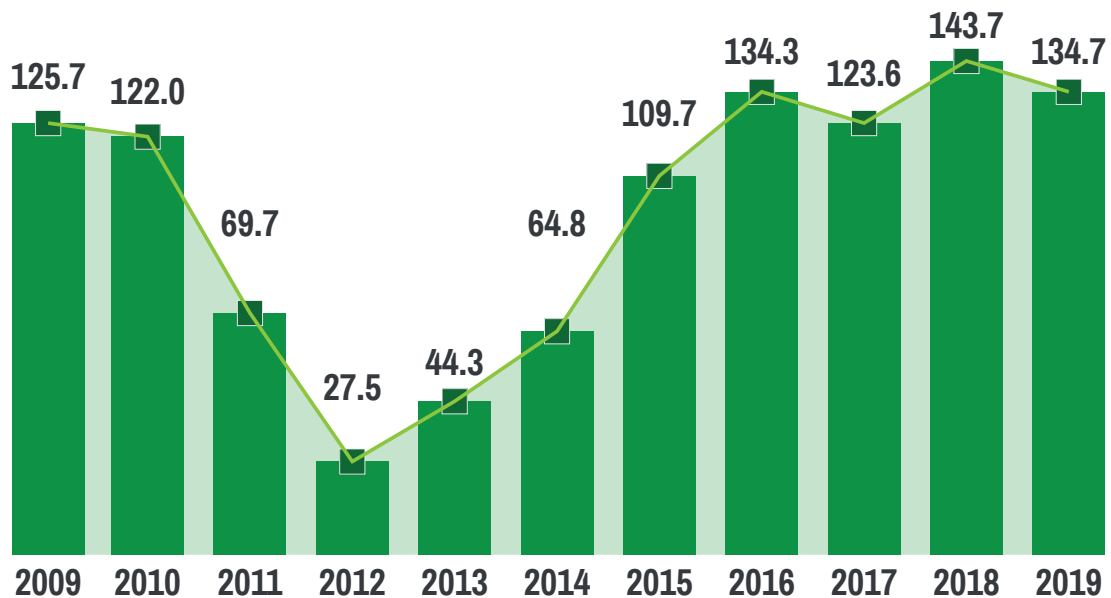
In particolare, i Piani promozionali Mise (ordinari e straordinari) hanno registrato una spesa totale pari a 119,8 milioni (-4 % rispetto al 2018), seguiti dal Piano Export Sud con 9 milioni di spesa (- 14% rispetto al 2018), dal Piano Made in Italy, con una spesa di 4,3 milioni di euro (-25% a causa della mancata autorizzazione dei fondi 2019), e dalle altre attività realizzate a valere su fondi di altri committenti (1,7 milioni di spesa).

1 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.

2 Con il DL. 104 del 21 settembre 2019, a partire dal 1 gennaio 2020, le competenze in materia di internazionalizzazione e promozione del Made in Italy sono state trasferite al *Ministero degli Affari Esteri e delle Cooperazione Internazionale (MAECI)*.

Spesa per attività promozionale 2009-2019

(dati in milioni di euro)



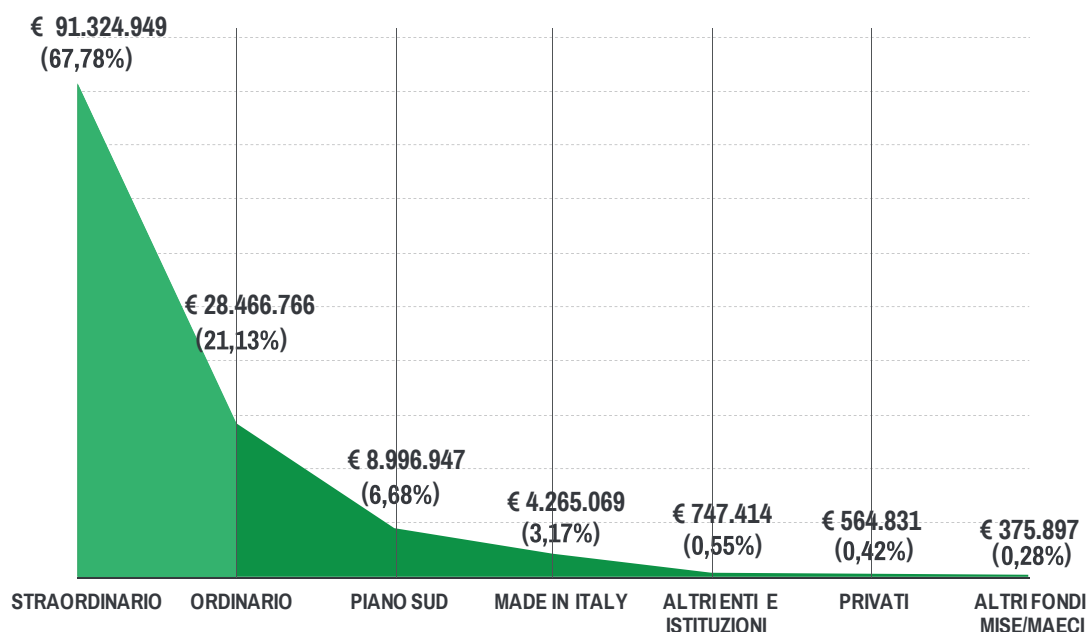
L'apporto del settore privato ai piani realizzati – includendo in tale apporto sia il contributo delle aziende partecipanti alle attività dei Piani promozionali Mise che le attività commissionate interamente da privati – è in lieve calo (15,2 contro i 15,8 milioni di euro del 2018): la sua incidenza sulla spesa totale rimane in linea con gli anni precedenti (11%).

Questo il dettaglio delle principali voci in cui è ripartito l'investimento promozionale complessivo registrato nel 2019 (le voci comprendono il contributo privato):

- 119,8 milioni di euro (88,9% della spesa totale) per iniziative dei *Piani Promozionali annuali e straordinari ICE-Mise* (di cui 91,3 milioni relativi al solo Piano straordinario);
- 9 milioni di euro (6,7% del totale) per gli interventi finanziati dal Mise per il *Piano export Sud*;
- 4,3 milioni di euro (3,2% del totale) per il *Programma straordinario di promozione del Made in Italy* finanziato dal Mise;
- 0,7 milioni di euro per attività finanziate da altri Enti e Istituzioni (altri Ministeri, Regioni ecc.);
- 0,6 milioni di euro per iniziative commissionate all'ICE-Agenzia da *Privati o finanziate esclusivamente su fondi privati*;
- 0,4 milioni di euro per *altre attività finanziate dal Mise*.

Ripartizione della spesa promozionale 2019 per programmi o committenti

(valori in percentuale e in euro)



Anche nel 2019 le attività del **Piano Promozionale ordinario e straordinario** hanno rappresentato la parte più rilevante della promotion dell'ICE (**88,9% pari a 119,8 milioni di euro**).

Come noto il Piano viene definito 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 scaturisce dal confronto continuo con le categorie produttive ed il mondo associativo in generale, affinché gli interventi siano in linea con le esigenze delle imprese.

Il Piano viene finanziato 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 fino al 2019, dal 2020 del MAECI. 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 comunicativo), del mercato-obiettivo e delle modalità di intervento.

Il **Piano export Sud** ha registrato una spesa di **9 milioni di euro** che ha riguardato prevalentemente attività inserite nel Secondo programma operativo (2018) e nel Terzo programma operativo (2019).

Alle azioni del piano ordinario annuale 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 2019 hanno fatto registrare una spesa di **4,3 milioni di euro**.

L'attività realizzata per conto di altri **Enti e Istituzioni** (tra cui Regioni e Unione Europea) ha registrato spese per **0,7 milioni di euro**;

Infine **0,6 milioni di euro** sono le spese imputabili ad iniziative – per lo più grandi collettive a fiere internazionali di richiamo – finanziate esclusivamente con il **contributo privato delle stesse aziende partecipanti**.

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 0,4 milioni di euro.

L'ATTIVITÀ PROMOZIONALE

Anche nel 2019 l'ICE-Agenzia ha dato attuazione alle misure previste nel quadro degli interventi del piano straordinario e degli altri programmi di promozione in coerenza con le linee guida della Cabina di regia per l'Italia internazionale, supportando il potenziamento di grandi eventi fieristici italiani, concludendo accordi con catene distributive nei principali mercati, realizzando importanti campagne di comunicazione per promuovere l'immagine del Made in Italy all'estero e per contrastare il fenomeno dell'Italian sounding, attuando iniziative innovative per promuovere l'accesso all'e-commerce e continuando a mettere in atto, nel contempo, le tradizionali iniziative di supporto alle piccole e medie imprese come ad esempio le partecipazioni collettive alle principali fiere internazionali di settore, le attività di incoming, gli interventi di formazione ed informazione, tra cui i Roadshow per l'internazionalizzazione.

Per assicurare continuità agli interventi avviati, alla luce dei positivi risultati conseguiti nel primo triennio di attuazione, il governo ha stanziato ulteriori risorse da destinare alla prosecuzione delle misure del Piano straordinario – **140,6 milioni di euro per il solo 2019** - con particolare riferimento ai progetti promozionali focalizzati sui settori ad alta tecnologia, alle campagne presso la GDO integrate con azioni a favore dell'e-commerce, alle azioni a sostegno delle manifestazioni fieristiche italiane e alle campagne di comunicazione strategica a favore del Made in Italy.

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.

Nel 2019 le imprese italiane 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 19.000 (in diminuzione rispetto alle circa 23.000 del 2018).

SETTORI, PAESI E STRUMENTI DELL'INTERVENTO PROMOZIONALE

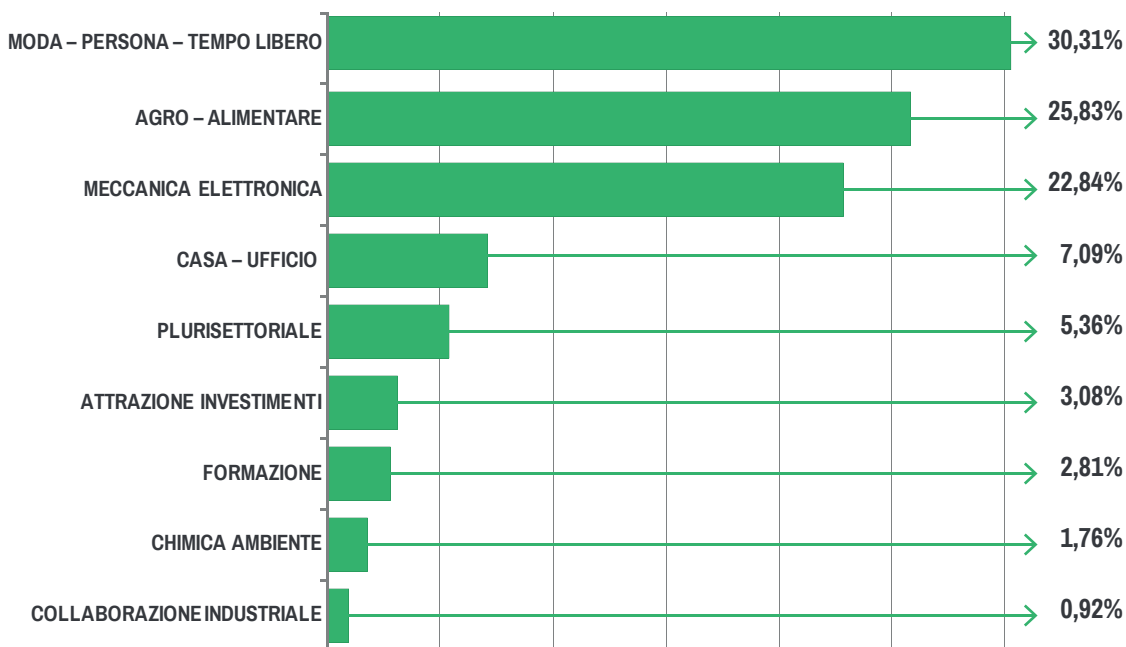
Le risorse promozionali sono state destinate prevalentemente al sistema moda-persona-tempo libero, che ha registrato uno speso di 40,8 milioni di euro (pari al 30,3% del totale) e al comparto agroalimentare, con 34,8 milioni di euro (25,8%).

Sempre di rilievo la quota destinata al comparto meccanica ed elettronica pari a 30,8 milioni (22,8% del totale). A seguire la spesa a sostegno degli altri sistemi merceologici, dall'ambito casa-ufficio (9,6 milioni, il 7%) al settore chimica e ambiente (2,4 milioni, 1,8%). Tale distribuzione delle risorse riflette gli indirizzi prioritari delineati dal piano straordinario, che vede nei due aggregati del sistema moda e dell'agroalimentare gli ambiti privilegiati delle linee di intervento previste, soprattutto per quanto riguarda le azioni con le catene della GDO, con i player operanti nell'e-commerce, e l'organizzazione di campagne di comunicazione e di contrasto all'Italian sounding.

Per quanto riguarda l'attività di promozione a carattere trasversale, non connotata settorialmente, si evidenzia la rilevanza degli interventi di attrazione degli investimenti, della formazione, della collaborazione industriale e del plurisetoriale che, nel loro complesso, hanno assorbito circa 16,4 milioni, il 12,2% delle risorse totali.

Ripartizione spesa Piano annuale per sistema merceologico

((valori in percentuale e in euro)



Dal punto di vista geografico, il 2019 ha visto una grande crescita delle attività rivolte ai mercati asiatici che, raggiungendo i 30,1 milioni di euro di spesa (il 22,3% del totale), si posizionano al primo posto tra le aeree di intervento. La Cina rimane la principale destinazione asiatica degli interventi con 14,4 milioni di euro di spesa.

Il Nord America si conferma, anche nel 2019, una delle principali aree geografiche per l'attività dell'ICE. Con un investimento pari a 27,4 milioni di euro (20,3% del totale), i fondi sono stati principalmente destinati agli Stati Uniti (23,5 milioni di euro) che rimane il primo mercato di destinazione dell'attività promozionale.

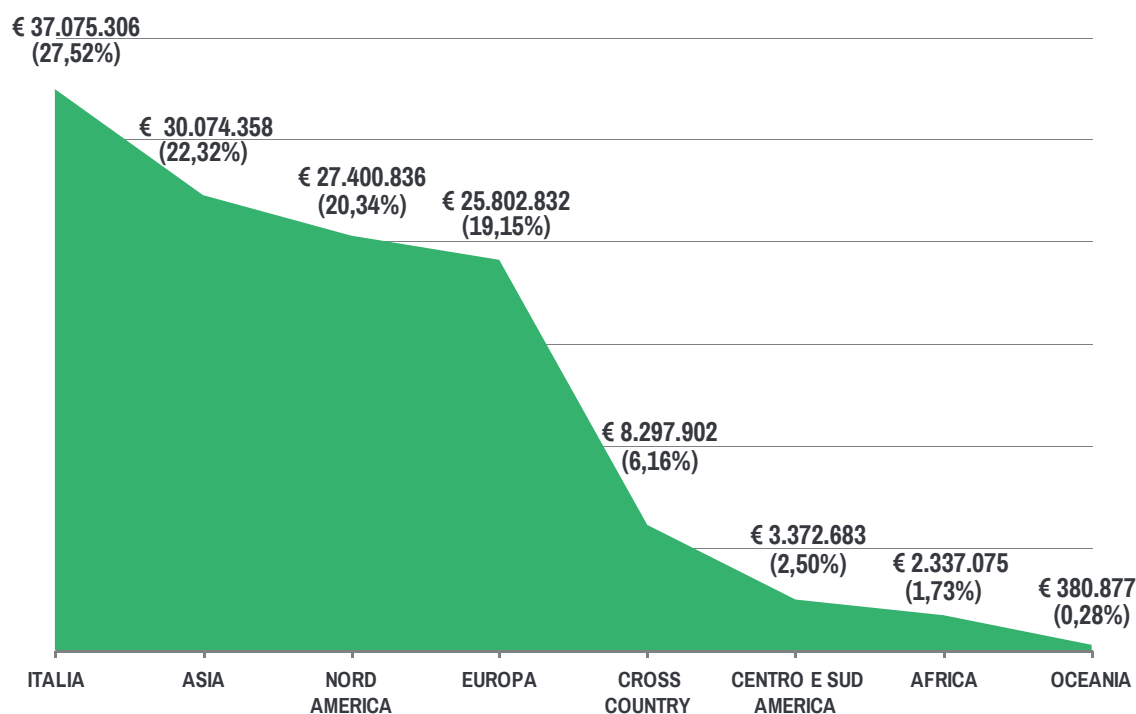
Lo speso per i mercati europei è pari a 25,8 milioni di investimento (19,2% sul totale). Le iniziative hanno interessato principalmente Francia, Germania, Russia e Regno Unito. Seguono Centro e Sud America (3,4 milioni), Africa (2,3 milioni) e Oceania (0,4 milioni).

Sempre rilevante l'impegno finanziario a sostegno delle iniziative a favore dell'internazionalizzazione svolte in

Italia, tra le quali rientrano i progetti di potenziamento dei grandi eventi fieristici, le azioni di incoming di operatori esteri, la formazione, i convegni e i seminari, con uno speso totale di 37,1 milioni, e le azioni promozionali e di comunicazione Cross-Country che hanno interessato più aree geografiche, con un totale di 8,3 milioni di speso.

Ripartizione investimenti Piano annuale per aree geografiche

(valori in percentuale in euro)

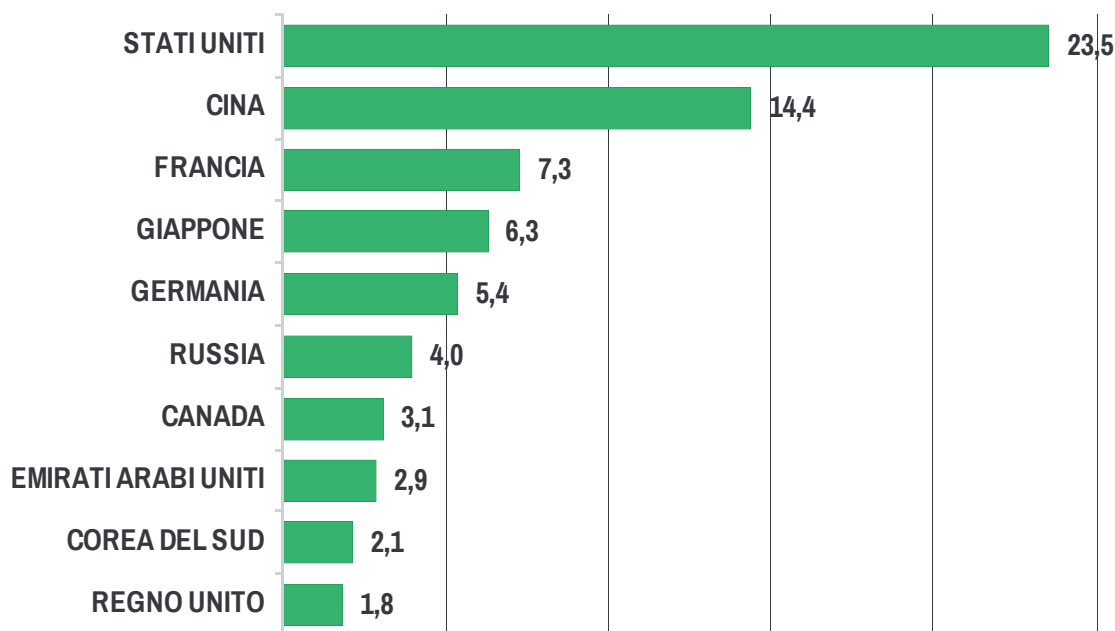


Tra i principali mercati dell'attività promozionale 2019, si conferma il forte impegno negli Stati Uniti, primo Paese per entità dell'investimento promozionale, con 23,5 milioni di euro, al secondo posto la Cina con 14,4 milioni.

Consistente impegno di risorse destinate a Francia (7,3 milioni), Giappone (6,3 milioni), Germania (5,4 milioni) e Russia (con 4 milioni). Non può non essere citato l'impegno per altri Paesi come il Canada, Emirati Arabi, Corea del Sud e regno Unito con importanti importi investiti.

I primi 10 Paesi dell'investimento promozionale 2019

(dati in milioni di euro)



Nel 2019 sono state realizzate complessivamente **circa 850 iniziative promozionali, di cui 720 finanziate con fondi del Piano ordinario e straordinario.**

Le manifestazioni espositive continuano a rappresentare, come in passato, la tipologia di intervento prevalente; ad esse è destinato il 36,9% delle risorse complessive (pari a 49,7 milioni di euro), quota in aumento rispetto allo scorso anno quando rappresentava il 33% dello speso. Seguono le attività per il potenziamento delle principali manifestazioni fieristiche italiane e gli incoming in Italia (30,6% della spesa totale) e le azioni di partnership con la GDO (10,3% del totale). È crescente l'attenzione per le azioni di comunicazione (10%), prevalentemente campagne di contrasto all'Italian sounding, e per le nuove attività di formazione (6,7% dello speso) rivolte a PMI, start up e giovani laureati.

Nel 2019 si è dato anche maggiore supporto alla digital economy, con azioni volte a favorire l'accesso alle piattaforme digitali e a promuovere l'e-commerce (3,6% del totale speso).

Si segnala inoltre l'organizzazione di giornate tecnologiche, seminari, convegni e missioni imprenditoriali all'estero in coincidenza con visite governative e istituzionali, in occasione delle quali l'ICE ha accompagnato le aziende italiane partecipanti con lo scopo di esplorare nuovi mercati e stabilire contatti con le controparti estere.

Ripartizione investimento totale per tipologia di iniziativa

(valori in percentuale)



CLIENTELA PROMOZIONALE E CUSTOMER SATISFACTION

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 2019, pari a 18.636.

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 2019 nell'attività di promotion è stato pari a 16.573, mentre circa 93.000 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 2019 è proseguita la valutazione dell'efficacia dei servizi promozionali erogati alle imprese dall'ICE Agenzia, realizzata in genere tramite la somministrazione di questionari ai partecipanti durante lo svolgimento delle iniziative.

Questa rilevazione ha registrato una media di soddisfazione globale pari a 4,39 (su una scala da 1 a 5) su un totale di 2.722 questionari compilati dalle aziende partecipanti.

Tale rilevazione è 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.

La MG Research, società specializzata in sondaggi, incaricata dell'indagine, ha proceduto nella rilevazione secondo la metodologia CATI-CAWI, che ha portato alla realizzazione di 2.919 interviste rivolte ad altrettante imprese.

All'interno di tale indagine si rileva che i servizi di promozione nel complesso del 2019 evidenziano una soddisfazione media di 4,2 (su scala da 1 a 5) per l'organizzazione dell'evento da parte del personale ICE, e di 4,3 per le prestazioni professionali dello staff ICE-Agenzia durante gli eventi promozionali.

Buona la propensione delle aziende a partecipare nel futuro ad una iniziativa organizzata da ICE Agenzia, con l'84% di risposte positive.

I progetti strategici di ICE Agenzia

La strategia nella grande distribuzione organizzata (GDO)

Una parte fondamentale della strategia promozionale dell'Agenzia, anche per l'anno 2019 è stata svolta da accordi con la GDO in tutto il mondo, con particolare riferimento ad alcuni mercati prioritari (USA e Canada, Giappone, UK, Russia, Svizzera e Paesi ASEAN). L'attività, che ha coinvolto 1100 imprese italiane in 19

progetti nei settori dei beni di consumo e dell'agroalimentare e vini, consisteva nella definizione di articolate campagne di marketing e di sensibilizzazione della clientela locale, focalizzate ad aumentare la conoscenza ed i consumi nei confronti dei prodotti italiani. Ciascuna catena, a fronte di un investimento promozionale dell'Agenzia, si è impegnata ad effettuare acquisti aggiuntivi di prodotti di qualità italiana da distribuire nei suoi punti vendita sul territorio, anche in modalità online. Inoltre, le catene sono state incentivate ad ampliare la gamma di prodotti italiani in assortimento e a considerare nuovi fornitori. A tale scopo, l'Agenzia ha pure fornito il suo supporto ad azioni di scouting internazionale, coinvolgendo i buyer delle GDO in specifiche iniziative di promozione settoriali (incoming, workshop, eventi fieristici in Italia, ecc).

La strategia digitale

L'anno 2019 ha visto il lancio di accordi con player primari del commercio elettronico mondiale: Amazon, sui mercati maturi dell'Europa Occidentale (UK, Germania, Francia e Spagna) e gli Stati Uniti; Alibaba con Hello ITA, per il mercato cinese.

L'accordo con Amazon ha coinvolto 400 aziende, che hanno avviato un percorso di formazione che porta all'attivazione di uno store digitale sulla vetrina Made in Italy presente sui marketplace dei mercati target. La vetrina rappresenta una speciale area dedicata all'offerta del vero Made in Italy su Amazon, a supporto della quale l'Agenzia ha avviato una massiccia campagna di digital advertising per convogliare visitatori e potenziali acquirenti.

Sugli store online dell'ecosistema di Alibaba, cioè TMall e TMall Global, l'Agenzia ha creato uno spazio virtuale di aggregazione degli e-store del Made in Italy, chiamato Brand Hub Hello ITA, dove sono confluiti 110 marchi. All'interno di quest'area virtuale è stata realizzata una campagna di storytelling del Made in Italy dal grande impatto sul consumatore. Il successo della campagna è stato riconosciuto anche della piattaforma stessa che ha conferito il primo premio a Hello ITA tra gli altri Brand Hub per la qualità della sua comunicazione. Infine, si è confermata la validità del progetto "OCADO – the online supermarket", per il mercato del Regno Unito con i prodotti di più di 150 aziende coinvolte nella piattaforma digitale inglese.

La strategia nell'ambito delle start up: Global Start Up Program 2019

Tra le attività promozionali 2019 dedicate alle start up, Agenzia ICE, su impulso del Ministero dello Sviluppo Economico, ha organizzato e concluso un percorso integrato di sviluppo all'estero denominato Global Start Up Program riservato ad un massimo di 120 start up innovative italiane, impegnate nello sviluppo di innovazioni di prodotti/servizi: obiettivo e struttura del progetto Global Start Up Program – GSUP è quello di presentarle su 6 principali mercati internazionali (USA, UK, Cina, Giappone, Corea del Sud e Slovenia) con

obiettivi di formazione, promozione e crescita/accelerazione.

Nello specifico, il GSUP è stato progettato per rafforzare le capacità tecniche, di mercato, organizzative e finanziarie delle start up con potenzialità di scale-up in nuovi mercati competitivi con particolare riferimento ai settori dell' ICT (blockchain, intelligenza artificiale, cyber security, Industria 4.0, fintech), automotive e robotica (batterie e auto elettriche, guida autonoma, future mobility, app per il carsharing e relativi web services), medtech (attrezzature medicali e app, life sciences), circular economy (emissioni low carbon, materiali innovativi e sostitutivi della plastica), altri settori innovativi.

Il GSUP è unico nel suo genere sia come tipologia che come dimensione in Europa, è stato realizzato in una tempistica record nonostante la notevole complessità organizzativa: la progettazione è stata completata nel corso del mese di febbraio 2019; il GSUP è stato lanciato nel mese di marzo e si è concluso nel corso del mese di ottobre 2019 per 82 startup e nel mese di novembre per altre 7 start up.

Inoltre, il GSUP è stato presentato all'Osservatorio Europeo sull'implementazione dello Small Business Act come misura nazionale a favore delle startup italiane, rapporto che è stato pubblicato nel mese di novembre sul sito della DG Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs (https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/performance-review_en).

Formato

Il formato ha portato a rafforzare pertanto la capacità di (i) comprendere le modalità per promuovere lo scale-up internazionale, (ii) imparare a definire il percorso di tutela della proprietà intellettuale a livello internazionale, (iii) accedere a investitori, partner e clienti internazionali, (iv) identificare rischi e modalità di avvio della start-up nei mercati internazionali.

La struttura è stata impostata in tre fasi avendo ben presenti le seguenti esigenze formative e di policy:

1. fase di formazione in aula in Italia: periodo mirato all'implementazione e al consolidamento delle competenze tecnico-manageriali per lo scale-up internazionale; comprensione degli strumenti di tutela della proprietà intellettuale nei mercati internazionali; elaborazione di un project project work dell'attività all'estero delle start up; approfondimento delle filiere tecnologiche di riferimento delle aziende partecipanti;
2. fase di incubazione/accelerazione all'estero presso incubatori-host (acceleratori) partner del progetto: questa fase di Scale-up & Sale ha avuto l'obiettivo di favorire l'accesso al mercato tramite alleanze strategiche all'estero (gestite dagli Uffici ICE della rete estera), attraverso l'interazione con potenziali

finanziatori, confronti competitivi con clienti locali (testbed), acquisizione di certificazioni e validazioni secondo tecniche utilizzate nei paesi target;

3. fase di promozione attraverso eventi di B2B e/o fiere: completata la fase all'estero, le start up stanno già partecipando ad eventi promozionali (fiere di settore e altre iniziative per l'attrazione degli investimenti in Italia) organizzati da Agenzia ICE.

I partecipanti hanno avuto accesso a materiali didattici con un taglio pratico e l'assistenza di tutor e coach specializzati per tutta la durata del programma, in particolare: un coach selezionato da ICE che ha operato a distanza, un tutor locale e l'assistenza dell'Ufficio ICE locale

Valutazione risultati

Per una corretta valutazione qualitativa, si è effettuata una ricognizione seguendo un metodo standardizzato e oggettivo e sono stati così definiti 5 indicatori di risultato:

1. "Innovation evidence", inteso come grado di sostenibilità del progetto nel contesto Paese;
2. "IPR evidence" riguarda il grado di competitività (validità e protezione) dell'IPR proprietario nel contesto di IPR simili e concorrenti;
3. "Testing and technical validation evidence" si riferisce al grado di idoneità del progetto alla presentazione a possibili clienti;
4. "Investment readiness evidence" misura il grado di attrattività della start up, rispetto alle valutazioni degli investitori locali (incontri e/o contatti per scale up);
5. l'obiettivo "Additional Improvement Areas" si riferisce ad altro rilevabile in termini di miglioramento della struttura di governance, della comunicazione e di conseguenza del potenziale della start up.

19 delle start up partecipanti hanno sviluppato partnership estere e avviato contatti con investor, 31 invece sono in contatto per crearne e 37 sono tornate con un netto miglioramento nelle capacità di comunicazione e di presentazione del proprio progetto sia sul piano social che di marketing.

Sono stati più di 700 in 3 mesi i post pubblicati autonomamente dalle start up e che sono stati raccolti intorno all'hashtag #Globalstartupprogram. È stato poi costituito e regolato dall'Agenzia ICE un forum su LinkedIn "GSUP group".

A conclusione delle attività e a testimonianza del lavoro svolto, è stato inoltre richiesto agli uffici esteri di realizzare dei videoclip coinvolgendo il personale ICE, le start up e gli incubatori.

AGROALIMENTARE E VINI

Il settore agroalimentare italiano rappresenta un'eccellenza che primeggia sul piano della qualità, della sicurezza alimentare, dell'innovazione tecnologica, 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 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 2018 è stato di 140 miliardi di Euro per l'industria alimentare (+2%). Secondo Federalimentare, la produzione 2018 dell'industria alimentare ha confermato con crescente fatica i profili di crescita che si erano affacciati nel corso dell'anno. Dicembre ha chiuso infatti con un -4,0% nel confronto col dicembre 2017, a parità di giornate lavorative. Ne è uscito un aumento del +1,1% a consuntivo sui dodici mesi, dopo il +1,7% dell'anno precedente.

In materia di certificazioni, l'Italia si conferma leader anche nel 2019 con ben 824 Indicazioni Geografiche (300 prodotti DOP, IGP, STG - 524 vini DOCG, DOC, IGT) registrate a livello europeo. Secondo gli ultimi dati disponibili (2018) il valore totale della produzione certificata è di 16,2 miliardi di Euro (+6%) e quello dell'export di 9,5 miliardi di Euro (+2,5%). Il peso delle DOP/IGP è equivalso al 20% dell'intero comparto agroalimentare nazionale.

L'EXPORT

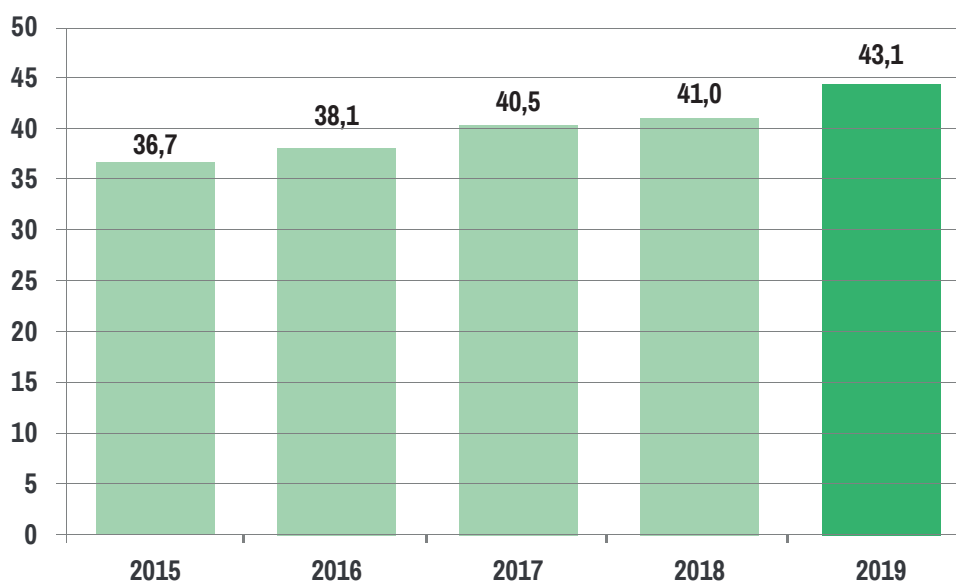
Secondo i dati elaborati dalle statistiche ISTAT, il totale delle esportazioni del comparto agroalimentare per il 2019 si attesta ad un valore di circa 43 miliardi di €. In particolare, questo valore comprende al suo interno 3 macro categorie che sono rispettivamente: *AA Prodotti dell'agricoltura, pesca e silvicoltura (di cui nello specifico le sottocategorie 011 - Prodotti di colture agricole non permanenti, 012 - Prodotti di colture permanenti, 013 - Piante vive, 014 - Animali vivi e prodotti di origine animale e 030 - Pesci ed altri prodotti della pesca; prodotti dell'acquacoltura), CA 10 Prodotti alimentari e CA 11 Bevande*. Come si evince dal grafico, le esportazioni del settore agro-alimentare hanno mostrato nel corso di questi ultimi 5 anni un trend crescente che ha portato, come prima accennato, ad un

valore complessivo pari a 43,1 miliardi di euro nel 2019, con un +3,7% rispetto al 2018 (con un valore pari a 41 miliardi di euro).

L'Industria Alimentare italiana rappresenta il secondo settore produttivo dopo il Settore Metalmeccanico e contribuisce per circa l'8% del PIL nazionale, con una quota sul totale delle esportazioni 2019 pari al 9,06%.

Andamento Esportazioni Settore Agro-alimentare 2015-2019

(valori in miliardi di euro)



Fonte: elaborazioni ICE/Dati ISTAT

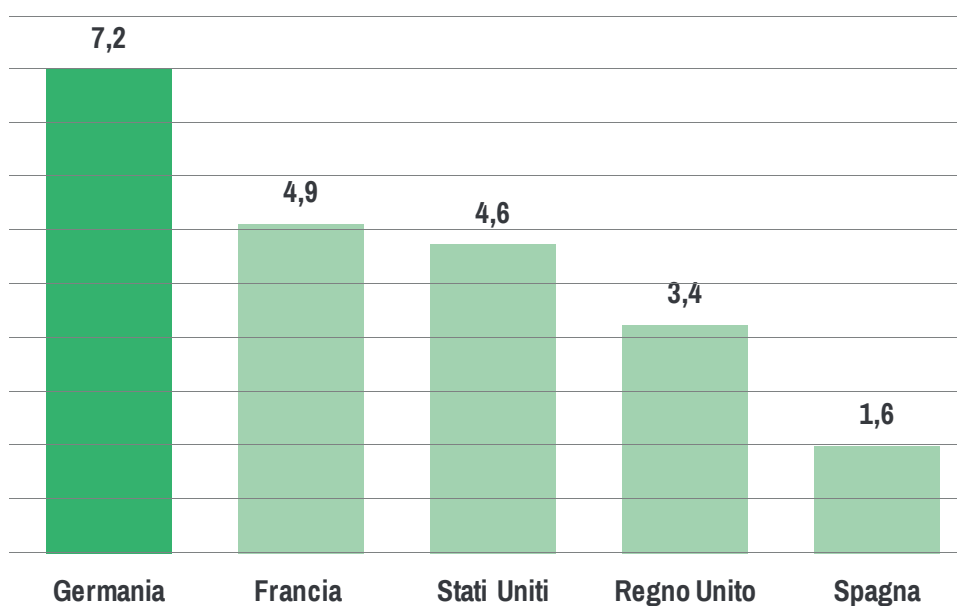
I primi 5 Paesi Top Clients relativi all'intero settore agro-alimentare sono rimasti invariati negli anni che vanno dal 2016 al 2019. In particolare, per quest'ultimo anno, la classifica è composta rispettivamente da Germania (con un valore delle importazioni dall'Italia pari a 7,2 miliardi di €), Francia (4,9 miliardi di €), Stati Uniti (4,6 miliardi di €), Regno Unito (3,4 miliardi di €) e Spagna (1,6 miliardi di €).

Per quanto riguarda invece i primi 5 Paesi Top Performers, sono presenti rispettivamente gli Stati Uniti (con un +11% rispetto al 2018), Repubblica Ceca (+9,5%), Australia (+9,1%), Giappone (+7,9%), e Russia (7,4%).

La ripartizione delle quote relative alle aree geografiche vede invece alla prima posizione l'Unione Europea (con una quota totale pari al 65,08% del totale delle esportazioni), seguita da America Settentrionale (12,80%), Paesi Europei Non UE (7,58%), Asia Orientale (5,76%), Medio Oriente (3,10%) ed Oceania (1,6%).

Top 5 Clients Settore Agro-alimentare 2019

(valori in miliardi di euro)

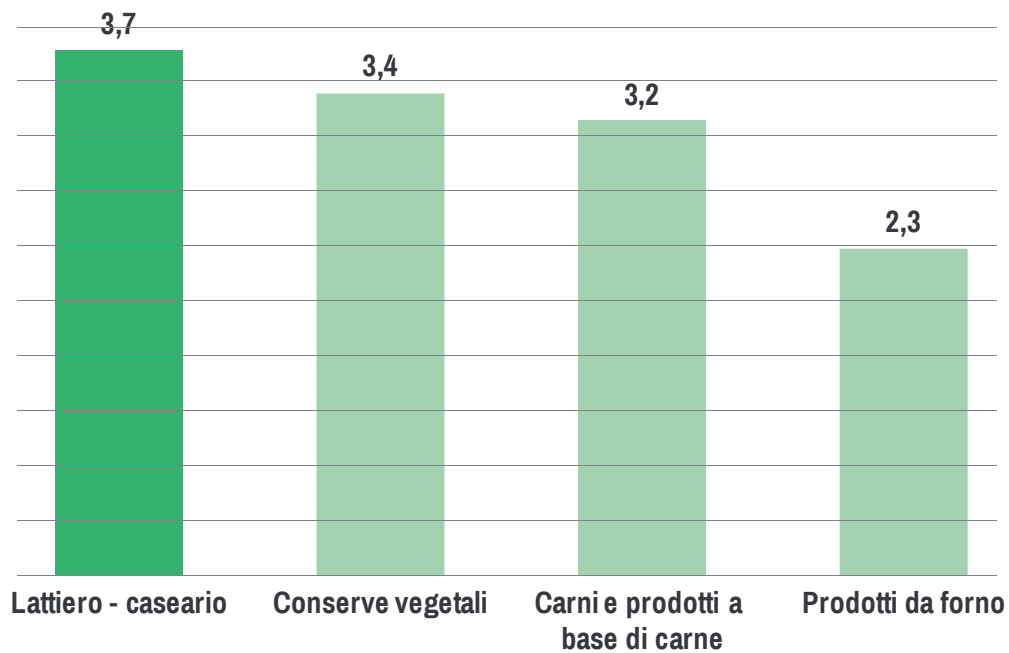


Fonte: elaborazioni ICE/Dati ISTAT

COMPOSIZIONE EXPORT

Composizione Export dei prodotti alimentari

(Valori in miliardi di euro)



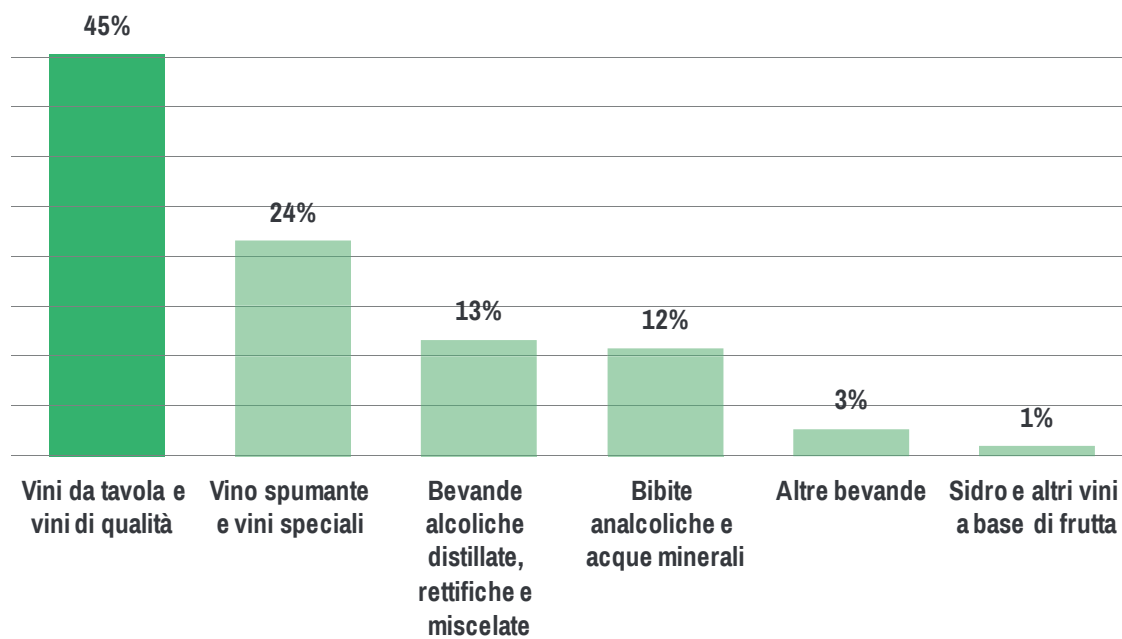
Fonte: elaborazioni ICE/Dati ISTAT

Tra i principali settori, l'esportazione dei prodotti alimentari nel 2019 è stata dominata dal comparto del "Lattiero Caseario" (circa 3,7 miliardi di €), "Conserve Vegetali" (circa 3,4 miliardi di €), "Carni e prodotti a base di carne" (circa 3,2 miliardi di €) e "Prodotti da forno" (circa 2,3 miliardi di €).

BEVANDE

Composizione Export delle bevande

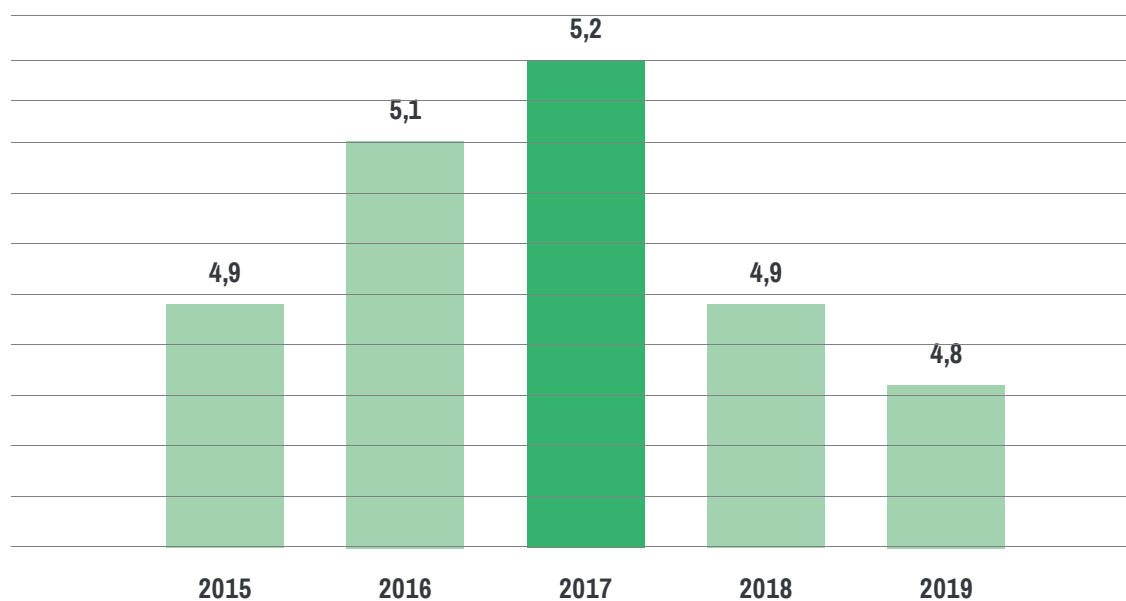
(Valori in percentuale)



Fonte: elaborazioni ICE/Dati ISTAT

I vini rappresentano il primo segmento di esportazione per il settore delle bevande e hanno chiuso il 2019 con un export di poco superiore ai 6,4 miliardi di euro.

Ortofrutta

Andamento comparto Ortofrutta 2015 – 2019*(valori in miliardi di euro)*

Il comparto dell'Ortofrutta ha mostrato, per il 2019, un lieve calo del - 0,9%, passando da un valore export al 2018 di circa 4,9 miliardi di € ai 4,8 del 2019. Tra i principali top clients troviamo invece la Germania (con circa 1,2 miliardi di euro), la Francia (circa 463 milioni di euro), l'Austria (circa 274 milioni di €), la Svizzera (circa 228 milioni di euro) ed il Regno Unito (circa 221 milioni 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, alle 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 2019 le iniziative e gli stanziamenti sono aumentati 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 2019, comprese quelle calendarizzate nell'ambito della 3° annualità Piano Export Sud sono state complessivamente 190, così suddivise:

- **42 incoming** di operatori e giornalisti esteri in Italia
- **19 azioni presso la GDO** (Regno Unito, Canada, USA, Cina e Hong Kong, Qatar, Polonia, Svizzera) tramite accordi
- **46 azioni al consumo** in USA, Canada, Europa, Asia e Oceania
- **3 azioni di comunicazione** sul vino in Cina e USA e Canada
- **10 B2B** in paesi esteri
- **45 partecipazioni collettive e Punti Italia** a fiere internazionali
- **10 Borse Vini** con degustazione (workshop) – oltre 5300 buyer esteri intervenuti complessivamente
- **15 Corsi di formazione** ed eventi promozionali sul vino in Cina (in quattro città) e Stati Uniti (in undici città)

Le attività promozionali appena citate hanno coinvolto 2.864 aziende esportatrici e hanno visto la partecipazione di 1.693 operatori esteri.

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 fin dal 2014, 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.

PROGETTO AMAZON

La collaborazione tra ICE e AMAZON nasce con l'obiettivo di realizzare un piano di sviluppo per le vendite all'estero, dedicato principalmente alle piccole e medie imprese italiane, all'interno della sezione Made in Italy del marketplace Amazon.

La sezione Made in Italy del marketplace Amazon è una vetrina presente all'interno del portale Amazon, dove si esprime la qualità italiana attraverso percorsi dedicati nelle sezioni "Cucina e cantina" (Food & Wine), "Casa e arredo" (Design), "Abiti e accessori" (Fashion) e "Bellezza e benessere" (Beauty).

Le azioni specifiche del progetto sono:

- aiutare le imprese a dare visibilità ai propri prodotti nella vetrina Made in Italy di Amazon e sui siti esteri Amazon in Spagna, Francia, Germania, Regno Unito e USA per portarle a vendere online in questi marketplace;
- supportare le imprese nel processo di digitalizzazione nell'e-commerce mediante eventi di formazione offline e online (webinar). In particolare, Amazon fornisce l'accesso a materiale consultabile online su come sviluppare al meglio il percorso di vendita;

- sostenere l'avvio di specifiche campagne di marketing online sui siti Amazon.co.uk, Amazon.de, Amazon.fr, Amazon.es e Amazon.com;
- dare una visibilità dedicata ai nuovi prodotti inseriti nella vetrina Made in Italy di Amazon tramite banner (shoveler) e pagine specifiche, convogliando traffico verso la nuova selezione caricata.

Inoltre, dal 13 dicembre 2019 e per i successivi 18 mesi sarà attivo il piano di marketing finanziato dall'Agenzia ICE a favore delle aziende della vetrina Made in Italy che beneficeranno di un flusso aggiuntivo di traffico generato dalle campagne di advertising digitale finanziate dall'Agenzia ICE.

Il target è di 600 nuove aziende nella vetrina Made in Italy di Amazon di cui 350 nella condizione di zero export.

FOOD2CHINA

Il Progetto Food2China è un progetto di E-commerce ideato per promuovere i prodotti agroalimentari Italiani tramite il portale Food2China gestito dalla Guangdong Imported Food Association (IFA).

Food2China rappresenta una vetrina B2B online in lingua inglese/cinese in cui le aziende possono presentare i prodotti con l'obiettivo di raggiungere direttamente importatori e distributori cinesi interessati ed agevolare così il loro ingresso nel mercato.

L'accordo tra ICE Guangzhou e l'IFA prevede l'attivazione sul portale Food2China di un padiglione italiano aperto ad un totale di 60 aziende italiane divise in due semestri. Ogni azienda può aderire al progetto per un periodo di 6 mesi durante il quale usufruisce di una vetrina online in cui promuovere i propri prodotti.

Il padiglione italiano è ufficialmente online sul portale Food2China.com dal 20 agosto 2019. A giugno 2020 è partito il II semestre con il secondo gruppo di 30 aziende aderenti al Progetto.

ALTRE INIZIATIVE

Tra le altre iniziative del settore agroalimentare, da evidenziare la partnership di successo esistente tra Agenzia ICE e la catena H.E.B. (USA – 300 punti vendita in Texas e 50 in Messico) fin dal 2015 che sta facendo conseguire dei buoni risultati per i prodotti italiani autentici.

Ulteriori azioni nell'ambito del Piano Straordinario hanno visto il coinvolgimento della Grande Distribuzione a livello globale in un numero crescente di Paesi (Canada, Giappone, Indonesia, Macedonia, Messico, Polonia, Regno Unito, Svizzera e USA), e registrando un alto livello di adesione e di soddisfazione da parte delle aziende coinvolte.

Per quanto riguarda il vino, l'impegno strategico dell'Agenzia ICE ha confermato le consuete priorità definite per Nord America e Asia.

Gli obiettivi della promozione di settore sui mercati strategici hanno riguardato il rafforzamento dell'immagine del vino italiano e il suo migliore posizionamento attraverso il prosieguo delle campagne di comunicazione istituzionale iniziate nel 2018 in Cina e USA, unitamente al presidio delle grandi manifestazioni in Canada (Grandi Degustazioni, evento autonomo annuale).

Altre risorse sono state destinate al consolidamento dei mercati europei, con un grande interesse espresso da Russia, Polonia e Repubblica ceca, al Giappone e alla penetrazione di mercati considerati ancora emergenti in Sud-America ed Estremo Oriente, come Taiwan o la Colombia.

Accanto al vino sono state inserite nuove linee di promozione dedicate alla Birra e agli Spirits: il fenomeno della birra artigianale continua a raccogliere ampio consenso, nonostante si tratti di produzioni di nicchia, mentre decollano gli Spirits italiani, grazie allo sviluppo di nuove tendenze di mixology che hanno permesso ai prodotti italiani di affermarsi non solo nelle principali fiere/festival di settore negli USA e in Canada, ma anche di rientrare a pieno titolo nella didattica offerta ogni anno da USBG - l'associazione dei Bartender USA - ai propri iscritti.

PRINCIPALI PARTECIPAZIONI COLLETTIVE ORGANIZZATE NEL 2019 DALL'UFFICIO AGROALIMENTARE E VINI DELL'AGENZIA ICE NELLE PRINCIPALI MANIFESTAZIONI FIERISTICHE E/O FESTIVAL INTERNAZIONALI:

- Alimentaria in Spagna
- Antad/Alimentaria in Messico
- Biofach in Germania
- Fine Food Australia
- Food & Hotel China in Cina
- Foodex in Giappone
- Fruit Attraction in Spagna
- Fruit Logistica in Germania
- Gourmet Food & Wine in Francia
- Hotelex in Cina

- Natural & Organic in Regno Unito
- PLMA nei Paesi Bassi e a Chicago
- Prodexpo in Russia
- Seoul Food in Corea del Sud
- Anuga in Germania
- Sirha in Francia
- Specialty Food negli Emirati Arabi Uniti
- Worldfood in Russia
- Interfood in Bulgaria
- Vinexpo Bordeaux
- Prowein in Germania
- Prowine Asia Hong Kong
- Prowein Düsseldorf
- Hong Kong Int. Wine&Spirits Fair
- Enoexpo Cracovia in Polonia
- Wine Paris in Francia
- Italian Wine Emotion nella Repubblica Ceca
- Invasion Cocktail nel Québec
- Spirits of Toronto in Canada
- Tales of Cocktail negli USA

PRINCIPALI INCOMING OPERATORI ESTERI 2019:

- Beer attraction (Rimini – febbraio)
- Incoming CIA Abruzzo (Marche – aprile)
- Cibus Connect (Parma – maggio)
- Tuttofood (Milano - biennale)
- Fiera del Bovino da Latte (Cremona – ottobre)
- Flormart (Padova – settembre)
- Gluten Free & Lactose Free Expo (Rimini – novembre)
- Macfrut (Rimini – maggio)
- Marca (Bologna – gennaio)
- Sana (Bologna – settembre)
- Sigep (Rimini – gennaio)
- Vinitaly E Sol & Agrifood (Verona – aprile)
- Vinovip (Cortina d'Ampezzo – luglio)
- Biwa (Milano – settembre)
- Spirits Italia (Varie Italia – settembre)
- Autochtona (Bolzano – Ottobre)
- Vitigno Italia (Napoli – maggio/anteprima novembre)
- Winetowine (Verona – novembre)

BENI DI CONSUMO

TESSILE – ABBIGLIAMENTO - MODA

Nel 2019, in favore del **settore tessile – abbigliamento - moda**, sono state realizzate circa 50 azioni promozionali tra Italia ed estero, con il coinvolgimento di oltre 1.000 aziende italiane e 800 operatori esteri.

Rilevante l'attività in favore del settore **abbigliamento**, nel quale circa 600 aziende hanno partecipato a fiere, mostre, missioni e incontri commerciali. Oltre alla mostra autonoma Moda Italia Tokyo, sono state realizzate partecipazioni collettive presso le fiere *MRket Trade Show* di New York, le fiere moda donna a New York, il *Salon de la Lingerie - SIL* di Parigi, la fiera *Chic* di Shanghai.

In collaborazione con SMI – Sistema Moda Italia, sono proseguite le azioni dedicate alla Russia, a supporto della presenza italiana alla CPM - *Collection Premiere Moscow*, nonché quelle a supporto della manifestazione "*La moda italiana in Central Asia*".

In collaborazione con CNA, è stata organizzata una missione a Roma, di stilisti e designer provenienti da Mozambico, Perù, Tunisia e Cile, in occasione della manifestazione *AltaRoma*. Ancora in collaborazione con CNA è stato realizzato, nell'ambito del progetto "*Manifattura Italiana*", uno stand informativo presso la fiera *Premiere Vision* di Parigi, con la presentazione del portale e-commerce www.moodmarket.it.

In collaborazione con Confartigianato, oltre alle attività a sostegno del *Salone White* e alla *Settimana della Moda Uomo* a Milano, è stata organizzata l'iniziativa "*Oh La La Bella Italia*", con presentazione di collezioni e incontri bilaterali individuali presso un albergo di Parigi, nonché una missione di operatori esteri nel distretto produttivo di Civitanova Marche.

In collaborazione con la Camera Nazionale della Moda Italiana, nell'ambito della settimana della moda di Milano, è stato anche realizzato l'evento "*Green Carpet*", dedicato alla moda sostenibile, nonché azioni di comunicazione a favore dei giovani stilisti italiani a New York: l'evento teaser "*Camera Club*" e "*Corso Como*", in occasione della NY Fashion Week.

Nell'insieme, sono stati oltre 800 gli operatori/giornalisti invitati in Italia per visite a showroom, incontri bilaterali individuali e manifestazioni fieristiche: tra queste, *TheOne* Milano, oggetto anche di un roadshow di presentazione in Kazakistan, e *SI Sposaltalia*, nell'ambito della programmazione promozionale. Missioni di operatori esteri a *Pitti Uomo* e *Pitti Bimbo* sono state realizzate, invece, nell'ambito del piano di potenziamento fiere italiane, che ha incluso tutti i saloni Pitti (Uomo, Bambino e Filati), il Salone White Milano, già oggetto di iniziative promozionali, la Settimana della Moda Uomo a Milano e la manifestazione AltaRoma di Roma.

La promozione del **settore dei tessili** ha coinvolto oltre 600 aziende, in maggioranza beneficiarie indirette dell'intervento pubblico a sostegno della fiera *Milano Unica* (manifestazione inserita nel piano di potenziamento fiere italiane) e in Cina. A favore del settore dei **tessili tecnici e innovativi** è stata organizzata la partecipazione alla fiera *TechTextil* di Francoforte. Per il **tessile casa** si è rinnovata la consueta presenza dei produttori di biancheria per la casa a *Maison et Objet* Parigi. Missioni di operatori esteri sono state organizzate per le fiere Filo e Proposte. Il **settore dei filati per maglieria** è stato oggetto di attività promozionali in collaborazione con il Consorzio Promozione Filati - CPM a Shenzhen e Tokyo.

Nel 2019 sono proseguite promozioni del settore moda negli USA, con gli *Independent Retailers* e attraverso i nuovi media (newsletter digitali e influencers). Sono, inoltre, state avviate iniziative di sostegno ad attività di e-commerce: in Cina con azioni di comunicazione per *TMall* e azioni di sostegno per il progetto Alibaba, oltre che azioni in collaborazione con Amazon.

Tra le attività trasversali è stata anche seguita una missione imprenditoriale in Giappone, dedicata ai settori fashion e agroalimentare.

Le attività realizzate a valere sul Piano Export Sud, rivolte alle imprese dei **settori abbigliamento e accessori, calzature e pelletteria**, hanno visto la partecipazione di circa 150 aziende alle iniziative in Italia e all'estero: due collettive organizzate all'estero (le due edizioni di *Who's Next Parigi*); la prima collettiva alla fiera *MOMAD* di Madrid; la manifestazione *It's Wedding Time*, workshop con incontri bilaterali individuati, dedicato al **settore della moda sposa**, tenutosi a Lecce, con la partecipazione di 50 aziende meridionali e 80 operatori stranieri, tra buyer e giornalisti; una missione di operatori esteri alla fiera Origin, organizzata a Milano in concomitanza con Milano Unica; una missione di operatori esteri al primo salone internazionale della moda da sera *Evening Dresses Show*, organizzato a Salerno, in collaborazione con l'Associazione IFTA.

Per quanto riguarda il **settore calzature, pelletteria, concia**, le azioni promozionali realizzate dall'Agenzia ICE nel 2019, hanno sostenuto le aziende italiane sui mercati prioritari tradizionali, con iniziative a carattere sia commerciale sia di immagine. Per il comparto calzaturiero, è stato riconfermato uno degli appuntamenti di

maggior 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 57 aziende.

Relativamente, invece, al mercato russo, l'Agenzia ICE cura tradizionalmente l'organizzazione di una missione di operatori provenienti da vari Stati della Federazione russa e da Stati russofoni confinanti, in occasione dell'edizione di marzo e di ottobre della fiera *Obuv Mir Kozhi*. Nel 2019 sono stati 70, complessivamente, gli operatori che hanno preso parte alla missione, provenienti da oltre 20 città diverse, i quali hanno partecipato a un numero complessivo di oltre 900 incontri bilaterali individuali, con le aziende italiane presenti.

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*", che hanno visto la partecipazione totale di 88 aziende. In occasione delle due manifestazioni è stata, inoltre, organizzata una missione di 58 operatori nei diversi settori provenienti da altre città del Giappone, oltre che da Corea del Sud, Taiwan, Australia e Malesia.

Durante il 2019, nell'ambito del potenziamento previsto a favore delle principali manifestazioni fieristiche di settore (*MICAM, MIPEL, Lineapelle* ed *Expo Riva Schuh*), sono state realizzate le seguenti azioni:

- la promozione delle manifestazioni tramite eventi teaser di anteprima e promozione, su mercati target (per MICAM a Shanghai e in Turchia, per Expo Riva Schuh a San Pietroburgo, per Lineapelle a Shanghai, Madrid, Stoccolma e Canton). Azioni di supporto sono state realizzate in occasione dell'evento organizzato da Assopellettieri a Seoul in marzo e ottobre, MIPEL Leathergoods Showroom Corea, manifestazione volta a rafforzare la brand awareness di MIPEL sul mercato coreano, favorendo al contempo una penetrazione sempre maggiore delle pelletterie italiane nel Paese: le attività dell'Agenzia ICE si sono tradotte nella realizzazione di una campagna di comunicazione mirata, con materiale promo-pubblicitario, invito operatori e predisposizione dei servizi tecnici. Al fine, poi, di esplorare nuove opportunità commerciali, sono state condotte, per conto di Unic/Lineapelle, due indagini di mercato in Paesi considerati particolarmente promettenti quali la Russia e la Turchia;
- il rafforzamento dell'immagine e del carattere moda-tendenza delle manifestazioni, sia tramite campagne stampa mirate online e offline, sia tramite eventi in Fiera. MIPEL, MICAM e Lineapelle hanno realizzato, ad esempio, aree dedicate all'evoluzione delle tendenze moda, alla presentazione delle collezioni più innovative e all'informazione e formazione dei visitatori, attraverso l'organizzazione di seminari su tematiche particolarmente d'attualità. In quest'ottica, si inseriscono anche i tour formativi, organizzati con UNIC, in occasione di entrambe le edizioni di Lineapelle, presso il distretto conciario toscano e dedicati a selezionati buyer esteri;
- le missioni di operatori realizzate in occasione delle quattro manifestazioni fieristiche di cui sopra, con la partecipazione di un numero complessivo di 238 delegati, tra operatori del settore e giornalisti (per MICAM a

febbraio 39 buyer e giornalisti e a settembre 45 buyer e giornalisti, per MIPEL a febbraio 37 buyer e a settembre 44 operatori, per Lineapelle a febbraio 23 buyer e a ottobre 27 buyer, per Expo Riva Schuh a gennaio 23 operatori).

L'inaugurazione del Progetto Amazon e della vetrina Made in Italy ha visto l'adesione e successiva ammissione al progetto di 81 aziende di calzature e pelletteria che, grazie al supporto dell'Agenzia ICE, potranno beneficiare di una significativa attività di promozione e quindi incrementare la propria visibilità sui seguenti mercati: USA, Gran Bretagna, Spagna, Germania e Francia.

PRODOTTI PER LA PERSONA

Nell'ambito del sostegno manifestazioni fieristiche italiane a rilevanza internazionale, sono state realizzate, per il **settore della profumeria e cosmetica**, le azioni di supporto a *Cosmoprof Worldwide 2019, International Country Program* in Arabia Saudita, Corea del Sud, Giappone, India e Russia. Cosmoprof è l'evento leader nel panorama internazionale della cosmesi e hub mondiale per il settore della bellezza professionale.

Tra le tipologie promozionali innovative, miranti all'acquisizione di domanda estera, sono poi state realizzate: la partecipazione ufficiale italiana a *Up Beauty by Wabel*, evento dedicato alla cosmetica naturale e innovativa; la partecipazione collettiva italiana a *Wabel Home, Beauty & Personal Care Summit* a Parigi, evento dedicato alle produzioni in private label, e infine, le mostre autonome di cosmetica in Malesia e in Corea del Sud.

A valere sul Piano Export Sud, è stata realizzata la partecipazione di 7 aziende delle regioni meno sviluppate e delle regioni in transizione a *Up Beauty by Wabel* a Parigi.

Per il **settore degli articoli sportivi**, sono state realizzate missioni di operatori esteri alle più rilevanti manifestazioni della filiera persona, in particolare a *Rimini Wellness* e a *Fieracavalli* di Verona.

I settori cosmetica e articoli sportivi sono stati selezionati per il Progetto ICE Amazon – *Beauty* e *ICE - Amazon Sport*, vetrina Made in Italy dedicata al canale di distribuzione on line e mirata ai mercati USA, Francia, Germania, Spagna e Italia.

Infine, il settore cosmetica è stato selezionato per il Progetto WeChat, per promuovere l'eccellenza del prodotto Made in Italy in Cina.

Nel 2019, per il **settore gioielleria-oreficeria**, è stata realizzata la collettiva alla fiera *HKIJS Hong Kong International Jewellery Show* a marzo.

A valere su fondi del piano straordinario per il potenziamento dei grandi eventi fieristici, sono state organizzate missioni di operatori e giornalisti esteri alle principali fiere italiane, da *VicenzaOro* (edizioni di gennaio e di settembre) a *OroArezzo* (edizione di aprile).

Tra le tipologie promozionali innovative per l'acquisizione di domanda estera si citano, invece, due mostre autonome con incontri bilaterali individuali, tenutesi a Seoul a giugno e a Zagabria a luglio, le partecipazioni collettive di imprese italiane in occasione della fiera *JIS Jewelers International Showcase* di ottobre a Miami e della *VOD Dubai International Jewellery Show* di novembre, nonché la realizzazione di una lounge italiana in occasione della *MidEast Watch & Jewellery Show* di Sharjah nel mese di aprile.

In occasione della settimana della gioielleria di Las Vegas di giugno, è stata avviata una promozione attraverso azioni di comunicazione digitale: blogger e influencer di settore hanno promosso la presenza italiana alle tre fiere di riferimento, *JCK*, *Couture* e *Premier*, trasversalmente, via piattaforme digitali, quali blog, Instagram, social media.

Sul fronte delle promozioni con le GDO, proseguono le attività previste dal piano speciale USA per la gioielleria, in collaborazione con Federorafì, che nel corso dell'annualità, hanno avviato una serie di accordi con le più importanti realtà americane, finalizzati a promuovere e/o incrementare la presenza dei prodotti di gioielleria/oreficeria Made in Italy negli Stati Uniti. È stata inoltre implementata una promozione della gioielleria italiana in Canada con la catena Birks e sono stati presentati i risultati delle ricerche effettuate da tre esperti giapponesi sulla gioielleria italiana nel mercato nipponico, propedeutiche all'avvio del progetto GDO gioielleria in Giappone.

A valere sul Piano Export Sud per la gioielleria, sono state realizzate le partecipazioni collettive alla Fiera IJT International Jewellery Show di Tokyo a gennaio e alla fiera Amberif di Danzica a marzo, nonché la missione di operatori esteri al distretto orafa Tari di Marcianise (Caserta) a ottobre.

Il settore orafa-gioielliero è stato inoltre interessato dal progetto ICE-Amazon, dedicato ai canali digitali della distribuzione e-commerce per la promozione della vetrina Made in Italy di Amazon in Francia, Germania, Spagna, Regno Unito e Stati Uniti.

In relazione al **settore occhialeria**, nel 2019, è stata realizzata la prima edizione della mostra autonoma a Panama, evoluzione della tradizionale mostra che si svolgeva a Miami.

A seguito di dati positivi dell'importazione di prodotti del settore dall'Italia, è stata svolta un'indagine di mercato in Russia, finalizzata a creare una puntuale mappatura della distribuzione al dettaglio e delineare le migliori strategie per l'intervento promozionale in questo mercato.

Per quanto riguarda le attività a valere su fondi del piano straordinario di potenziamento di grandi eventi fieristici,

sono stati realizzati eventi a supporto della fiera *MIDO 2019*, una preview delle aziende italiane prima della fiera e una missione di giornalisti e operatori esteri. In occasione di MIDO, è stata inaugurata la vetrina Start up e PMI innovative dell'Agenzia ICE, prevista per le più importanti fiere in Italia.

Tra le tipologie innovative per l'acquisizione di domanda estera, in Asia è stata organizzata la partecipazione collettiva alla *Hong Kong Optical Fair* e per la prima volta alla fiera *SILMO* di Bangkok.

SISTEMA ABITARE

Il **sistema abitare** nel suo complesso comprende **i materiali da costruzione, l'edilizia, l'involucro edilizio, le costruzioni** come anche, **l'arredamento, i complementi d'arredo e l'oggettistica per la casa**.

Il **settore dell'edilizia** vanta un fatturato pari a circa 53 miliardi di euro nel 2018 (ultimo dato disponibile, +3,7% rispetto all'anno precedente), oltre 343.000 addetti e circa 61.000 aziende, che esportano per un totale di 12,8 miliardi di euro, a fronte di un interscambio di circa 17 miliardi (+1,4% sul 2017). La quota di esportazione sul fatturato è stata del 23,6%, con un contributo all'export italiano del 2,8%.

L'Italia si piazza al terzo posto fra gli esportatori mondiali di materiali lapidei, dopo Cina e Germania, laddove i nostri principali Paesi di sbocco sono Francia, Germania, Stati Uniti, Svizzera.

Anche nel 2019, le iniziative che hanno caratterizzato il **settore dell'edilizia/costruzioni** si sono concentrate sulla promozione del **settore lapideo, dell'industria della ceramica e dell'involucro edilizio**.

L'attività promozionale, relativa al **prodotto lapideo finito**, ha previsto la realizzazione di due partecipazioni collettive ad alcune tra le più importanti fiere a livello internazionale del comparto, in grado di attirare professionisti specializzati nel settore dell'architettura, dell'interior design e general contractors, che gestiscono importanti commesse internazionali.

Si sono anche realizzate tre importanti missioni di operatori esteri, con incontri bilaterali individuali nei distretti marmiferi più rappresentativi del nostro Paese, nello specifico il distretto apuo-versiliese e, in occasione della manifestazione più importante a livello mondiale, *Marmo+Mac 2019*, nelle zone limitrofe a Verona, Vicenza e Bergamo, in aggiunta a visite guidate presso gli stand espositivi.

Infine, nell'ottica di favorire la diffusione e la conoscenza della pietra naturale italiana, l'Agenzia ICE ha deciso di contribuire alla promozione del progetto di comunicazione "*Pietra Naturale Autentica*" nel mercato nordamericano,

realizzando una campagna media digitale mirata a un target di pubblico specializzato e non.

Sono state realizzate partecipazioni alle seguenti fiere:

- *Bau 2019*: la fiera di Monaco costituisce un evento di rilevanza internazionale, a cadenza biennale, per il settore edile e architettonico, con più di 65.000 visitatori qualificati. In collaborazione con Confindustria Marmomacchine, è stata organizzata una partecipazione collettiva di 10 aziende italiane;
- *Coverings 2019*: manifestazione a cadenza annuale, rappresenta da oltre trent'anni la fiera leader per i rivestimenti in ceramica e pietra naturale sul mercato nordamericano, configurandosi come piattaforma di riferimento per i professionisti e gli operatori che sono alla ricerca di nuove tendenze e soluzioni innovative nel settore. Vi hanno partecipato 30 aziende italiane su una superficie di 557 mq;
- *On The Road To Marmo+Mac 2019* : al fine di valorizzare il carattere internazionale della fiera, l'Agenzia ICE ha organizzato in collaborazione con Veronafi e Confindustria Marmomacchine, un seguito alla fiera Marmomacc, che ha previsto una missione di 23 architetti e interior designers esteri, coinvolti in un programma formativo, articolato in visite aziendali e a cave nel distretto marmifero di riferimento, e in una giornata dedicata agli incontri individuali bilaterali con 36 aziende italiane del settore;
- *Incoming operatori esteri a Carrara 2019*: in ragione dell'importanza strategica internazionale che riveste il distretto marmifero apuo-versiliese per l'estrazione e la lavorazione di materiali lapidei, l'Agenzia ICE, in collaborazione con IMM Carrara, ha organizzato una missione di operatori esteri specializzati, coinvolti anche in sessioni di incontri bilaterali individuali e visite aziendali e a cave di pietra, per 21 operatori italiani, 156 appuntamenti organizzati e 16 operatori esteri provenienti da Belgio, Francia, Germania, Paesi Bassi, Polonia e Regno Unito;
- *Incoming operatori esteri a Marmo+Mac 2019*: Marmo+Mac è la manifestazione leader mondiale per l'industria del settore litico e ne rappresenta l'intera filiera; l'Agenzia ICE, in collaborazione con Veronafi e Confindustria Marmomacchine, ha organizzato una missione di 68 professionisti esteri (architetti, interior designers e decision makers) coinvolti in un programma di formazione che ha interessato 44 aziende italiane, con visite presso i bacini marmiferi più rappresentativi del Nord Italia e incontri commerciali presso gli stand delle aziende italiane espositrici in fiera;
- *Azioni di supporto al progetto di comunicazione "pietra naturale autentica" 2019*: campagna di comunicazione digitale della durata di tre mesi a favore del Progetto "Pietra Naturale Autentica" – PNA, con un focus specifico sul mercato target USA, volto alla tutela e la promozione del prodotto lapideo autenticamente naturale;

- *Punto istituzionale a Design Shanghai 2019*: Design Shanghai rappresenta un evento di risonanza internazionale dedicato al design in Cina; nel quadro di un accordo di collaborazione con Veronafiere, l'Agenzia ICE ha presenziato per la prima volta alla manifestazione, attraverso la realizzazione di una business lounge attigua a una collettiva italiana con 60 partecipanti, dove le PMI italiane hanno potuto incontrare gli interior designers e gli architetti locali.

Altro filone di attività del settore **dell'edilizia** è quello dedicato, nello specifico, ai componenti tecnici dell'involucro edilizio e dei materiali per le costruzioni; le iniziative realizzate nel 2019 sono state caratterizzate da partecipazioni fieristiche sui mercati europei più importanti, a supporto del Consorzio FINCO (Federazione Industrie, Prodotti, Impianti Servizi e Opere Specialistiche per le Costruzioni) che ha avviato il Progetto Caseitaly e ha portato alla realizzazione delle seguenti collettive all'estero:

- *Partecipazione collettiva alla fiera BUDMA di Poznan*: l'Agenzia ICE ha partecipato alla 28° edizione della fiera, su un'area di 650mq, con una collettiva di 24 aziende italiane;
- *Partecipazione collettiva alla fiera Barcelona Building Construmat*: l'ICE ha organizzato una collettiva italiana alla principale fiera del mercato spagnolo, su un'area di 665mq, con 25 aziende;
- *Partecipazione collettiva alla fiera BATIMAT di Parigi*: su un'area di 700mq, le aziende italiane hanno avuto modo di presentare a un pubblico internazionale la loro produzione. La fiera biennale è la più importante del settore in Europa; in occasione dell'ultima edizione, sono stati registrati più di 30.000 visitatori provenienti da 188 Paesi e 19 delegazioni nazionali.

L'Italia è uno dei principali esportatori di **piastrelle in ceramica per costruzioni e rivestimenti**. I dati relativi al 2019 confermano come abbia mantenuto il ruolo di principale fornitore nei più importanti mercati, con l'export che ha superato i 32,8 milioni di mq per oltre 566 milioni di euro di fatturato. Tra i principali Paesi di destinazione dell'export italiano in Unione Europea, troviamo la Francia, Germania, Belgio e Regno Unito, e nei mercati extra europei, Stati Uniti e Canada.

L'Agenzia ICE e Confindustria Ceramica collaborano da anni con l'obiettivo di valorizzare l'eccellenza delle aziende italiane del **settore ceramico** attraverso strategie di promotion e assistenza che, nel 2019, hanno portato alla realizzazione di due partecipazioni collettive, una missione di operatori esteri alla fiera Cersaie e una campagna promo-pubblicitaria del marchio CERSAIE – Ceramics of Italy:

- *Ceramics of Italy a Maison & Objet*: la fiera parigina Maison & Objet è considerata uno dei principali appuntamenti internazionali del settore della casa e complementi di arredo, con oltre 84.000 visitatori. Lo stand ICE-Ceramics of Italy occupava uno spazio di circa 280 mq, e ha visto la partecipazione di 17 aziende italiane.

- *Ceramics of Italy @ ICFF* (New York): la 31° edizione della fiera ICFF ha confermato come la manifestazione sia uno dei maggiori eventi del settore arredo/design. La collettiva ICE-Ceramics of Italy ha visto la presenza di 19 aziende su uno spazio di circa 223 mq.
- *Incoming operatori esteri a CERSAIE* (Bologna): l'Agenzia ICE ha coordinato la selezione e il coinvolgimento di 60 giornalisti delle più importanti testate di settore e 57 architetti esteri di importanti studi di progettazione e di interior design, coinvolti in un intenso programma di incontri con le imprese italiane presenti in fiera e visite aziendali presso gli stabilimenti produttivi.
- *Campagna Promo-Pubblicitaria Cersaie 2019*: l'Agenzia ICE e Confindustria Ceramica, per il quarto anno consecutivo, hanno collaborato alla realizzazione della campagna promo-pubblicitaria a supporto di Cersaie e del brand Ceramics of Italy su testate internazionali specializzate in tematiche di architettura, interior design, lifestyle, trade, grazie a un totale complessivo di 70 uscite pubblicitarie suddivise tra la pubblicizzazione della fiera Cersaie (n° 17), la promozione del marchio Ceramics of Italy (n° 23) ed editoriali per il sito web www.ceramica.info (n° 30).

Il **settore arredamento** comprende varie categorie di elementi d'arredo per la **casa**, il **bagno**, l'**ufficio**, le **collettività**, gli **spazi commerciali**, l'**outdoor**, fino all'**illuminazione**.

Nel 2019, la produzione italiana della **filiera legno-arredo** conferma ancora un segno positivo (+0,6%) e si assesta a 42,5 miliardi di euro. È soprattutto il mercato nazionale a costituire la base principale dei consumi, assorbendo oltre il 60% della produzione complessiva. La domanda di beni di arredamento registra una crescita complessiva dell'1,6%, legata soprattutto ai comparti living, camere, camerette e sistemi per dormire, seguono imbottiti, cucine e sedie. Le esportazioni della filiera legno-arredo, nel 2019, hanno mantenuto un segno positivo, grazie soprattutto a USA e Cina, (entrambi con una crescita superiore al 3%) e, in Europa, alla Francia (+1,9%), che si conferma il primo mercato. La Germania resta il secondo mercato, anche se in flessione (-0,7%).

L'Agenzia ICE ha organizzato per il **settore arredo** una serie di attività promozionali con Federlegno-Arredo, sui principali mercati target, di seguito dettagliate:

- Azioni di supporto a *Made Expo* (marzo);
- Azioni di supporto al *Salone del Mobile di Milano* (aprile);
- Azioni di supporto al *Salone del Mobile di Mosca* (ottobre);
- Azioni di supporto al *Salone del Mobile di Shanghai* (novembre);

- Partecipazione *Art Basel Miami*, in collaborazione con il Consolato di Miami e il Salone del Mobile;
- Azioni di supporto al *Real Estate Design Forum* Cina (giugno, Shenzhen);
- Azioni di supporto all'*Italian Design Forum USA* (settembre, Palm Springs, CA).

Nell'ambito di queste iniziative, l'Agenzia ICE ha organizzato conferenze e seminari, abbinate a sessioni di incontri bilaterali individuali tra le aziende italiane e gli studi di architettura/designer/top players del mercato di riferimento, nonché azioni di comunicazione sui media di settore.

Tra le iniziative realizzate anche con altri partner, si segnalano:

- Azioni di supporto alla fiera *Homi* Milano, nelle due edizioni di gennaio e settembre;
- Partecipazione collettiva alla fiera *Maison & Objet* di Parigi (edizione gennaio);
- Partecipazione collettiva alla fiera *Ambiente* di Francoforte (febbraio);
- *Italian Design Day*, a supporto della terza edizione dell'evento, promosso dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, che, nel marzo 2019, ha avuto come tema "Il Design e la città del futuro", con una serie di eventi realizzati grazie ad una fitta rete di Uffici esteri;
- Mostra autonoma in occasione della *London Craft Week* (maggio);
- Partecipazione collettiva alla fiera *ICFF* di New York (maggio);
- Azioni di collaborazione con *BHV Marais Paris*, attività di promozione del Made in Italy presso i grandi magazzini parigini, per la durata di un mese, tra agosto e settembre;
- Partecipazione collettiva alla fiera *Downtown Design* di Dubai (novembre).

A valere sui fondi del Piano Export Sud, per il **settore arredamento-artigianato**, è stata realizzata una missione di operatori esteri in occasione della manifestazione "*La bellezza abita al Sud*" (Matera, aprile).

A sostegno delle aziende italiane che operano attraverso il **canale contract**, nel 2019, sono state realizzate varie iniziative, anche in collaborazione con partner diversi, quali CONFAPI (Confederazione italiana della piccola e media industria privata) e Italian Exhibition Group S.p.A., con caratteristiche e format differenziati. Fra questi:

- una missione di operatori esteri con sessioni di incontri bilaterali individuali nell'ambito di un progetto di collaborazione con Confapi per la valorizzazione dei distretti produttivi che, nel 2019, si è svolta in Toscana, a Pisa;

- una missione di operatori esteri alla fiera *SIA Hospitality Design* (Rimini), con un programma di incontri bilaterali individuali tra le imprese italiane espositrici e buyer provenienti dai Paesi del Golfo Persico;
- una partecipazione collettiva alla manifestazione *London Design Fair* (Londra), con l'intento di offrire ad aziende produttrici di mobili, illuminazione e piastrelle la possibilità di presentarsi congiuntamente quale espressione del design Made in Italy nell'allestimento di un loft rappresentativo dello stile italiano;
- un padiglione italiano alla fiera *BDNY* (New York), con la partecipazione di 18 aziende espositrici operanti in vari settori (arredamento, illuminazione, materiale lapideo per interni, apparecchiature per forniture alberghiere).

Sono proseguite le attività di mantenimento e aggiornamento del portale Contract Italiano (www.contractitaliano.it), nato nel 2010 con l'obiettivo di promuovere all'estero la filiera del contract, con particolare attenzione alle PMI. Le aziende hanno la possibilità di creare una propria vetrina virtuale – gratuita – descrittiva dell'attività aziendale e dei progetti realizzati, e di entrare a far parte della community Contract Italiano.

INDUSTRIA CULTURALE E CREATIVA

Il settore **editoria italiano** è la 1° industria culturale in Italia per fatturato e dimensioni e la 6° a livello mondiale. Due sono i riferimenti centrali del settore con cui l'Agenzia ICE collabora: AIE – Associazione Italiana Editori (aderente a Confindustria Cultura e attiva da 150 anni) e ADEI – Associazione degli Editori Indipendenti (attiva dal 2018 con oltre 200 iscritti). Il libro, e più in generale i prodotti editoriali, rappresentano uno straordinario veicolo di promozione culturale e, in generale, di promozione dell'intero Paese.

Nel corso del 2019, l'Agenzia ICE ha realizzato a favore del settore partecipazioni collettive di aziende italiane alle principali manifestazioni internazionali per un totale di 187 aziende partecipanti e missioni in Italia di operatori esteri professionali per un totale di 89 delegati; le manifestazioni fieristiche sono infatti il principale veicolo di negoziazione di diritti di opere editoriali e/o accordi di coedizione e le principali manifestazioni del settore per numero di espositori e visitatori si concentrano oggi in Europa.

In particolare, sono state organizzate: partecipazioni collettive alla *London Book Fair* (Regno Unito), *Buchmesse* di Francoforte (Germania), Fiera del libro *Non Fiction* Mosca (Russia), azioni in collaborazione con Istituti Italiani di Cultura presso la Fiera del Libro di Goteborg (Svezia) e del Forum del libro di Madrid (Spagna); missioni di operatori esteri in Italia alla *Bologna Children's Book Fair*, il Salone del Libro di Torino, *IBF-International Book Forum*, *Più Libri Più Liberi*-fiera nazionale della piccola e media editoria di Roma.

L'Europa è per l'Italia il mercato di riferimento per le esportazioni dei diritti di edizione dei titoli nazionali, con il 59,2% delle vendite, seguita dall'Asia (16,7%) e dal Centro e Sud America (12,2%); per i titoli importati, area di riferimento è sempre l'Europa, con una quota del 61,5%, seguita dal Nord America, con una quota del 32,9%.

Negli USA è attivo dal 1998, un Desk Editoria presso l'Ufficio di Chicago, che cura l'assistenza alle aziende del settore, un sito web per la promozione del libro italiano (www.italbooks.com) e numerose attività di relazione istituzionale e promozione, anche mediante visite e azioni presso fiere quali New York Right Fair, Comic Con San Diego e ACTFL, manifestazione itinerante dedicata alla promozione dello studio della lingua italiana.

Per il settore **strumenti musicali** l'Agenzia ICE ha realizzato nel 2019, partecipazioni collettive di imprese italiane a fiere internazionali per un totale di 66 aziende partecipanti e missioni di operatori esteri professionali in Italia per un totale di 66 delegati.

Il focus estero è rappresentato dall'Area Asia (Hong Kong è il nostro 4° mercato e la Cina l'8°) e sono state avviate attività in Sudamerica, un'area in grande sviluppo nel settore musicale, mentre le delegazioni invitate in Italia si concentrano sull'area UE ed Europa, sede di prestigiose scuole di musica e conservatori, focalizzati sull'acquisto di strumenti musicali di qualità.

Sono state organizzate partecipazioni collettive alla *Music China di Shanghai* e al *Festival di Musica di Cartagena-Suena America* (Colombia); missioni di operatori esteri in occasione di *Cremona Mondomusica* (dedicata agli strumenti ad arco), *Roma Expo Guitars* (dedicata alla chitarra classica), *Soundmit Torino* (dedicata alla strumentazione per sale di incisione musicali e strumenti elettronici).

Per il settore **discografia**, l'Agenzia ICE collabora con i due enti di riferimento FIMI-Federazione Industria Musicale Italiana e S.I.A.E.-Società Italiana Autori ed Editori-I.M.E.-ITALIA MUSIC EXPORT. Ha realizzato nel 2019, azioni di supporto a partecipazioni collettive di imprese italiane al *Music Festival* per 10 aziende partecipanti e missioni di operatori esteri professionali in Italia per un totale di 24 delegati; Il focus estero è rappresentato dall'Area USA per i Music Festival e dall'area UE (in particolare Regno Unito e Germania, dove sono presenti i principali produttori, agenti e organizzatori di festival musicali) per la provenienza dei delegati esteri. Sono state organizzate: azioni di supporto alle manifestazioni *Festival SWSX* (Texas), *Billboard Latino* e *Hit Week* e missioni di operatori esteri in occasione di *Linecheck Music Meeting & Festival* (nell'ambito di Milano Music Week).

Per il **settore audiovisivo**, le iniziative realizzate hanno avuto come obiettivi la vendita e distribuzione di prodotti audiovisivi italiani all'estero, lo sviluppo delle opportunità di co-produzione internazionale e la promozione delle location cinematografiche italiane e delle industrie tecniche locali.

Nel 2019 sono proseguite, in collaborazione con gli enti e le associazioni di riferimento (ANICA, APA, Doc/it, AESVI, Cartoon Italia, Luce Cinecittà, Italian Film Commission) le azioni promozionali sul mercato europeo - tradizionalmente

più ricettivo della produzione italiana - con la partecipazione ai principali eventi di settore: *l'European Film Market*, *Berlinale* e il *Marché du Film* di Cannes, i *MIP* di Cannes per il **comparto televisivo**, il MIFA di Annecy per **l'animazione**, e l'IDFA di Amsterdam per il **documentario**. In collaborazione con il Coordinamento Nazionale delle Film Commission, è stata inoltre organizzata la partecipazione a Focus Londra, manifestazione dedicata alla promozione **delle location e dei servizi per il cinema**, a cui hanno partecipato 14 film commission italiane e gli Studios di Cinecittà.

In USA, sono proseguite le azioni a favore del **comparto cinematografico**, con la partecipazione all'American Film Market e l'organizzazione, in collaborazione con Luce Cinecittà, di una manifestazione privatistica, Cinema Italian Style, focalizzata sulla presentazione dei prodotti più recenti della cinematografia italiana. Per il **comparto animazione**, è stata organizzata la collettiva italiana al Kidscreen Summit di Miami, mentre in collaborazione con APA, è stato realizzato l'evento ad hoc B2B Italian TV a Los Angeles, dedicato all'incontro dei **produttori televisivi italiani** con rappresentanti di broadcaster e case di produzione statunitensi. In Canada è stata organizzata la partecipazione italiana al TIFF - Toronto International Film Festival e a Hot Docs, festival del Documentario di Toronto.

Per quanto riguarda i nuovi mercati, è stata data continuità all'azione promozionale intrapresa in Cina in collaborazione con ANICA, con la partecipazione al *Beijing Film Festival*, allo Shanghai TV e Film Festival, e la realizzazione dell'iniziativa *"Da Venezia a Pechino"*, una rassegna di film italiani presentati al festival di Venezia, realizzata in collaborazione con ANICA, Biennale di Venezia, MIBACT e China Film Archive. Sempre nell'area asiatica, è stata inoltre realizzata una prima partecipazione al TIFFCOM di Tokyo, il principale evento per l'industria cinematografica e dell'animazione in Giappone. Le azioni sono proseguite anche in America Latina, con la partecipazione al mercato di Ventana Sur a Buenos Aires e una prima partecipazione a BAM – Bogotá Audiovisual Market con uno speciale Focus Italia; e in Russia con l'organizzazione della collettiva italiana al World Content Market di Mosca, punto di riferimento per il mercato russo di contenuti televisivi.

In Italia, nell'ambito del progetto di potenziamento fieristico, è stata realizzata a ottobre la quinta edizione di *MIA - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo* di Roma, in collaborazione con le associazioni ANICA e APA, soggetti attuatori della manifestazione. I numeri di MIA 2019 ne confermano la crescita e il consolidamento in termini di partecipazione e brand awareness in campo internazionale, con oltre 2.500 accreditati da 58 Paesi (+84% rispetto alla prima edizione 2015) di cui un terzo costituito da operatori esteri.

Infine, sono proseguite le azioni a favore **dell'industria videoludica** italiana, settore in fortissima crescita, con l'organizzazione in collaborazione con AESVI, delle collettive rispettivamente alla *GDC – Game Developers Conference* di San Francisco, alla *Gamescom* di Colonia e al *London Games Festival*. In Italia è stata inoltre organizzata la prima edizione di *First Playble*, a Pisa, evento di mercato dedicato agli sviluppatori italiani, realizzato da AESVI e Toscana Film Commission, in occasione del quale l'Agenzia ICE ha realizzato una missione di operatori esteri.

TECNOLOGIA INDUSTRIALE, ENERGIA E AMBIENTE

Nella tecnologia e innovazione l'Italia può vantare un'area d'eccellenza che abbraccia pressoché tutte le specializzazioni, grazie alla quale il nostro Paese si posiziona ai vertici delle graduatorie settoriali di produzione ed esportazione a livello mondiale.

Nel 2019 l'Ufficio Tecnologia Industriale Energia e Ambiente ha realizzato la programmazione delle attività promozionali in favore di 35 settori merceologici.

La tipologia delle attività svolte ha riguardato in prevalenza l'organizzazione di missioni di operatori esteri in Italia, per la visita a fiere settoriali nell'ambito del piano straordinario di potenziamento delle manifestazioni specialistiche italiane, la partecipazione collettiva a fiere estere, ma anche azioni di approfondimento sotto forma di presentazioni tecnologiche e sessioni di incontri fra operatori. Nel settore della meccanica strumentale sono state realizzate anche attività finalizzate alla creazione o al supporto di centri tecnologici dotati di tecnologia italiana nei mercati emergenti.

Nel corso del 2019 sono state realizzate 327 iniziative promozionali, con il coinvolgimento di 2.488 aziende italiane e 1.927 operatori esteri. La ripartizione geografica delle iniziative ha privilegiato le aree più importanti per il commercio mondiale: l'Asia, con particolare riferimento a Cina e India, gli Stati Uniti e l'area NAFTA in generale, ma consistente è stata anche l'attività destinata ai mercati europei e sudamericani, al Medio Oriente e ai nuovi mercati dell'Africa.

La media di customer satisfaction delle iniziative dell'Ufficio è stata di 4,2.

DESK AFRICA

L'Ufficio ha contribuito all'implementazione del c.d. "Piano Africa" attraverso il rinnovo o l'apertura dei Desk settoriali in Tanzania, Kenya, Gibuti, Costa d'Avorio, Ruanda, Camerun ed Etiopia. L'operatività dei Desk ha consentito non solo lo svolgimento delle iniziative settoriali dell'Ufficio, ma anche l'incremento dei servizi offerti alle imprese italiane e lo svolgimento di alcune importanti iniziative di competenza di altri Uffici, come il progetto formativo Labinnova 2019 del settore Agroalimentare, le attività dell'Ufficio Partenariato Industriale per la

collaborazione industriale in Africa e le Country Presentation in Italia.

Sono inoltre attivi sei **Desk Innovazione**, che operano presso gli Uffici ICE di Londra, Parigi, Los Angeles, Mosca, Singapore, Mumbai e Praga a supporto della realizzazione di attività promozionali dedicate all'innovazione tecnologica e alle start up.

CENTRI TECNOLOGICI

Altra attività di punta è stata quella volta a realizzare dei Centri Tecnologici equipaggiati con macchinari italiani, con l'obiettivo di creare dei punti di riferimento che possano fungere da vetrina commerciale, centro di divulgazione dell'eccellenza della tecnologia italiana nonché punto di aggregazione per attività formative di settore.

In particolare, si è dato avvio a due centri tecnologici per il settore macchine lavorazione marmo: *Centro Tecnologico Lavorazione Marmo in Pakistan*, per il quale è stato ufficializzato il MoU firmato dalle Associazioni di settore coinvolte, PASDEC e Confindustria Marmomacchine, mentre l'Accordo Operativo che ne consegue è in firma presso le autorità pakistane; e il *Centro Tecnologico Lavorazione Marmo in Vietnam*, per il quale è stato già firmato l'Accordo Operativo con la Vietnam Association for building materials, bandita la gara per la fornitura dei macchinari e selezionate le aziende vincitrici.

È invece prossimo all'inaugurazione il *Centro Tecnologico Macchine Tessili in Pakistan*. Per quest'ultimo è stata effettuata la selezione delle aziende, l'acquisto e la spedizione della tecnologia, mentre è in fase di avvio il *Centro Tecnologico Macchine Tessili in Mongolia* per il quale è stata firmata la Lettera di intenti tra le controparti politiche, che prevede la realizzazione dello stesso con specializzazione nella lavorazione del cashmere in una location messa a disposizione dalla locale associazione MCWA. Anche il *Centro Tecnologico Macchine Lavorazione Pelli in Pakistan* è prossimo all'inaugurazione poiché è stata effettuata la selezione delle aziende, l'acquisto e la spedizione della tecnologia.

È stato firmato un MoU tra il MISE e il Ministero dell'Agricoltura birmano relativamente alla realizzazione di un *Centro Tecnologico per l'Irrigazione in Myanmar* (setto Efficientamento Energetico). Le Associazioni coinvolte sono: ANIMA, per parte italiana e la IWUMD per parte birmana. È pronto anche l'Accordo operativo, attualmente alla firma delle autorità birmane. Un Centro analogo, è in corso di realizzazione per il settore Macchine Agricoltura. È stato firmato un MoU tra il MISE e il Ministero dell'Agricoltura birmano, le Associazioni coinvolte sono FEDERUNACOMA, per parte italiana e AMD per parte birmana. È stato predisposto anche l'Accordo operativo, al momento alla firma delle autorità birmane.

ITALIAN TECHNOLOGY AWARD

Vanno menzionati gli *Italian Technology Award*, iniziativa di formazione e comunicazione/immagine mirata alla diffusione ed alla conoscenza dell'eccellenza della tecnologia 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 2019 hanno partecipato complessivamente 50 fra studenti e professori provenienti da Centri Universitari di: Canada, Iran, Messico, Oman, Romania, Russia, Stati Uniti, Uzbekistan, Cina e Vietnam invitati da ICE-Agenzia in collaborazione con Federmacchine.

I settori che hanno partecipato più attivamente a questa iniziativa sono quello delle macchine utensili, robot e automazione industriale (con la premiazione di 20 studenti provenienti da Russia, Cina, Stati Uniti, Canada e Messico); il settore delle macchine per la lavorazione di plastica e gomma (con la partecipazione di 4 studenti messicani ed 1 dall'Oman e la relativa raccolta delle tesine effettuate per l'evento); infine il settore delle macchine per la lavorazione del vetro che per la quarta volta ha partecipato al progetto *Technology Award*, che ha premiato 2 studenti provenienti dagli Stati Uniti.

PIANO EXPORT SUD

Con i fondi del Piano Export Sud nel 2019 sono state realizzate 8 partecipazioni collettive a fiere, 1 incoming di operatori esteri, 3 eventi di partenariato internazionale.

Le collettive hanno interessato il settore dell'energia rinnovabile (*GreenExpo* a Città del Messico con 5 aziende partecipanti), dell'Aerospazio (ADM Torino, ADM Birmingham e Airtec Monaco per 38 aziende totali partecipanti), della nautica (*Nautic Parigi* e *Salon Nautico di Barcellona* con 20 aziende partecipanti) e dell'alta tecnologia (*Mobile World Congress* di Barcellona e *VivaTechnology* a Parigi con 28 aziende partecipanti totali).

L'incoming è stato realizzato presso la fiera *Sinnova 2019* di Cagliari con 30 aziende italiane e 19 delegati esteri. Tra gli eventi di partenariato internazionale si è tenuto il Workshop sulle energie rinnovabili e sulla gestione dei rifiuti e della plastica nell'era dell'economia circolare in Tunisia e l'iniziativa *Azioni di partenariato in Israele* nel settore alta tecnologia con la partecipazione di 26 aziende italiane e 170 operatori esteri in totale.

Nel 2019 infine, si è svolta la quinta edizione della BIAT che ha convogliato a Bari 94 operatori esteri e 73 aziende italiane che nei due giorni di lavori hanno realizzato 900 incontri B2B.

PRINCIPALI ATTIVITÀ PER SPECIFICI SETTORI

Per il **settore delle macchine filo e cavo** sono state realizzate tre partecipazioni collettive in altrettante manifestazioni fieristiche, *Interwire Atlanta*, *Wire Russia* di Mosca e *Wire Southeast Asia* a Bangkok. Da segnalare

inoltre l'incoming di 51 utilizzatori esteri alla *Wire&Cable Conference*, evento tecnico itinerante che riunisce tutti i player del settore con cadenza annuale, organizzato quest'anno dall'associazione ACIMAF, che raggruppa i costruttori di macchine per il filo italiani in collaborazione con la *WAI-Wire Association International*, a Verona, nella splendida cornice del Palazzo della Gran Guardia.

Nel campo delle **tecnologie per la fonderia e metallurgia** è stato realizzato un Seminario in Russia a Mosca, mercato che sta recentemente recuperando grande importanza, la partecipazione collettiva alla fiera *FENAF*, appuntamento fieristico mai mancato da ICE Agenzia che si tiene a San Paolo in Brasile con cadenza biennale e la partecipazione con due collettive alla fiera *GIFA* (Duesseldorf). La presenza italiana alla *GIFA*, quadriennale mondiale della tecnologia di settore, è stata articolata su due padiglioni nazionali, il primo dedicato alle tecnologie per metalli non ferrosi ed il secondo focalizzato sulle tecnologie per le leghe leggere e l'alluminio, per una presenza complessiva di 42 aziende del settore. L'organizzazione dell'iniziativa è stata molto apprezzata dalle aziende partecipanti. I numerosi visitatori sono stati assistiti nei due desk informazioni presenti nei padiglioni Italia. Inoltre, prima volta per una fiera tipicamente commerciale, sono state esposte al pubblico nello spazio istituzionale ICE-Amafond alcune opere d'arte di altissimo livello realizzate in materiali ferrosi e in alluminio, creando dunque un collegamento tra l'arte scultorea in metallo e l'eccellenza delle produzioni nazionali in tema di macchinari per il settore.

Per il settore delle **macchine utensili, robot e automazione industriale** ICE-Agenzia ha promosso e coordinato, di concerto con l'associazione di settore Ucima-Sistemi Per Produrre, il progetto di supporto alla fiera *Lamiera* la manifestazione internazionale dedicata all'industria delle macchine utensili per la deformazione della lamiera e delle tecnologie innovative legate al comparto. Nell'ambito di questo progetto sono stati realizzati una vasta campagna di comunicazione su riviste di settore estere e siti web e un incoming di oltre 100 utilizzatori stranieri e giornalisti delle principali testate specializzate provenienti da Arabia Saudita, Austria, Brasile, Canada, Cina, Francia, Germania, India, Malesia, Marocco, Messico, Polonia, Repubblica Ceca, Romania, Russia, Spagna, Turchia, Ungheria, USA, Uzbekistan e Vietnam.

Da segnalare poi la partecipazione collettiva di 46 aziende del settore alla fiera *CIMT* (Pechino), importante rassegna a livello mondiale.

È inoltre stato realizzato uno stand istituzionale alla fiera *Innoprom* in Russia, manifestazione plurisetoriale con particolare attenzione alle macchine utensili e alla mecatronica. Alcuni interventi in forma di seminario tecnologico o di Forum sono stati realizzati in Russia e in Cina, dove il Forum è stato preceduto da uno study tour e negli Stati Uniti, dove, a margine dell'*IMECE*, conferenza tecnica annuale dell'associazione degli ingegneri, è stata organizzata una giornata dell'innovazione italiana.

Inoltre, la presenza delle aziende italiane del settore alla fiera EMO Hannover è stata supportata con attività di comunicazione su stampa settoriale e proiezione di video promozionali nelle principali stazioni e treni della metropolitana della città di Hannover.

L'attività a favore della promozione internazionale delle tecnologie italiane per la **lavorazione dei metalli preziosi** realizzata in collaborazione con AFEMO, l'associazione che raggruppa la maggior parte dei costruttori italiani, nel corso del 2019 ha visto ICE-Agenzia confermare l'organizzazione di delegazioni di utilizzatori esteri alle due più importanti manifestazioni fieristiche italiane, la *T-Gold*, che si tiene a Vicenza in concomitanza con *VicenzaOro* e la *OroarezzoTech*, sezione dedicata ai macchinari all'interno della fiera omonima. Inoltre, al fine di essere presenti in Iran, nonostante il periodo difficile dovuto all'embargo, è stato realizzato uno stand istituzionale alla fiera Isfahan Gold (01/04 ottobre 2019 Isfahan, Iran), importante manifestazione del settore oreficeria che ospita anche un padiglione dedicato alle tecnologie per la lavorazione dei metalli preziosi.

A favore della **filiera dell'acciaio** è stato organizzato l'incoming di 50 operatori alla fiera *Made In Steel*, in rappresentanza di altrettante aziende estere provenienti da 19 paesi: Polonia, Francia, Corea del Sud, India, Germania, Svezia, Finlandia, Turchia, Bielorussia, Russia, Bulgaria, Macedonia, Romania, Serbia, Slovenia, Spagna, Ucraina, Regno Unito, Croazia.

L'attività di promozione delle PMI italiane della **subfornitura** anche quest'anno è stata realizzata in Scandinavia in collaborazione con CNA. La subfornitura industriale italiana vanta da anni un posizionamento consolidato e rilevante verso la Svezia: essa detiene 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 mediante l'organizzazione di un incoming con B2B di operatori esteri provenienti anche da EAU e Francia oltre che dalla Svezia, in occasione della fiera MEC SPE di Parma. A partire dal 2014 sono stati richiesti ad ICE-Agenzia interventi di organizzazione di missioni di operatori esteri in Italia a favore di piccole e micro imprese artigiane della subfornitura in collaborazione con Confapi e Confartigianato nell'ambito di accordi con il Ministero dello Sviluppo Economico. Nel 2019 sono state organizzate due missioni di operatori esteri del settore della subfornitura meccanica e meccanica agricola: ad ottobre 2019 un incoming in collaborazione con Confartigianato Marche (Castelfidardo) di 7 operatori esteri provenienti da Germania, Austria, Svizzera e Francia che hanno incontrato 22 aziende italiane, attive nel comparto della subfornitura meccanica, nell'arco di una giornata di incontri bilaterali e un programma di visite aziendali; a dicembre 2019 un incoming in collaborazione con CNA al *CNA Business Network Day* di Milano di 4 operatori esteri provenienti da Germania, Francia e Svezia.

Nel campo delle **tecnologie per il confezionamento e l'imballaggio** sono state realizzate collettive nelle principali fiere di settore in Asia, Africa e nelle Americhe. Nel dettaglio sono stati realizzati padiglioni nazionali nelle seguenti manifestazioni: *Djazagro*, *Propak Africa*, *Propak Vietnam*, *Expo Pack Guadalajara*, *Fispal*, *Pack Expo Las Vegas*. È stato organizzato uno stand istituzionale con azioni di comunicazione alla *Propak Asia* di Bangkok ed incoming con azioni di comunicazione alla *E-pack Tech* di Shanghai. Sono stati organizzati incoming in occasione di *Pharmintech* di Bologna nell'ambito del Progetto Ipack-IMA tappe di avvicinamento dall'area del Maghreb e una missione ad hoc dal Messico.

Nel campo delle **tecnologie per la trasformazione alimentare e l'enologia** sono state organizzate partecipazioni collettive alle fiere *Bakery China*, *Iran Food and Bev Tech*, *Expoalimentaria* di Lima e *Agroprodmash* di Mosca. Sono stati organizzati incoming alle grandi fiere di settore che si sono svolte nell'autunno 2019: *HOST*, *Cibus Tec*, *SIMEI* ed un incoming ad *Enoliexpo*. Si è, inoltre, sperimentato con successo il format delle missioni imprenditoriali, nello specifico Missioni Imprenditoriali in Uzbekistan, Indonesia, Kenya e Tanzania, Colombia ed Ecuador (Settimana della Tecnologia Italiana). Infine, in collaborazione con l'Ufficio Formazione, si è lavorato al Progetto India Educational & Business Program.

Tra le attività di promozione della tecnologia italiana per la **lavorazione del marmo e della pietra naturale**, è stata realizzata la partecipazione collettiva alla *Batimat Russia*. Importanti e strategiche le attività di formazione destinate agli operatori stranieri nell'ambito della principale fiera di settore Marmo+mac, con l'iniziativa *On the road to Mamo+Mac*. È stato, inoltre, organizzato un incoming a *Marmotec Hub 4.0* di Carrara.

L'attività a favore della promozione internazionale delle **tecnologie italiane per l'efficientamento energetico ed il comfort abitativo** realizzate in collaborazione con ANIMA nel corso del 2019 ha visto ICE-Agenzia confermare la partecipazione italiana e incontri di affari in occasione dell'evento *International Beirut Energy Forum - IBEF* supportando la presenza di 12 aziende italiane, la presentazione nei lavori ufficiali del forum, la realizzazione di incontri B2B con le controparti locali. L'attività si è concentrata sulla realizzazione di studi relativi ai comparti dell'industria meccanica con particolare interesse ed attenzione all'efficientamento energetico civile e industriale in Argentina, Cile e Federazione Russa, mentre è stato avviato il progetto dedicato alla mappatura delle opportunità per l'industria Meccanica in Myanmar che prevede la realizzazione di uno studio sulle opportunità di mercato e la previsione di una risorsa distaccata presso l'Ambasciata di Italia a Yangon per garantire il monitoraggio e la diffusione delle opportunità emergenti nel Paese. A seguito della visita di febbraio 2019 è stato portato avanti il progetto di realizzazione di un Centro di Irrigazione Mobile a Sintgaing.

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 si svolge a Milano nel mese

di febbraio e rappresenta una delle principali vetrine della tecnologia impiegata nell'industria delle conterie, delle calzature e della pelletteria. La rassegna è oggetto di un grosso investimento promozionale nell'ambito del Progetto speciale di sostegno alle fiere italiane di portata internazionale. All'edizione del 2019 sono stati invitati più di 150 operatori esteri. 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 *ACLE* di Shanghai, in cui ICE-Agenzia organizza delle azioni di supporto alla partecipazione italiana curata da Assomac. Con la medesima modalità di attuazione siamo presenti anche alla fiera *APLF* di Hong Kong dove supportiamo con assistenza e importanti azioni di comunicazione le aziende presenti alla rassegna. Dal 2015 viene inoltre organizzata una collettiva alla Fiera *Shoes and Leather* di Hochiminh City. Oltre all'attività promozionale "ordinaria" sopra descritta, si segnala il centro tecnologico calzaturiero a Lahore, in Pakistan. Da menzionare anche un progetto di collaborazione con l'Università del Design di Mosca, attivo ormai da anni, che prevede l'organizzazione di periodici stage di studenti in Italia presso i distretti produttivi dell'industria della pelle. Sono stati, infine, realizzati Check up dedicati presso calzaturifici e conterie indiane.

Nel settore delle **macchine tessili** l'attività promozionale si è concentrata nel 2019 sulla fiera *ITMA Barcellona*. La Fiera ITMA rappresenta la principale manifestazione fieristica di riferimento per il settore meccanotessile a livello mondiale e si svolge ogni 4 anni in Europa con una formula itinerante. Come era prevedibile, la presenza italiana è stata quella più numerosa con 360 aziende espositrici. In considerazione di una così ampia partecipazione, sono state realizzate importanti azioni di comunicazione con l'obiettivo di rafforzare tra i visitatori l'immagine di eccellenza del Made In Italy di settore.

Sono state inoltre organizzate delle collettive italiane a fiere settoriali di rilievo internazionale: *Techtextil Francoforte*, fiera biennale che rappresenta un punto di riferimento ormai indiscusso a livello internazionale per tutta la filiera dei tessili innovativi, con la partecipazione di 16 aziende italiane; *Expotextil Perù*, che ha registrato la partecipazione di ben 20 aziende italiane nonostante fosse la prima esperienza di una collettiva italiana.

Sono state inoltre realizzate delle attività di incoming in Italia di operatori tessili provenienti dall'India e dal Sud Africa, una Missione esplorativa in Kenia e Tanzania ed una presenza istituzionale alle seguenti fiere: *Colombiatex*, *Tech Textil Russia*, *Irantex*.

Per il comparto del **package printing, converting e 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* e *Printech Asia* di Bangkok e del mercato russo *Printech Rosupack*. È stato inoltre organizzato un incoming di 30 delegati (operatori e giornalisti) del settore a *Print4All*

Conference di Milano provenienti da Austria, Bulgaria, Egitto, Estonia, Francia, Germania, Gran Bretagna, Iran, Israele, Lettonia, Lituania, Marocco, Olanda, Palestina, Polonia, Portogallo, Russia, Svizzera, USA.

Per il settore **macchine lavorazione legno**, in collaborazione con l'Associazione ACIMALL, è stato realizzato un seminario/workshop in Slovenia con la partecipazione di 8 aziende italiane che hanno effettuato incontri B2B e visite aziendali. È stato, inoltre, deciso di organizzare Punti Italia a fiere alle quali non si era mai partecipato, al fine di monitorare i mercati: *AWFS* di Las Vegas, *CIFF* di Shanghai e *WMS* di Toronto. Infine, sono state organizzate azioni di supporto alla *Woodex* di Mosca, alla quale l'ACIMALL ha partecipato con una collettiva di 22 aziende italiane. L'ICE, tra le varie attività ha invitato 20 operatori delle regioni russe più interessanti per il settore ed organizzato una Conferenza Stampa con 18 giornalisti.

Per il settore delle **macchine lavorazione plastica e gomma**, in collaborazione con l'Associazione AMAPLAST, sono stati realizzati a Milano differenti incoming di operatori esteri: 14 operatori da Tunisia e Algeria, 7 operatori da Marocco e 9 da Kazakistan ed Uzbekistan. Gli operatori sono stati suddivisi in diversi gruppi a seconda della materia di interesse: estrusione film, stampaggio e iniezione, e riciclaggio e tutti hanno visitato le principali aziende del settore e effettuato incontri B2B presso la sede di AMAPLAST.

È stato organizzato un Seminario itinerante che ha toccato varie città messicane: Monterrey, Puebla e Città del Messico. Per quanto riguarda gli studi di settore sono state portate a termine la Mappatura della regione del Golfo (Arabia Saudita ed Emirati Arabi Uniti) ed un'indagine relativa alle aziende trasformatrici della California. Inoltre, sono state messe a punto le attività preliminari alla realizzazione di due indagini che verranno compiute nel 2020 in Colombia e Iraq.

Per quanto riguarda il settore fieristico sono state effettuate le attività propedeutiche alle Collettive per *la Saudi Plastics & Petrochemicals 2020* e *la Plastprintack Nigeria 2020*.

L'attività promozionale per il settore **macchine e attrezzature per l'industria ceramica e del laterizio** si è concentrata prevalentemente sui mercati asiatici e sull'India in particolare con la realizzazione della Collettiva a *Indian Ceramics*, Gandhinagar. ICE-Agenzia, in accordo con l'Associazione ACIMAC, ha deciso di procedere con l'organizzazione di azioni di supporto (inserzioni su riviste specializzate on line e su WeChat e pubblicità in fiera) della presenza italiana alle due principali fiere di settore in Cina, *Ceramics China* di Guangzhou e *CICEE* (Foshan).

Nel settore delle **macchine per la lavorazione del vetro** le attività sono state rivolte in particolare ai seguenti mercati: Cina, Stati Uniti, Turchia, Polonia e Russia. Le attività più rilevanti nel 2019 sono state le partecipazioni alle seguenti fiere: *China Glass* di Pechino, *Glass Build* di Atlanta, Punto Italia alla fiera *Eurasia Glass* di Istanbul, Punto Italia alla fiera *Window-Tech* di Poznan, *Mir Stekla* di Mosca. È stata inoltre organizzata la *Terza Convention delle*

Associazioni Internazionali del Vetro a Venezia. Dal 1 al 4 ottobre 2019 si è svolta *VITRUM 2019* con un incoming di 80 delegati esteri, 18 giornalisti esteri di settore e 14 responsabili di Associazioni estere.

Per il settore del **ciclo e motociclo**, è stato realizzato un progetto di supporto alla fiera *EICMA 2019* e nell'arco dell'anno si sono svolte 2 azioni principali: una campagna di comunicazione su stampa di settore estera e l'incoming di 43 operatori e 33 giornalisti a *EICMA 2019* (Milano). È stata poi garantita la presenza con Collettive di aziende italiane alle principali fiere settoriali internazionali, da segnalare: per le motociclette *AIMEXPO* di Columbus e per le biciclette la *Sea Otter Classic* di Monterey.

Nel settore della **nautica** è stato gestito il progetto di supporto alla 59^a edizione del *Salone Nautico Internazionale* di Genova, in collaborazione con Confindustria Nautica, per la prima volta tramite la concessione di contributo. Tale progetto ha previsto, tra le azioni svolte dalla società beneficiaria I Saloni Nautici Srl, una vasta campagna di comunicazione, un incoming di una delegazione composta da oltre 80 tra giornalisti delle principali testate specializzate e operatori di settore, con B2B anche con alcune Start up, nonché una serata-evento presso la Fiera di Genova. Da segnalare poi la partecipazione di 13 aziende al tradizionale appuntamento del *Fort Lauderdale Boat Show* in Florida e, per la prima volta, una collettiva ICE Agenzia presso il *Singapore Yacht Show*, fiera della nautica e del lusso, cui hanno partecipato 11 aziende italiane. Confermata infine la presenza al *Dubai International Boat Show* che ha visto la partecipazione di 12 aziende italiane di componentistica e accessoristica nautica.

Per il settore della **cantieristica navale** si segnala l'incoming di 41 delegati esteri in rappresentanza di 38 aziende e 3 testate estere specializzate, al *SEATEC 2019* di Carrara con incontri B2B. È stata inoltre organizzata una collettiva di aziende italiane alla fiera *Norshipping 2019* ad Oslo. La manifestazione, biennale, ha visto la partecipazione all'interno del padiglione italiano di 10 aziende del comparto.

A sostegno delle **filiere dell'aerospazio, spazio, sicurezza e difesa**, è stato realizzato, con la collaborazione di AIAD e di Segredifesa, un complesso ed articolato programma di interventi con partecipazioni collettive, a favore delle aziende produttrici di sistemi e prodotti finiti, in occasione di grandi saloni dell'aerospazio e difesa quali: *LAAD* (Rio de Janeiro), *MAKS* (Mosca), *PACIFIC* (Sydney), *Dubai Air Show* (Dubai) con l'obiettivo di promuovere la produzione italiana del settore alle delegazioni governative e ai grandi assemblatori oltre che favorire la collaborazione con le piccole imprese. Piuttosto numerose e produttive le partecipazioni collettive, varie delle quali organizzate con AIAD, alle principali *business convention* del settore aerospazio per incontri B2B con i grandi assemblatori di aerei e satelliti e produttori di sistemi complessi, sulla base di agende pre-organizzate tramite le piattaforme delle manifestazioni: *Aerospace Forum Birmingham*; *Aeromart Montreal*; *AIRTEC Monaco*, *IAC Washington*; *SpaceCom Houston*; *Space Tech Expo Europe* di Brema; *Aerospace & Defense Meetings Torino*. Dal 10 al 12 dicembre, si è tenuta a Roma la prima edizione di *New Space Economy European ExpoForum*, organizzata da Fiera Roma

e Fondazione Amaldi di ASI, dove, a favore della filiera aerospaziale e del suo indotto, è stato organizzato un incoming di 36 operatori provenienti da 14 Paesi.

Per il settore **dell'aftermarket automobilistico** ICE-Agenzia, anche per l'edizione 2019, ha promosso e coordinato, di concerto con AICA - Associazione Italiana Costruttori Autoattrezzature e Promotec srl (organizzatori della fiera), un incoming di delegati esteri (operatori stranieri, media e associazioni di categoria) alla 28ma edizione di *Autopromotec*, salone biennale internazionale delle attrezzature e dell'aftermarket automobilistico, che ha avuto luogo a Bologna.

Nel corso del 2019 ICE-Agenzia ha supportato la **filiera delle macchine edili, stradali e movimento terra** organizzando a favore degli oltre 550 espositori italiani presenti e in collaborazione con le associazioni di categoria referenti - dopo il gradito ritorno del 2016 - la presenza istituzionale italiana all'evento di settore più importante al mondo, *Bauma* a Monaco. La presenza si è concretizzata nell'allestimento di uno stand ICE-Agenzia a disposizione degli espositori italiani e dei visitatori esteri e in azioni di comunicazione e promozione, quali catalogo e pubblicità in fiera. È stata realizzata la partecipazione collettiva Italiana in occasione del *World of Concrete* di Las Vegas e al *Big 5 Saudi* in Arabia Saudita. In modalità privatistica, in collaborazione con l'Ufficio ICE-Agenzia di Algeri, sono state confermate anche le ormai consuete collettive in occasione di *Batimatec* e *SITP*, eventi di riferimento per il mercato algerino con la presenza rispettivamente di 14 e 32 aziende italiane.

Per il settore della **meccanizzazione agricola**, nel corso del 2019 è proseguita l'attività volta a presidiare, con partecipazioni collettive, le maggiori fiere settoriali di alcuni mercati strategici, quali gli Stati Uniti con la *World Ag Expo*, l'Argentina con la *Expoagro* di San Nicolas, il Brasile con *Agrishow*, lo Zambia con *Agritech Expo Zambia*, la Repubblica Sudafricana con *NAMPO*, la Colombia con la prima partecipazione alla *Expo Agrofuturo* di Medellin, l'Iran con *Atmak I-Farm* di Teheran, la Cina con *CIAME* di Qingdao e la Russia con *Yugagro* di Mosca. Sono state organizzate inoltre delegazioni di 130 tra operatori e giornalisti esteri da 40 Paesi per la visita della fiera a cadenza biennale, *Agrilevante*, evento focalizzato sulle colture tipiche del Mediterraneo, svoltasi a Bari. Missioni di operatori sono state organizzate anche in occasione della manifestazione *EIMA Agrimach* in India un Incoming di operatori dall'America Latina.

Nel corso del 2019 ICE-Agenzia ha supportato la filiera delle **macchine e apparecchi per l'industria chimica, petrolchimica e petrolifera** confermando le più richieste, attese ed apprezzate partecipazioni collettive in occasione di *OTC* (Houston) e *ADIPEC* (Abu Dhabi), coinvolgendo rispettivamente 16 e 32 aziende italiane. Il presidio delle principali manifestazioni fieristiche internazionali è stato completato dalla realizzazione per la prima volta, della presenza istituzionale italiana in occasione della fiera *EGYPS* a Il Cairo e la conferma della presenza - seppure in forma ridotta rispetto al 2018 in ragione della reintroduzione delle sanzioni USA - alla fiera *Iran Oil*

Show, evento di riferimento per il settore in uno dei principali Paesi produttori. In collaborazione con ANIMA sono state realizzate per la prima volta missioni di operatori esteri in occasione dei 2 principali eventi dedicati alla filiera Oil&Gas in Italia - *Offshore Mediterranean Conference* - OMC (Ravenna) e *Industrial Valve Summit* - IVS (Bergamo) - coinvolgendo complessivamente 37 operatori da Angola, Arabia Saudita, Azerbaijan, EAU, Egitto, Indonesia, Libano, Malesia, Myanmar, Qatar, Russia e Thailandia che hanno realizzato circa 250 incontri B2B con le aziende italiane espositrici. Sempre per la prima volta in collaborazione con ANIMA, è stata realizzata la partecipazione italiana e Incontri di Affari in occasione del *Lebanon International Oil&Gas Summit* – LIOG.

Nell'ambito del **settore dentale** sono state realizzate diverse iniziative in collaborazione con UNIDI, associazione di riferimento. Tra queste la seconda partecipazione collettiva alla fiera *AEEDC Dubai*, principale manifestazione di settore della regione MENASA (Medio Oriente, Nord Africa e Sud Asia) e seconda per importanza al mondo (dopo IDS di Colonia), con un gruppo di 26 aziende del settore. Altrettanto importante l'attività a supporto delle aziende italiane presenti ad *IDEA Casablanca*, iniziativa di punta del progetto per l'internazionalizzazione delle imprese dentali italiane nei Paesi emergenti. ICE-Agenzia ha organizzato una campagna di comunicazione ed un incoming di operatori provenienti da Camerun, Tunisia, Algeria e Senegal (16 dealers) che hanno partecipato ad una fitta agenda di incontri B2B con le aziende italiane espositrici. Dopo il successo del workshop di Mumbai nel 2018, ICE Agenzia ha riproposto questa tipologia promozionale nel 2019 organizzando un Workshop e B2B a New Delhi, con l'obiettivo di presentare l'offerta tecnologica di 12 aziende italiane nel settore dentale. Hanno partecipato 42 operatori indiani selezionati dall'Ufficio ICE di Mumbai. Sempre importante l'impegno a sostenere la manifestazione internazionale di settore italiana, *Expodental Meeting* (Rimini), con un incoming di 80 operatori esteri e l'organizzazione di un seminario tecnico scientifico e incontri B2B. Si sono registrati circa 20.000 visitatori e 282 espositori e sono stati organizzati 1400 incontri.

A favore del **settore medicale** è stata realizzata la partecipazione collettiva di 8 aziende alla fiera *Expo Hospital* di Santiago, fiera e conferenza su tecnologie mediche ed apparecchiature ospedaliere e principale appuntamento del settore per il mercato cileno. Per ICE Agenzia si è trattata di una prima presenza in un mercato in costante crescita e di grande opportunità per le imprese italiane a motivo del programma di ricostruzione e di espansione delle strutture ospedaliere lanciato dal governo cileno. Una collettiva di 9 aziende è stata organizzata da ICE- Agenzia anche alla *CMEF* di Shanghai, manifestazione che si tiene con cadenza semestrale ed è diventata nel corso degli anni la più grande fiera di attrezzature mediche, prodotti e servizi correlati nella regione Asia-Pacifico.

Nel corso del 2019 è stato avviato, in accordo con l'Associazione Federsalus, un programma di attività promozionale per il **settore farmaceutico/nutraceutico**. È stata organizzata la partecipazione collettiva alla *CPhI Japan*, la più grande esposizione commerciale in Giappone per le industrie farmaceutiche ed affini che ICE-Agenzia

supporta ormai da molte edizioni. A questa edizione, oltre alle 7 aziende produttrici di materie prime farmaceutiche, abituate a frequentare questo salone e presenti insieme all'Associazione ASCHIMFARMA, hanno partecipato per la prima volta anche 7 aziende associate alla FEDERSALUS, rappresentanti il promettente settore degli integratori alimentari. Molto significativa è stata anche la partecipazione collettiva di 12 aziende italiane a *CPhI North America* di Chicago. L'industria italiana dei principi attivi di qualità regge infatti il confronto a livello mondiale ed è arrivata a conquistare l'esigente mercato statunitense, esportando l'80% della propria produzione. Anche alla *Bio Asia* Taiwan. ICE-Agenzia ha organizzato, in collaborazione con l'Associazione di Categoria Federsalus, una collettiva di 10 aziende italiane. Taiwan rappresenta il ponte tra la Cina e il mercato asiatico ed ha una posizione leader in Asia nei servizi ospedalieri. Per l'industria biomedicale, la vendita diretta, in particolare di dispositivi di fascia bassa e prodotti monouso, è il canale di distribuzione principale. Il 10 e 11 dicembre 2019 a Belgrado è stato organizzato anche un Workshop di promozione del settore in Europa Orientale. Hanno partecipato 17 aziende provenienti da diversi distretti produttivi italiani. Il programma prevedeva un seminario di presentazione del settore Made in Italy, una sessione di B2B (circa 550) tra le aziende e oltre 50 operatori provenienti da Serbia e numerosi altri paesi dell'Area Balcanica e alcune visite presso centri di distribuzione locali che hanno fornito utili informazioni in merito a modalità e regolamenti per la distribuzione di prodotti sul mercato locale.

Per il settore delle **biotecnologie** ICE-Agenzia ha organizzato diverse partecipazioni collettive in occasione di prestigiose manifestazioni estere. Alla *Bio Japan* di Yokohama hanno preso parte 6 aziende italiane che, oltre allo stand espositivo, hanno avuto la possibilità di presentare nuovi progetti nel campo delle biotecnologie ad operatori esteri presenti in fiera nell'ambito di uno spazio seminariale. ICE-Agenzia ha partecipato con una collettiva di 12 aziende alla *Bio Europe* di Amburgo, evento B2B itinerante di riferimento a livello mondiale per il settore delle bio e nanotecnologie che, grazie alla sua piattaforma informatica di partnering, attrae i più importanti decision-makers e rappresentanti del mondo finanziario a livello internazionale che gravitano nel settore. Il presidio delle manifestazioni internazionali è stato completato con la presenza collettiva di 22 imprese alla Bio International Convention di Philadelphia, organizzata dall'ICE-Agenzia in collaborazione con Federchimica-Assobiotec. Questa è la conferenza/fiera più importante dedicata al settore delle biotecnologie negli Stati Uniti. Si svolge ogni anno in modo itinerante nei maggiori bio-cluster statunitensi, nello specifico Philadelphia, Boston e San Diego.

Nell'ambito del **settore delle nanotecnologie** è stata realizzata un'attività di incoming di circa 20 operatori esteri (Russia, Iran, Israele, Polonia e Corea del Sud) in occasione di Nanoinnovation, principale manifestazione dedicata al settore delle Nanotecnologie in Italia, in programma a Roma, nel mese di giugno 2019, presso l'Università La Sapienza. L'iniziativa ha consentito la partecipazione degli operatori a numerosi seminari tecnici e ad un intenso programma di incontri bilaterali (circa 100) con le aziende italiane operanti nel settore nei vari e diversificati campi

di applicazione.

Per quanto attiene al **settore dei materiali compositi** è stata organizzata, per il quarto anno consecutivo, una collettiva di 15 aziende italiane provenienti da diversi distretti produttivi italiani, in occasione di *Jec World 2019*, in programma a Parigi nel mese di marzo 2019. Jec World rappresenta la principale manifestazione mondiale dedicata al settore dei compositi nei numerosi e diversificati settori di possibile applicazione industriale e rappresenta la vetrina ideale per la presentazione di nuovi prodotti e soluzioni tecnologiche da applicare a numerosi settori industriali, dalla edilizia alla nautica, dalla aeronautica, all'automotive. ICE-Agenzia ha inoltre supportato la principale manifestazione del settore in Italia, *Comptec 2019* a Marina di Carrara, organizzando un incoming di circa 50 operatori esteri provenienti da Albania, Kosovo, Corea del Sud, Svezia, Finlandia, Estonia, Polonia, USA, Regno Unito, Israele, Russia e Turchia.

A favore del **settore energia** e in collaborazione con ANIE, associazione di riferimento, sono state realizzate diverse iniziative. È stata confermata l'organizzazione dell'Open Day delle attività di ANIE, consueto appuntamento annuale dedicato quest'anno all'India, mercato ad alto potenziale e interessato da importanti investimenti infrastrutturali. È stato organizzato un incoming di 12 operatori indiani attivi sui settori dell'energia, del building, dell'industria e dei trasporti che hanno partecipato a sessioni di incontri B2B con aziende italiane associate ANIE.

Le altre attività realizzate sono: la partecipazione collettiva di 21 aziende e 2 start up alla fiera *European Utility Week* di Parigi, importante kermesse fieristica e convegnistica dedicata alle utilities elettriche, del gas e dell'acqua che coinvolge l'intero ecosistema energetico, dalla generazione da fonti tradizionali fino al consumo finale; un incoming di 6 operatori esteri provenienti da Francia, Spagna e Turchia alla fiera *SPS Parma*, con focus su automazione e robotica, manifestazione di grande interesse per le imprese elettroniche ed elettrotecniche italiane attive nel settore dell'industria intelligente, digitale e flessibile; un seminario sull'Energia in Brasile, dedicato ad energie rinnovabili, reti di trasmissione e smart grids, con incontri B2B tra aziende italiane e controparti brasiliane; uno Study Tour di operatori cileni a Milano e Roma cui hanno partecipato funzionari del Ministero dell'Energia cileno e dell'associazioni dei produttori di energie rinnovabili Acera, articolato in incontri di approfondimento e visite presso enti ed aziende italiane del settore energetico; la collettiva di 6 aziende italiane presso la fiera *Powergen* di New Orleans, dedicata al settore energia e affermatasi nel corso degli ultimi anni come uno dei principali appuntamenti professionali di livello internazionale per il mercato statunitense, con la presenza di espositori provenienti da ogni parte del mondo.

A favore del settore delle **tecnologie ambientali ed energie rinnovabili** sono state organizzate diverse attività. Ventidue imprese italiane sono state ospitate nella collettiva italiana presso la fiera *Wetex* di Dubai, principale manifestazione fieristica annuale dedicata all'ambiente ed energie rinnovabili negli EAU organizzata da DEWA,

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. È stata organizzata la collettiva di 12 imprese del settore anche in occasione di *Pollutec Maroc* salone incentrato sull'offerta di prodotti, tecnologie e servizi dedicati all'ambiente che si è svolto a Casablanca, presentando un focus speciale sui Paesi della CEDEAU. Si è svolta inoltre in concomitanza con *Pollutec Maroc* la *Ener Event*, salone dedicato alle energie rinnovabili, in cui ICE-Agenzia ha organizzato un'altra collettiva con 9 imprese del settore la cui produzione spazia dal solare all'eolico, alle biomasse, alle soluzioni elettroniche industriali e per illuminazione. Ospiti d'onore della manifestazione i Paesi africani dell'UMA (Union Maghreb Arabe) e 18 Paesi dell'Africa Subsahariana.

ICE-Agenzia ha poi partecipato per la prima volta alla *Watrex Expo*, l'evento commerciale internazionale più importante in Egitto, con una collettiva di 7 aziende che operano nella filiera dell'acqua e delle sue tecnologie (desalinizzazione, potabilizzazione, trattamento, irrigazione e gestione delle acque industriali).

La collettiva italiana presso *IFAT Africa* è stata in assoluto la prima partecipazione dell'ICE a una manifestazione sudafricana dedicata alle tecnologie per l'ambiente, con l'obiettivo di assecondare la domanda, in crescita, di nuove tecnologie per applicazioni come trattamento acque e gestione rifiuti. La collettiva ICE ha ospitato sette aziende, cinque delle quali costruttrici di macchine e impianti per il trattamento acque e due attive nel campo delle tecnologie per lo smaltimento di rifiuti.

ICE-Agenzia ha organizzato uno stand ufficiale al 10th *Clean Energy Ministerial and 4th Mission Innovation Ministerial*, nell'ambito dell'iniziativa espositiva *Innovation Showcase* di Vancouver, dedicata all'internazionalizzazione e alla promozione delle filiere nazionali **cleantech**, sulla base di un accordo con il Ministero dello Sviluppo Economico (MISE) Direzione Generale per la Sicurezza dell'Approvvigionamento e le infrastrutture energetiche. Le imprese e i centri di ricerca italiani coinvolti hanno avuto la possibilità di presentare i propri progetti e prodotti alle altre delegazioni internazionali, oltre che beneficiare di incontri bilaterali (B2B) con investitori e potenziali partner commerciali, industriali e scientifici.

Infine nella Federazione Russa è stata realizzata una partecipazione collettiva alla fiera *Waste Tech* presso il *Crocus Expo* di Mosca, il principale evento in Russia nel settore trattamento rifiuti, protezione ambientale ed energia rinnovabile, particolarmente noto nei paesi della CSI e del Baltico. Nove le aziende di settore che sono state ospitate nel Padiglione italiano, mentre 5 espongono autonomamente.

Si segnalano inoltre la presenza per l'8° anno consecutivo, alla *Green Renewable Energy* a Yokohama attraverso una collettiva italiana di aziende operanti nel settore delle energie rinnovabili e la partecipazione, in collaborazione con l'Ambasciata d'Italia, al Terzo Forum Italo-Bielorusso sulla *Green Economy* che si è svolto presso il Centro

Congressi Futbolny Manezh di Minsk, nell'ambito della più grande fiera bielorusa di settore, *Energy EXPO*.

Di notevole importanza anche lo strumento del contributo per le attività promozionali a supporto della fiera *Ecomondo 2019*, salone internazionale del **recupero di materia ed energia e dello sviluppo sostenibile** che si è svolto a Rimini. Il progetto ha riguardato innanzitutto un incoming di 400 operatori esteri provenienti da Medio Oriente, Africa, Europa, Est Europa, Area Balcanica, Turchia, India, Pakistan, Sud Est Asiatico, Cina, Nord America, America Latina e Australia che hanno partecipato a 3.366 incontri b2b con 573 aziende italiane espositrici aderenti ai business meeting. È stata effettuata la promozione degli eventi sui canali digital e sulle testate specializzate, nonché all'estero, presso le principali manifestazioni fieristiche di settore. Inoltre, è stata promossa la realizzazione di un'area start-up che ha ospitato 16 realtà innovative italiane, selezionate da ART-ER, (società consortile dell'Emilia-Romagna), in collaborazione e con il supporto delle Knowledge Innovation community dell'EIT (European Institute of Innovation and Technology) e con la partecipazione di Confindustria Nazionale, Fondazione Giuseppina Mai e Unibo.

È stata inoltre organizzata, in collaborazione con Ferrara Fiere Congressi, una missione di 30 operatori esteri alla fiera *Remtech Expo*, salone sulle bonifiche dei siti contaminati e sulla riqualificazione del territorio, provenienti da Algeria, Azerbaijan, Cina, EAU, India, Russia e Sud Africa. Da ultimo, per il 5° anno consecutivo ICE-Agenzia ha organizzato la partecipazione collettiva alla fiera *Ecobuild* di Londra, cui hanno partecipato 16 aziende provenienti da tutto il territorio nazionale. Ecobuild è il più grande evento fieristico internazionale per **l'edilizia ecosostenibile**, le energie rinnovabili e l'efficienza energetica.

Per quanto riguarda il settore delle **macchine pulizia industriale**, è stata organizzata una partecipazione collettiva di 11 aziende italiane alla fiera *ISSA/INTERCLEAN North America* a Las Vegas, in collaborazione con Issa Pulire NetworkK, che rappresenta la più grande piattaforma internazionale riferita alle fiere per il cleaning professionale, il facility management ed eventi formativi per professionisti di alto livello, cui partecipano ISSA, l'associazione di riferimento a livello mondiale per l'industria della pulizia e Afidamp, l'associazione per il settore del cleaning in Italia. Infine, ICE-Agenzia ha organizzato un incoming di 27 operatori professionali (distributori e utilizzatori finali) provenienti da Stati Uniti, Egitto, Marocco, Turchia e Sud Africa, alla XXIV edizione della fiera *Pulire* di Verona, biennale della pulizia professionale, seconda manifestazione in Europa per importanza e dimensioni e una delle più rilevanti a livello mondiale.

Per quanto riguarda il **settore dell'ingegneria, infrastrutture, costruzioni ed energia**, nel corso dell'anno sono state organizzate diverse missioni settoriali all'estero con l'obiettivo di far conoscere alle società attive in questi settori i progetti prioritari dei Governi nei Paesi target e di creare opportunità di partenariato tra le imprese italiane e locali, grazie anche agli incontri organizzati dall'ICE con le controparti.

I paesi focus, individuati insieme alle Associazioni di categoria di riferimento (Ance, Oice ed Anie) ed alle Ambasciate sono stati: Israele, Bosnia, Armenia, Georgia. Sono stati organizzati, inoltre, in Vietnam due eventi: un Forum dal titolo *The Italian Technologies for Vietnam's smart and circular economy*, in occasione della visita del Presidente del Consiglio in Vietnam, svoltasi nell'ambito del summit TEH-Ambrosetti *High Level Dialogue on ASEAN-Italy Economic Relations*.

Nel mese di settembre ha avuto luogo una missione a Parigi, organizzata in collaborazione con la società del Grand Paris Express, per far conoscere alle aziende italiane uno dei più grandi progetti a livello europeo di riqualificazione urbana, territoriale ed infrastrutturale, il cui obiettivo è quello di alleggerire il traffico di viaggiatori nella città di Parigi e riqualificare da un punto di vista urbano alcune zone della cintura periferica. All'evento hanno partecipato 15 società italiane del settore costruzioni ed elettrico, preventivamente selezionate dalla società del Grand Paris Express.

Agli inizi di ottobre è stato organizzato un incoming di operatori esteri in occasione dell'*Expo Ferroviaria* di Milano, la vetrina italiana per le innovazioni, tecnologie, prodotti, sistemi e servizi del settore ferroviario. Obiettivo dell'incoming è stato quello di creare opportunità di business per le imprese italiane attraverso visite ed incontri B2B, organizzati con alcuni operatori esteri del settore, provenienti dai seguenti Paesi, selezionati in collaborazione con Anie e Ferrovie dello Stato italiane: Australia, Brasile, Cile, Colombia, Stati Uniti, Tailandia e Vietnam.

Come follow up della missione ad Alessandria d'Egitto, è stato organizzato un evento al Cairo, denominato *Dialogo Italo-Egiziano sul settore marittimo*, focalizzato sul settore dei trasporti marittimi e della logistica ed articolato in un seminario tecnico con incontri B2B, seguito da visite a siti industriali e ad infrastrutture portuali.

Su richiesta di Ance, è stata organizzata a novembre una missione in Sudafrica, che si è concentrata quasi esclusivamente sulla conferenza *Africa Investment Forum* della Banca Africana di Sviluppo, che ha toccato svariate tematiche – con focus su determinati progetti – riguardanti una pluralità di mercati dell'Africa subsahariana. Da maggio 2018 a marzo 2019 ha operato in Qatar il *Desk Infrastrutture*, che ha garantito continuità alle azioni già intraprese in passato a favore delle aziende italiane, ha monitorato le opportunità del mercato e pubblicato oltre 100 tender e gare d'appalto in Qatar, realizzato newsletter periodiche e guide pratiche, organizzato una presentazione in Italia ad ANCE, OICE e ANIE delle opportunità che l'Emirato del Qatar offre alle aziende italiane; accolto missioni italiane a Doha (Assoporti) e accompagnato delegazioni qatarine in Italia (Autorità portuali dell'Emirato del Qatar).

Importanti anche i risultati conseguiti dal *Progetto Piattaforma Logistica*, partito a maggio 2018 e terminato a marzo 2019, grazie al quale sono stati allacciati contatti e conclusi accordi con LULU Group, tra le prime cinquanta catene di GDO al mondo, con cui sono state gettate le basi per un investimento in Italia per l'apertura della prima

centrale di acquisto di prodotti italiani.

In Canada l'*Osservatorio Procurement*, costituito con l'obiettivo di promuovere la partecipazione di aziende italiane al sistema di gare e appalti canadese, apertosi completamente dopo l'accordo siglato tra Canada ed UE, CETA, ha continuato ad operare per tutto il 2019. L'Osservatorio ha svolto una serie di attività mirate di monitoraggio, analisi e segnalazione delle grandi opportunità che offrono i mercati pubblici in Canada, ha partecipato ad alcuni eventi in loco, organizzato incontri con interlocutori locali, istituzionali e privati, effettuato missioni in Canada ed in Italia (per la presentazione organizzata a giugno presso Ance) ed ha predisposto due newsletter e due guide informative destinate a facilitare l'accesso al procurement canadese per le aziende italiane.

L'ufficio ha inoltre partecipato all'organizzazione del *Business Forum Italia-Cina*, in occasione della visita in Italia del Presidente della Repubblica Popolare Cinese Xi Jinping, in particolare nel tavolo tematico "Infrastrutture e Trasporti" e nelle sessioni di incontri B2B previste a seguire.

Nell'ambito delle attività dell'Ufficio Tecnologia e Meccanica Industriale rientra anche l'organizzazione di iniziative di **tipo plurisetoriale con prevalenza di beni strumentali e di eventi internazionali**. Il focus geografico è stato rivolto ai mercati emergenti dell'Africa Centrale nei quali le fiere campionarie rappresentano ancora i principali eventi di promozione.

Nel 2019 è stata confermata l'organizzazione delle collettive alle fiere *ACITF 2019* di Addis Abeba, *FACIM* di Maputo e *UGITF 2019* di Kampala. Particolare impulso è stato dato alle iniziative sul mercato cubano affiancando alla tradizionale collettiva annuale FIHAV di L'Avana la fiera *Hostelcuba 2019*. È stato confermato anche il tradizionale appuntamento alla fiera di *NOVI SAD*, dedicata alla filiera agricola e di trasformazione alimentare.

Da segnalare il tentativo di rilancio dell'attività promozionale in Iraq attraverso la partecipazione diretta di aziende italiane alla fiera *BIF 2019* di Baghdad, purtroppo annullata a pochi giorni dall'inizio.

Tra i Grandi Eventi internazionali si è dato avvio ad alcune iniziative a supporto di *Expo Dubai 2020* con costituzione di un Desk informativo presso l'Ufficio di Dubai e diffusione delle informazioni su gare e appalti connessi all'esposizione universale.

START UP E INNOVAZIONE

Negli ultimi due anni, parallelamente all'aumentare del numero delle start up innovative italiane iscritte nel registro speciale delle Camere di Commercio, circa 11.000 secondo l'ultimo report trimestrale Mise/Infocamere, è aumentato, come risorse destinate e numero di eventi organizzati, anche l'impegno messo in campo dall'Ufficio Tecnologia Industriale Energia e Ambiente a favore dello specifico comparto.

Accanto alla partecipazione ad eventi fieristici internazionali espressamente dedicati alle start up e all'organizzazione di missioni di investitori stranieri a fiere italiane miranti all'attrazione in Italia di investimenti internazionali, ultimamente sono state anche previste specifiche aree dedicate a start up nelle più importanti fiere settoriali in Italia. Le manifestazioni sono state individuate con la collaborazione dei principali attori dell'ecosistema italiano delle start up (Associazioni, Incubatori, Acceleratori, Università, ecc.) oltre che dei Desk Innovazione che operano presso gli Uffici ICE di Londra, Parigi, Los Angeles, Mosca, Singapore, Mumbai e Praga.

Nel contesto della visita di Stato del Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, negli Stati Uniti d'America, si è svolto il primo *Us-Italy Forum Innovation*, prestigiosa manifestazione dedicata ai settori dell'innovazione ed alta tecnologia, organizzata in collaborazione con MAECI, Ambasciata d'Italia negli USA, Confindustria e altre rappresentanze diplomatiche italiane negli USA. L'obiettivo dell'iniziativa è stato di definire un *assessment* dello stato dei rapporti tra sistema Usa e sistema Italia nel settore della scienza e della tecnologia, rafforzando ulteriormente la sinergia istituzionale nell'ottica di implementare uno sviluppo di attività in linea con aspettative governative e imprenditoriali. Il programma dell'evento, realizzato presso il campus della Stanford University, California, ha visto l'organizzazione di tre panel tematici dedicati a: Big Data & Machine Learning in Life Sciences, Robotics and Artificial Intelligence; Advanced Manufacturing & Industry 4.0, Mobility & Smart Cities; Space Industry, Science & Technology. A conclusione del Forum è intervenuta la Ministra Pisano. All'iniziativa sono stati registrati 337 partecipanti di cui 98 provenienti dall'Italia e 239 operatori statunitensi.

Di seguito le principali iniziative realizzate nel corso del 2019 alle quali hanno partecipato **start up e/o PMI innovative**:

- *Consumer Electronics Show* di Las Vegas: il più importante appuntamento mondiale dedicato all'elettronica di consumo e da qualche anno ospita una sezione dedicata alle start up denominata Eureka Park. Nel 2019 ICE-Agenzia ha partecipato per la seconda volta al CES con 9 start up innovative.
- *DLD* di Tel Aviv: il Digital Life Design è un evento che riunisce annualmente l'ecosistema di start up, università e centri di ricerca, investitori e multinazionali e rientra nella Settimana internazionale dell'innovazione; quest'anno erano presenti 12 start up italiane.
- *Gitex* di Dubai: Gitex Future Stars è la principale manifestazione fieristica annuale dedicata alle start up negli EAU e il suo settore di riferimento è l'ICT, con particolare attenzione ai nuovi comparti del IoT - Internet of Things, Big data, Smart cities e Cloud computing, Realtà virtuale ed aumentata e Cyber security. La collettiva italiana ha ospitato 11 start up e PMI innovative.
- *Italia Restarts up* a Milano, durante *Smau*: è un'iniziativa ideata 5 anni fa da ICE-Agenzia con l'intento di attrarre in Italia investitori internazionali interessati al mondo delle start up innovative; prevede incontri individuali tra start up e rappresentanti di fondi di investimento. Da alcuni anni il format è stato "esportato" a Berlino e Londra. Circa

150 le start up coinvolte nei tre appuntamenti.

- *Maker Faire* a Roma: giunto alla 7° edizione, Maker Faire Roma è il principale spin-off europeo dell'omonimo evento nato nel 2006 nella Bay Area di San Francisco. In collaborazione con Innova Camera è stato organizzato un incoming di operatori internazionali che hanno potuto incontrare le start up italiane nello spazio allestito da ICE-Agenzia.
- *Slush* di Helsinki: Slush è nato nel 2008 come espressione di un movimento no profit guidato dagli studenti ed unisce in modo non convenzionale il mondo imprenditoriale a quello accademico. Iniziato come un incontro di 300 fondatori di start up è diventato nelle ultime edizioni il più importante evento europeo di networking per le start up, grazie alla vocazione di incubatore di start up della Finlandia, Paese che promuove e premia il valore aggiunto delle idee innovative ed occupa il 4° posto della classifica mondiale per la percentuale di investimenti nel settore della ricerca e dell'innovazione. ICE-Agenzia supporta da qualche anno la presenza delle aziende start up italiane a questo evento. All'edizione 2019 hanno partecipato 11 start up innovative.
- *Start up day* a Berna: organizzazione dello Start up Day e di un seminario alla 19° edizione del Biotech in Europe Forum con possibilità di partecipare a B2B nel settore delle biotecnologie e delle scienze della vita. Complessivamente hanno partecipato ai due eventi 20 start up.
- *Start up Village* a Mosca: conferenza a cadenza annuale che si tiene presso il parco tecnologico di Skolkovo e che rappresenta uno dei più importanti eventi legati al mondo dell'innovazione. ICE-Agenzia era presente con 30 start up e PMI innovative.
- *Unbound* di Londra: evento internazionale di cui Londra è una delle tappe (le altre si tengono a Singapore, Miami e nel Bahrein), incentrato sull'attrazione investimenti principalmente nei settori AI, Fintech, Blockchain e Insurance tech; 5° partecipazione ICE con una collettiva di 26 start up.
- *Viva Technology* di Parigi: salone internazionale dell'innovazione e delle start up, giunto alla 4° edizione. Nell'ambito del Piano Export Sud (PES 2), ICE Agenzia ha partecipato con 16 start up provenienti dalle Regioni italiane meno sviluppate e in transizione.
- *Web Summit* a Lisbona: nato a Dublino e trasferitosi da qualche anno a Lisbona il Web Summit è la più grande conferenza "tech" al mondo. Si compone di spazi espositivi e di un fittissimo programma di seminari e di pitch contest. Nel 2019 è stata organizzata la prima partecipazione ufficiale italiana con 22 start up innovative.
- *Webit* a Sofia: manifestazione fieristica dedicata al mondo dell'ICT giunta alla 16° edizione. ICE-Agenzia ha partecipato per la seconda volta con 15 aziende del settore ICT e start up.
- *Wolves Summit* di Varsavia: principale occasione di networking internazionale in Europa centro-orientale dedicato ad hardware, ricerca e sviluppo; la prima partecipazione ICE ha visto la presenza di 14 start up italiane.

PARTENARIATO INDUSTRIALE E RAPPORTI CON GLI ORGANISMI INTERNAZIONALI

ATTIVITÀ DI COLLABORAZIONE INDUSTRIALE

L'attività di collaborazione industriale ha l'obiettivo di favorire la realizzazione di partenariati fra le aziende italiane e quelle di altri Paesi, principalmente quelli in via di sviluppo. Essa consiste nella realizzazione di iniziative progettate in collaborazione con i Paesi destinatari dell'intervento, focalizzate prevalentemente sui settori infrastrutturali e tecnologici e fortemente caratterizzate da una componente progettuale di lungo respiro. L'attività si svolge prevalentemente attraverso la realizzazione di country presentation, business forum bilaterali con incontri B2B e G2B, missioni di operatori. Rientrano nell'ambito dell'attività anche la partecipazione alle commissioni miste bilaterali promosse dal MAECI e dal MISE, il progetto a favore dell'Import Strategico, le azioni a favore del restauro.

Country Presentation, Business Forum e Missioni Imprenditoriali

Nel 2019 sono stati realizzati 12 eventi, fra country presentation e business forum bilaterali:

La **Country Presentation Slovenia**, svoltasi presso la sede di Roma dell'Agenzia ICE, ha offerto alle imprese, banche, società di ingegneria e architettura, centri di ricerca, associazioni di settore, società di consulenza la possibilità di conoscere e/o approfondire le opportunità di investimento, di collaborazione industriale e scientifica presenti sul territorio sloveno. All'evento erano presenti 84 partecipanti.

L'**Irak Day** è un evento che si è svolto il 27 marzo, presso Confindustria, e ha visto una serie di presentazioni istituzionali nel corso della mattinata, mentre il pomeriggio è stato dedicato all'attività di networking ed incontri b2b con le controparti istituzionali e private locali.

La **Country Presentation Armenia** si è svolta presso Mediobanca, in quanto organizzata dalla stessa e da Assolombarda. Da parte armena hanno partecipato: il Primo Ministro Pashinyan, il Ministro dell'Economia Khachatryan e il Ministro dell'High-Tech Industry Arshakyan. I settori focus sono stati: agroindustria, energie rinnovabili, trasporti urbani, gestione dei rifiuti, infrastrutture e IT.

Nell'ambito dell'iniziativa **Country Presentation Libano** organizzata su impulso del MiSE e dell'Ambasciata italiana a Beirut, sono state presentate le opportunità derivanti dalle nuove politiche di sviluppo del governo libanese in particolare nei settori: infrastrutture; energie da fonti tradizionali e rinnovabili; trattamento acque e trattamento acque reflue; trasporti; agroindustria. La country presentation si è articolata in una prima sessione plenaria di approfondimento dei programmi di sviluppo da parte dei rappresentanti del governo e delle associazioni di categoria libanesi e la presentazione di case studies di successo. Nel pomeriggio si è tenuta una sessione di B2B tra aziende italiane e libanesi. Hanno partecipato all'evento 103 operatori italiani e sono stati organizzati 120 incontri.

L'evento **seminario economico Italia-Romania**, realizzato su specifica richiesta del Consigliere economico presso l'Ambasciata di Romania in Italia, ha registrato una partecipazione di 95 persone.

Il **Business Forum Italia Uzbekistan** ha avuto luogo presso il Salone degli Arazzi del MISE. All'iniziativa hanno partecipato 57 aziende italiane. Il business forum è stato organizzato su richiesta e in collaborazione con il MISE in occasione della VI sessione del Gruppo di lavoro intergovernativo italo-uzbeko per il Commercio, la Collaborazione Economica, Industriale e per i Crediti all'Esportazione. Obiettivo dell'iniziativa è stato illustrare le principali opportunità di investimento e collaborazione industriale in Uzbekistan, Paese che negli ultimi due anni ha avviato importanti riforme che potrebbero modificare radicalmente il modello di sviluppo economico del più popoloso Paese dell'Asia Centrale.

Si sono svolti all'estero il **Business Forum Italia Paraguay**, a Asuncion e Ciudad del Este, e il **Business Forum Italia Argentina** a Buenos Aires. All'iniziativa in Paraguay hanno aderito 10 aziende italiane: sono stati realizzati più di 90 incontri bilaterali, che hanno consentito l'avvio di vari accordi di collaborazione. Il Forum di Buenos Aires era destinato alla promozione delle PMI e start up innovative. Anche in questo caso, per le 10 aziende italiane partecipanti è stata organizzata un'agenda di circa 70 incontri bilaterali, seguito da un programma di visite aziendali.

Il **Business Forum Italia Ucraina** si è svolto invece presso la sede di Confindustria. Sollecitato dall'Ambasciata d'Italia in Ucraina e sostenuto da un interesse concreto dei vertici di importanti istituzioni ucraine, il business forum è stato organizzato da ICE Agenzia in collaborazione con Confindustria e ULIE (Unione degli Industriali e Imprenditori dell'Ucraina). All'evento hanno preso parte oltre 140 partecipanti italiani, in rappresentanza di 68 aziende, 8 Istituzioni e 4 associazioni e banche. Il business forum è stato incentrato sui settori con più consistenti opportunità di sviluppo per le relazioni economiche bilaterali, in considerazione dei piani di sviluppo governativi dell'Ucraina e delle capacità italiane di offrire soluzioni competitive: agroindustriale, l'energia, con particolare riferimento alle rinnovabili ed all'efficienza energetica, le infrastrutture.

Il **Forum Italia Argentina "CULT & TECH"** di Buenos Aires, si inserisce nell'ambito della Convenzione stipulata tra MISE e Società Dante Alighieri. Ha visto la presenza, in qualità di relatori, dei rappresentanti di ANICA, Assorestaurato ed Enea. Il forum è stato dedicato alla promozione dell'industria creativa (cinema/audiovisivo) restauro e alle nuove tecnologie applicate alla gestione dei patrimoni urbani ed architettonici del futuro (smart cities).

L'iniziativa **Business Forum Italia Turkmenistan** è stata organizzata su richiesta del MAECI, dell'Ambasciata d'Italia ad Ashgabat e dell'Ambasciata Turkmena in Italia. Dopo la cerimonia di apertura, svoltasi a Milano, si sono susseguite le presentazioni turkmene sui settori focus dell'evento: industry & infrastructure, oil & gas, agroindustry, private and finance sector e le testimonianze di "best practice" da parte di ENI, CNH e RINA Consulting. I lavori della plenaria si sono conclusi con l'intervento del Sottosegretario agli Esteri Manlio Di Stefano e del suo omologo turkmeno, Rashid Meredov. Nel pomeriggio hanno avuto luogo la firma degli accordi B2G tra aziende italiane e ministeri Turkmeni e tre tavole rotonde settoriali (oil & gas, industry & infrastructure, trade, private sector and finance). Hanno partecipato 120 persone per 61 aziende.

Il **Business Forum Italia Etiopia** aveva come obiettivi principali il consolidamento dei risultati positivi della missione imprenditoriale svoltasi a giugno del 2019 - guidata dalla VM del Re - e il supporto alla crescita dei rapporti bilaterali, favorendo sia la conoscenza del mercato, che gli incontri con operatori locali interessati allo sviluppo di rapporti di collaborazione e partenariato con l'Italia. Hanno partecipato 76 aziende italiane e sono stati organizzati 80 B2B.

Da segnalare anche l'incontro **con la delegazione Congolese RDC** organizzato in collaborazione con Confindustria Assafrica & Mediterraneo, con l'intervento del Consigliere di Amministrazione Luigi Pio Scordamaglia. L'iniziativa è nata su impulso dell'Ambasciata d'Italia nella RDC, dato il forte interesse della dell'Agenzia per la Promozione degli Investimenti della RDC (ANAPI) e dell'Ambasciata congolese in Italia di rafforzare le relazioni e la collaborazione tra i due Paesi. All'incontro hanno partecipato 30 imprenditori italiani (25 aziende), rappresentative di vari settori, principalmente della filiera agroalimentare, costruzioni e infrastrutture ed energie rinnovabili.

Il 25 giugno si è tenuta presso il Salone degli Arazzi del MISE la **II Sessione della Commissione Intergovernativa Italia Bielorussia**, che si è nuovamente riunita dopo tre anni sulla spinta dell'incontro del 6 Febbraio 2019 tra il primo ministro Bielorosso Rumas e il Ministro per lo Sviluppo Economico e Vicepremier Luigi Di Maio. La Sessione è stata presieduta congiuntamente dal Sottosegretario allo Sviluppo Economico Sen. Andrea Cioffi e dal Vice Ministro degli Affari Esteri della Repubblica del Belarus, Evgeny Shestakov. Ai lavori della Commissione era presente il Presidente di ICE Agenzia, Carlo Maria Ferro.

Nel corso del 2019, sono state organizzate tre missioni imprenditoriali, due di operatori italiani in Giordania, una di operatori messicani in Italia.

La **missione imprenditoriale ad Amman** è stata organizzata nell'ambito del Progetto "Import Strategico". La delegazione italiana era composta da: UNIC (Unione Industriali Conciari Italiani), Confederazione Pasticceri Italiani (interesse: frutta e datteri), America Fur Snc (interesse: pelli, sali e fanghi del Mar Morto) e EuroDrop (collaborazione industriale nel settore impermeabilizzazione e protezione ambiente). Hanno partecipato 25 operatori giordani e 5 operatori palestinesi del Distretto di Hebron.

Al **workshop "Italian Green Solution" ad Amman** hanno invece partecipato 10 aziende, tra le più note e importanti, dei seguenti settori: energia, processo e movimentazione, engineering, impianti tecnologici, trasformatori isolati in resina e a secco, elettronica di controllo e di potenza, turbine eoliche, cura viso, tecnologie per la produzione di energie rinnovabili e per la sicurezza dell'energia elettrica, impianti di depurazione delle acque reflue. Il progetto *Green Corridor* mette a disposizione 160 milioni di dollari per la distribuzione di energia solare, contribuendo ad un incremento di 1 GW della capacità delle rete giordana, che si attesta attualmente intorno ai 3.6 GW. Il Workshop è stato un'occasione per incontrare i maggiori players giordani in questo settore, oltre a buyers provenienti da Egitto, Libano, Palestina e Iraq. ICE Amman, con ICE Cairo e ICE Beirut, ha coinvolto 32 operatori di settore. Hanno partecipato anche oltre 100 aziende giordane. In totale si sono svolti circa 400 incontri bilaterali.

La **missione di operatori messicani** si inquadra fra le azioni di follow up al workshop su "*Prevenzione del rischio e mitigazione degli effetti dei disastri naturali*". Si è svolta dal 1° al 4 luglio. La delegazione messicana invitata era composta da 9 delegati di massimo livello istituzionale, per i quali è stata organizzata una presentazione dell'attività svolta dalla Protezione Civile italiana, in particolare ai fini della certificazione internazionale INSARAG (International Search and Rescue Advisory Group), ottenuta dalle Nazioni Unite per i team Usar Heavy Italia (Urban Search and Rescue). La presentazione è stata seguita dalla visita ai centri operativi di Palermo, Pisa e Roma.

Rientrano nell'ambito della collaborazione industriale anche le **Azioni a favore del Restauro**. Nel 2019 l'Ufficio ha curato, in collaborazione con Assorestauro, la "**Restoration Week 2019**" - 16-20 settembre, alla quale ha partecipato una delegazione estera composta da 53 delegati, esperti del settore, per i quali è stato organizzato un tour di visite di carattere tecnico a Milano, Bergamo, Verona, Padova, Venezia. I delegati esteri hanno poi partecipato al "**Salone Internazionale del Restauro**", svoltosi dal 18 al 20 settembre a Ferrara e organizzato da Ferrara Fiere Congressi. Nel corso della manifestazione i delegati esteri hanno realizzato con gli espositori italiani un'agenda di circa 400 incontri B2B.

AFFARI EUROPEI

Nel 2019 gli obiettivi delle iniziative curate dalla linea Affari Europei sono stati far crescere la partecipazione di imprese italiane, centri di ricerca e università a progetti di partenariato internazionale e promuovere interventi di formazione e di capacity building per rafforzare le competenze in tema di progettazione e gestione dei fondi europei. La possibilità di accedere ai fondi comunitari richiede infatti, per le imprese e per gli organismi intermediari, competenze specialistiche per orientarsi tra le molteplici fonti di informazione presenti, sviluppare una valida proposta progettuale, formulare la richiesta di finanziamento in maniera corretta e familiarizzare con le modalità di allocazione dei fondi.

Anche i **12 desk infrastrutturali** presenti presso i nostri uffici in Paesi UE (Bulgaria, Croazia, Polonia, Romania, Slovenia e Ungheria) ed extra europei (Albania, Bosnia Erzegovina, Kosovo, Macedonia, Montenegro, e Serbia) hanno fornito qualificati servizi di supporto informativo e di consulenza per l'utilizzo degli strumenti di adesione e per l'avviamento di progetti di partenariato internazionale. Tale sostegno era stato concepito per agevolare le attività nei Paesi di nuova adesione: avendo il progetto raggiunto il proprio obiettivo, il finanziamento non è stato rinnovato per il prossimo anno. Si è provveduto quindi ad avviare la conclusione con le attività di verifica e rendicontazione.

È stata avviata la realizzazione di un **manuale dedicato alle metodologie di Europrogettazione**, alla luce delle più recenti modifiche. Il manuale è uno strumento agile, concepito con un taglio tecnico per offrire indicazioni pratiche di project management e indicazioni puntuali sulle procedure attualmente vigenti presso la Commissione europea in materia di partecipazione alle *Calls for proposals*. Il Manuale verrà presentato nel corso del 2020.

Dal 29 al 31 maggio si è svolto a Roma, presso la Sede, il **Seminario "Europrogettazione – I programmi comunitari a gestione diretta per il periodo 2014-2020"** con l'obiettivo di fornire agli operatori informazioni e strumenti operativi per poter accedere ai programmi comunitari erogati direttamente dall'Unione Europea (fondi a gestione diretta). Il seminario ha suscitato un notevole interesse degli addetti ai lavori, con 240 adesioni, la partecipazione effettiva di 123 operatori e una "soddisfazione globale" sull'iniziativa di 4,64 su 5.

Il 18 giugno è stata organizzata una **missione presso la Commissione Europea a Bruxelles**, con la collaborazione dell'Ufficio in loco. La missione ha visto un incontro introduttivo con i funzionari delle varie Direzioni Generali, che hanno realizzato presentazioni relative ai Programmi COSME, Horizon2020 – Investimenti per le PMI, Erasmus per gli imprenditori, Strumento europeo di Vicinato, Strumento di Preadesione, Fondo europeo di Sviluppo. Alla Missione hanno partecipato 26 imprese; i questionari hanno evidenziato una grande soddisfazione per l'iniziativa nel suo complesso (4,45).

Il 26 e 27 novembre si è svolto presso il MiCo di Milano l' **IABW – Italia Africa Business Week**, una manifestazione promossa dall'associazione Le Réseau, Assolombarda e ISPI, R&P Legal, Confindustria Assafrica&Mediterraneo e Confindustria Dispositivi Medici. L'obiettivo del forum era creare sinergie tra le diverse realtà del continente africano e il know-how e le eccellenze italiane in diversi ambiti. L'ICE Agenzia ha concesso il patrocinio organizzando due momenti seminari.

COLLABORAZIONE CON OO.II.

Gli obiettivi prioritari perseguiti nella collaborazione con gli Organismi Internazionali sono il miglioramento delle conoscenze e competenze da parte imprese italiane rispetto alle opportunità di procurement e di finanziamento offerte dalle Banche di Sviluppo nei Paesi emergenti e l'ampliamento delle categorie interessate alle attività di collaborazione con gli OO.II. In quest'ottica vengono svolte varie iniziative di carattere formativo e informativo, sia per rispondere alle richieste di assistenza che, soprattutto, per stimolare l'interesse di un numero crescente di aziende ai progetti delle banche di sviluppo e una loro più frequente partecipazione ai bandi di gara.

In quest'ottica sono state svolte varie iniziative. In primo luogo la realizzazione di seminari sul procurement:

Lo **European Procurement Forum (EUPF)** è il seminario annuale sul procurement organizzato dalle NU, che si è svolto ad aprile a New York. Seminario a cui hanno partecipato 78 aziende provenienti da 16 Paesi dell'Unione Europea. L'EUPF è una organizzazione no-profit creata dalle Rappresentanze diplomatiche e dalle Agenzie del commercio e degli investimenti dei Paesi membri dell'Unione Europea presenti a NY. L'ICE Agenzia è membro dell'organizzazione tramite l'Ufficio di New York. L'Italia si è confermata anche in questa 16ma edizione fra i primi paesi per numero di aziende partecipanti.

Degno di nota è l'**International Procurement Seminar (IPS)** organizzato a Roma presso l'EXCO 2019, il 16 e 17 maggio. Il Format IPS è stato sviluppato dalle NU tramite lo United Nations Global Marketplace (UNGM), ente trasversale di supporto a tutte le centrali di acquisto delle Agenzie ONU, con lo scopo di mettere in contatto i responsabili degli acquisti delle Agenzie con le aziende potenziali fornitrici di beni e servizi. L'obiettivo è quello di facilitare l'ingresso di nuovi fornitori nel mondo del procurement ONU, in particolare delle PMI, fornendo una ampia panoramica sulla richiesta di forniture in beni e servizi delle Agenzie e sulle modalità di partecipazione ai bandi di Gara. L'evento - come richiesto dal format dell'IPS, che richiede la presenza di più Paesi - è stato organizzato con Trade Malta e il Governo Israeliano, che hanno gestito direttamente i contatti con le loro aziende e hanno contribuito alle spese di realizzazione. All'IPS di Roma hanno aderito 15 Agenzie ONU, a copertura della maggior

parte del procurement delle nazioni Unite. Sono stati selezionati quattro macrosettori trattati dai seminari nelle sedute plenari: cibo, pesca e agroalimentare; medicale, farmaceutico e tecnologie collegate; gestione delle emergenze, dei rifugiati, aviazione, costruzioni e attività di peacekeeping; tecnologia, innovazione, ICT e servizi di ingegneria. In successivi incontri One to One, le aziende hanno avuto l'opportunità di dialogare direttamente con i rappresentanti delle singole Agenzie, per porre le basi di una concreta collaborazione. La partecipazione al seminario, in questo caso, è stata a pagamento. Le aziende italiane partecipanti sono state 70, su 80 iscrizioni andate a buon fine. I delegati delle Nazioni Unite hanno giudicato positivamente il potenziale delle aziende partecipanti e hanno dato disponibilità ad incontrarle tutte (il format prevede uno scrutinio insindacabile sugli incontri da parte dei funzionari ONU).

Altro seminario è quello svoltosi presso la sede dell'Agenzia ICE sul **Procurement della AIIB**, che prevedeva anche la contestuale presentazione della Guida Pratica "*Lavorare con la AIIB guida pratica per imprese e consulenti*". Il seminario, rivolto principalmente alle PMI, è stato il primo del suo genere realizzato in Europa. Vi hanno preso parte circa 100 partecipanti, che hanno avuto la possibilità di conoscere i progetti e le modalità operative dell'Asian Infrastructure Investment Bank, ancora poco note fra le aziende italiane.

Il **seminario sul procurement della Asian Development Bank** organizzato a Milano in collaborazione con OICE, ha visto la partecipazione di oltre 60 imprese e ha registrato un elevato gradimento.

Come accennato, l'Ufficio ha curato la realizzazione della **Guida Pratica sulla AIIB per PMI**. Si tratta di una pubblicazione di oltre 70 pagine, prima del suo genere in Italia e che è stata molto apprezzata sia dai consulenti che dalle imprese: la versione cartacea è andata infatti esaurita nel corso del seminario di giugno. Si è quindi provveduto a diffondere la versione digitale a migliaia di imprese tramite la newsletter "Opportunità dall'Asia". Da segnalare che la presentazione della Guida Pratica sulla AIIB ha avuto un notevole impatto mediatico, essendo stata oggetto di un servizio del TG1 nazionale della Rai, che ha intervistato il Direttore Generale dell'ICE Agenzia, Roberto Luongo.

Nel 2019 l'Ufficio ha lanciato un nuovo strumento di informazione, la **Newsletter Opportunità dall'Asia**. Questa nuova newsletter rappresenta l'ideale complemento di quella già esistente e ben sperimentata sulle Opportunità dall'Europa. La newsletter viene a colmare un'importante lacuna nel sistema delle informazioni sulle opportunità d'affari derivanti dai progetti finanziati dagli organismi internazionali nel continente asiatico, che, come noto, rappresenta l'area a più forte crescita a livello globale. La newsletter presenta e segnala alle imprese italiane interessate i principali progetti in approvazione o in discussione presso la AIIB e la ADB, i nuovi progetti proposti e approvati, oltre alle opportunità di affari (cd. project procurement opportunities), quelle di lavoro e di collaborazione presenti nelle due organizzazioni. La newsletter raggiunge una media di 13.500 utenti ciascun mese e ha avuto

positivi riscontri, con richieste di sottoscrizione da parte di istituzioni quali la Bdl, MEF, Sace, CDP e importanti gruppi quali ENI e Finmeccanica.

Nel corso del 2019 è stato anche attivato un **Desk ICE Agenzia presso l'ADB** (Banca Asiatica di Sviluppo), con sede nei locali dell'Ambasciata d'Italia a Manila. L'obiettivo del Desk è fidelizzare i contatti e generare stabili raccordi operativi con i servizi interni dell'ADB, al fine di facilitare l'accesso alle gare e l'utilizzo dei fondi messi a disposizione dalla Banca per la realizzazione di progetti nell'Area Asia- Pacifico. Le linee di attività del desk riguardano principalmente: informazione ad imprese sulle opportunità d'affari con ADB; promozione della partecipazione delle aziende italiane al procurement della Banca; conseguenti attività di supporto e assistenza tecnica personalizzata; attività di relazione con gli specialisti di settore della Banca, tesa anche all'individuazione di trainer per l'organizzazione di seminari formativi in Italia.

MARKETING, SERVIZI ALLE IMPRESE E FORMAZIONE

MARKETING

DESK IPR E OSTACOLI AL COMMERCIO

I Desk Anticontraffazione e Assistenza per gli Ostacoli al Commercio di Istanbul, Mosca, New York e Pechino sono stati istituiti con la Convenzione intercorsa fra il Ministero dello Sviluppo Economico e l'ICE – Agenzia in data 6 dicembre 2013, e sono operativi dal maggio 2014.

Il 19 dicembre del 2017, per dare continuità al lavoro svolto nell'attività di assistenza alle imprese italiane con riferimento alle problematiche connesse all'accesso al mercato e alla tutela della proprietà intellettuale, è stata firmata una seconda Convenzione che ridefinisce e rimodula le linee di intervento e di azione. La nuova Convenzione ha validità fino al 30 giugno del 2021.

Ad oggi, sono state assistite 2.742 realtà, fra aziende, associazioni di categoria ed istituzioni.

Nello specifico:

- **2.097** in merito alla tematica relativa all'accesso al mercato
- **645** per le questioni connesse alla Proprietà Intellettuale.
- Di queste ultime, 187 sono state servite dall'Unità di Coordinamento nell'ambito dei corsi di Formazione sulla Proprietà Intellettuale, delle varie tappe del Progetto Start Export e della BIAT - Borsa dell'Innovazione e dell'Alta Tecnologia

Nei mercati di riferimento, le attività di monitoraggio e di assistenza ai Desk sono state affidate a specifiche professionalità, che operano apportando un contributo qualificato di conoscenza del mercato di riferimento.

I professionisti addetti ai Desk collaborano con il Direttore dell'Ufficio ICE locale.

HELP DESK BREXIT

A partire dal 15 aprile 2019 è operativo presso l'Ufficio ICE di Londra un Help Desk Brexit per dare assistenza alle imprese italiane che si preparano a gestire eventuali contraccolpi causati dalla fuoriuscita della Gran Bretagna dall'Unione Europea. A dirigere tale Desk è il dott. Fortunato Celi Zullo, mentre nella sede ICE di Roma presso l'Ufficio di Coordinamento Marketing il punto di riferimento è Simona Rubeis.

Le attività si sono concentrate nell'elaborazione di risposte per le aziende richiedenti, conferenze e incontri con i vari attori istituzionali interessati, redazione di News pubblicate nel Sito istituzionale dell'ICE Agenzia e divulgate ai vari stakeholder tra cui Associazioni di Categoria come Confindustria e Confartigianato, Agenzia delle Dogane, Associazioni territoriali e Associazioni italiane facenti capo a differenti settori produttivi.

PROGETTI E GARE EUROPEE

Il Coordinamento Marketing ha ereditato dal 2015 le attività del soppresso ufficio Progetti e Gare Internazionali, che si occupava della partecipazione di ICE Agenzia alle gare di appalto servizi indette dall'Unione Europea (e da altri Organismi Internazionali) per l'assegnazione di progetti legati al processo di internazionalizzazione delle PMI europee. Nell'ambito di questa attività, fortemente ridotta in seguito alla soppressione dell'ufficio, il Coordinamento cura la gestione residua delle gare vinte, in stretto coordinamento con l'Ufficio ICE di Bruxelles, che gestisce i rapporti con i partner e con le istituzioni europee. Le attività relative all'AT in Angola risultano ancora sospese per ragioni di natura geo-politica; le attività relative al progetto AT in Ghana continua in collaborazione con il capofila. Al momento l'Ufficio è in attesa di ricevere notizie su due gare partecipate (AT in Nepal, per la quale siamo stati inseriti in short list, e AT in Botswana, per la quale siamo ancora in fase di EOI).

PROGETTO DESK UE

Nell'ambito del programma straordinario *Made in Italy* 2016 è stato strutturato un progetto relativo alle attività di supporto alla partecipazione a gare europee (vedi punto precedente) che prevedeva una risorsa a Bruxelles e una risorsa a Roma. Il progetto è terminato operativamente nel settembre 2019.

ETPOA

Recentemente, su richiesta dell'ufficio di Bruxelles, ICE è entrato a far parte dell'ETPOA, un organismo non governativo che riunisce alcune tra le principali ETPO, il cui scopo è quello di dialogare con la Commissione e di aumentare l'influenza che le ETPO hanno sulla fase decisionale. Il CdA ha autorizzato l'ingresso dal 1° gennaio 2020. La competenza dovrebbe passare nel corso del 2020 direttamente all'Ufficio Servizi alle Imprese, che gestisce fondi promozionali sui rapporti con gli omologhi ICE.

START EXPORT

L'iniziativa nasce per agevolare la crescita del numero delle aziende esportatrici. Obiettivo di Start Export è quello di intercettare e ascoltare le istanze dei territori, interpretare e indirizzare i bisogni delle imprese verso gli strumenti ICE più opportuni: servizi di assistenza, promozionale, mercati a maggior potenziale con apposite indagini. L'attività si svolge con i soggetti del sistema camerale la cui partnership ha carattere prioritario.

L'obiettivo è anche quello di aumentare il numero di utenti ICE (per servizi gratuiti o a corrispettivo), utilizzando una scontistica straordinaria (15%) limitatamente al primo servizio fruito tra quelli presenti nel Catalogo di Servizi ICE. Nel corso di ogni tappa, le aziende reclutate in collaborazione con le locali Camere di Commercio, incontrano i funzionari ICE (generalmente sono attivi 2 desk) per ricevere informazioni, assistenza ed un primo orientamento sui mercati internazionali.

Nel corso del 2019 sono state realizzate 23 tappe; i relativi fondi sono scaduti il 31 dicembre 2019. Per il 2020 è stato definito un nuovo stanziamento per un importo di 560.000 euro su commessa Piano straordinario U, da strutturare per dare seguito al Progetto, inizialmente previsto di 30 tappe, e raggiungere tutte le 40 CCIAA che hanno inviato la richiesta di ospitare uno Start Export Day.

Le aziende incontrate, a fronte delle tappe effettuate, sono state 270 di cui 115 nuove con un grado di incidenza del 43% di newcomers previsti dal progetto. L'obiettivo parametrato in fase di strutturazione dell'iniziativa è di 400 nuove aziende.

A dicembre 2019, è stato effettuato il trasferimento della gestione dell'iniziativa dall'Ufficio di Coordinamento Marketing all'Ufficio Servizi alle Imprese.

RILEVAZIONE ESTERNA CUSTOMER SATISFACTION 2019-20

L'Ufficio Coordinamento Marketing cura il servizio di rilevazione esterna della Customer Satisfaction per i servizi di assistenza, promozione e formazione dell'ICE Agenzia.

È stata individuata la società MG RESEARCH SRL per l'erogazione del servizio relativo al biennio 2020-2021, con cadenza semestrale.

A questa società sono stati trasmessi – per il primo e secondo semestre del 2019 i dati estratti dal sistema gestionale di ICE-Agenzia e forniti in un file Excel. Il file contiene l'elenco completo delle aziende che hanno usufruito dei servizi di ICE-Agenzia con indicazione dell'ufficio estero erogatore e della tipologia di servizi fruiti. Il data base si compone di due parti: una parte sistemica, estratta dagli applicativi in uso con il supporto dei Servizi Informatici e riportante gli elementi necessari alla somministrazione del questionario di rilevazione (identificativo

aziendale, tipologia del servizio di assistenza o promozione, Uffici della sede e/o della rete estera coinvolti). Una parte extra sistemica per le attività realizzate dagli Uffici del Coordinamento Investimenti, dall'Ufficio Servizi Formativi e dall'Ufficio Partenariato e Collaborazione industriale.

I risultati del primo semestre 2019 sono pervenuti alla fine del mese di gennaio 2020, mentre la rilevazione relativa a tutto l'anno 2019 è stata trasmessa al Coordinamento Marketing, dalla società MG RESEARCH SRL, alla metà del mese di aprile del corrente anno.

La relazione della Customer Satisfaction per l'anno 2019 è pubblicata sul SITO WEB dell'Agenzia ICE in Amministrazione Trasparente nella sez. Servizi in Rete e sulla pagina del Coordinamento Marketing della INTRANET.

FLYING DESK

A partire dal mese di ottobre 2019 è stato dato avvio al Progetto Export Flying Desk al fine di garantire la vicinanza dell'ICE Agenzia al tessuto produttivo del Paese tramite una maggiore presenza sul territorio, allo scopo di accompagnare un numero sempre più ampio di imprese verso l'internazionalizzazione.

I funzionari ICE, che operano come punto di riferimento locale in collegamento con gli Uffici di promozione settoriale e la rete Estera, assistono le imprese nelle loro necessità legate ai processi di internazionalizzazione o alle fasi propedeutiche di organizzazione aziendale mirata all'export.

La misura promozionale ha previsto la presenza di 18 Account Manager individuati fra i funzionari ICE, che garantiscono la presenza settimanale in una o più sedi della Regione assegnata allo scopo di incontrare le imprese e sviluppare rapporti con i partner istituzionali e privati operanti a supporto dell'internazionalizzazione.

Per il 2019 sono state individuate 18 Regioni prioritarie - Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Molise, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana, Umbria e Veneto – e sono state presidiate 22 città. Le missioni effettuate sono state 102 per un totale di 367 incontri.

L'articolazione degli incontri è stata realizzata in collaborazione con le strutture territoriali della Regione (in Calabria, Puglia, Sardegna e Sicilia), del Sistema Camerale (a Potenza, Udine-Pordenone, Camera delle Marche, Torino, Perugia), di Cassa Depositi e Prestiti (a Genova, Napoli e Verona) e di Sace (a Bologna e a Firenze).

SERVIZI ALLE IMPRESE

ROADSHOW "ITALIA PER LE IMPRESE"

Nel 2019 sono state realizzate otto tappe del Roadshow per l'internazionalizzazione, alle quali hanno partecipato 667 imprese, con una media di 83 aziende a tappa. Sono stati organizzati 925 incontri con tutti i partner, di cui 184 con l'ICE Agenzia.

L'ICE ha fornito formazione e assistenza personalizzata con l'obiettivo di accompagnare l'impresa nel processo d'internazionalizzazione proponendo servizi mirati.

A titolo incentivante, nel 2019 le aziende che hanno partecipato al Roadshow, incontrando quindi i funzionari ICE, hanno potuto fruire di uno sconto del **20%** su tutti i servizi di assistenza ICE a catalogo, da richiedere entro sei mesi dalla data di partecipazione al Roadshow, scrivendo all'Ufficio Servizi alle Imprese di ICE-Agenzia.

Negli anni di realizzazione del Roadshow si osserva una tendenziale crescita delle aziende che, a seguito degli incontri realizzati, hanno continuato l'attività con ICE usufruendo di servizi di assistenza o di attività formativa.

Di seguito il riepilogo dei dati del progetto Roadshow per l'internazionalizzazione iniziato nel 2014 e concluso nel 2019:

- 69 tappe effettuate in 19 Regioni: Nord 35, Centro 13, Sud e Isole 21
- Oltre 8.800 aziende partecipanti
- Oltre 14.000 incontri con tutti i partner
- Oltre 2.200 gli incontri effettuati dall'ICE, con oltre 1.400 aziende che hanno fruito di servizi di assistenza o di servizi formativi
- Copertura mediatica: oltre 4.000 tra articoli, interviste radio, servizi tv, approfondimenti, redazionali

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, come il desk specifico 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.

Altro desk specifico attivato nel corso degli anni di Roadshow è stato quello per le "Start-up innovative", in favore delle quali l'ICE realizza iniziative promozionali dedicate e incentivate, quello del Piano Export Sud e quello dedicato ai progetti di E-Commerce.

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). Il tasso di valutazione complessiva dell'evento nel 2019 è stato del 97,1 % mentre il giudizio espresso sugli incontri effettuati con l'ICE è stato pari a 4,3 su 5 valori da 1 a 5, con 1 = *del tutto insoddisfacente* e 5 = *molto soddisfacente*).

ALLEANZE

Nel corso del 2019 l'Ufficio Servizi alle Imprese ha siglato numerosi accordi con Enti di Stato, Enti Fiera, Istituti di credito, Associazioni imprenditoriali, etc.

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.

ATTIVITÀ DIGITALI

- Servizio Vetrine online

A gennaio 2019 è stato pubblicato il servizio gratuito di vetrina online che offre alle aziende italiane uno spazio virtuale sul sito internazionale di ICE-Agenzia, per presentare l'impresa e tutte le informazioni che desidera promuovere sul web.

L'adesione al servizio, accessibile dal *Catalogo online* o dall'*area clienti* del sito ICE italiano (IT), è gratuita e consente la creazione autonoma di una vetrina, con la presentazione aziendale, i prodotti, il logo e brand, immagini e video, documenti e catalogo, proposte d'affari, sito e canali social, etc.

La pubblicazione della vetrina aumenta la visibilità delle imprese e favorisce i contatti generati dalla Rete. Gli operatori esteri interessati alle imprese italiane e alle loro attività (prodotti e servizi Made in Italy) possono contattare le aziende per proposte di affari dopo aver consultato la vetrina sulla versione inglese (EN) del portale ICE.

Nell'*area clienti* del sito ICE è disponibile il servizio "*richiesta di assistenza vetrina*" per chiedere qualsiasi chiarimento necessario o per suggerire miglioramenti del servizio ed è possibile scaricare la *Guida*, con le istruzioni delle funzionalità per la gestione autonoma della vetrina.

L'Ufficio Servizi alle Imprese ha effettuato un costante monitoraggio durante l'anno delle vetrine inserite

o modificate dalle imprese, grazie a un sistema di notifiche automatiche inviate al gruppo dedicato (businessdirectory@ice.it). Laddove necessario, i funzionari del gruppo hanno comunicato alle imprese eventuali miglioramenti o correzioni da apportare ai dati inseriti autonomamente nelle loro vetrine online.

- Popolamento e cura del portafoglio clienti ICE

I dati raccolti durante le interazioni tra le aziende italiane e l'Ufficio Servizi alle imprese confluiscono nella Banca Dati Operatori Italiani (BDI), consentendo l'aggiornamento e l'arricchimento del portafoglio clienti ICE, un patrimonio dell'intera Agenzia con riferimento al quale impostare le strategie istituzionali di marketing e fidelizzazione della clientela.

Per quanto riguarda la bonifica e cura della BDI, la società rit-Corvallis ha effettuato attività di accorpamento automatico dei multipli, mentre l'Ufficio Servizi Imprese ha effettuato un lavoro manuale di verifica e sistemazione dei multipli non rientrati in tale attività. Circa 38.000 Aziende sono state accorpate con sistema automatico, mentre oltre 1.200 aziende sono state accorpate a mano dall'Ufficio.

A settembre 2019 è andata in linea la nuova BDOE (Banca Dati Operatori Esteri), con riorganizzazione strutturale della banca dati e rifacimento dell'applicativo per la gestione degli operatori esteri da parte degli Uffici della rete estera, con possibilità di accesso e consultazione anche da parte di altri Uffici. L'Ufficio Servizi Imprese ha contribuito alla verifica e miglioramento delle funzioni applicative per il rilascio in esercizio.

PROMOZIONE DEI SERVIZI

L'Ufficio Servizi alle imprese si occupa di forme diversificate di promozione e pubblicizzazione dei servizi per far conoscere le novità ai clienti acquisiti e raggiungere un più ampio bacino di potenziali clienti.

DEM

Nel 2019 si è fatto ricorso allo strumento del Direct Email Marketing (DEM), con l'invio massivo di tredici email, alcune generiche (es. su scontistica) altre mirate a promuovere singoli servizi di particolare interesse e utilità per le aziende. L'azione di promozione delle DEM è rivolta alle imprese censite nel portafoglio clientela dell'ICE (banca dati BDI).

CAMPAGNA WEB

Sulla base dell'impostazione strategica, a luglio 2019 è stata avviata la gara per una campagna digitale di promozione dei servizi a Catalogo, orientata sulla multicanalità e sulla diffusione informativa via web, tramite motori di ricerca, social network, annunci sui siti, video, stampa online e radio, per raggiungere una vasta platea di imprese interessate all'internazionalizzazione e acquisirne il più ampio numero possibile nel portafoglio clienti, in

linea con l'obiettivo strategico aziendale di incremento della clientela. A dicembre 2019 la gara è stata aggiudicata.

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.

Ad oggi 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.

Nell'ambito di tale attività, si è svolta a Bruxelles dal 23 al 25 ottobre 2019 la Conferenza Generale (General Meeting) organizzata dal hub.brussels – ente omologo belga, hanno partecipato il Dott. Fabrizio Di Clemente e la Dott.ssa Antonisia Cianci dell'Ufficio ICE di Bruxelles.

Durante la conferenza, giunta alla 60^a edizione, sono state affrontate le seguenti tematiche:

- programmi COSME (*Competitiveness of enterprises and Small and Medium-sized Enterprises*) il programma dell'UE per la competitività delle imprese per il periodo 2014-2020;
- approfondimento sulle attività del EEN- La rete Enterprise Europe fornisce supporto alle piccole e medie imprese con ambizioni internazionali. Co-finanziato dai programmi COSME e Horizon 2020 dell'Unione Europea, l'obiettivo della rete è aiutare le imprese a innovare e crescere a livello internazionale;
- implementazione di nuovi accordi di libero scambio;
- presentazione sulla diplomazia economica europea curata dal Servizio europeo per l'azione esterna;
- tematiche legate al fenomeno della Brexit.
- Inoltre l'Ufficio Servizi alle Imprese ha partecipato alle riunioni del gruppo di lavoro dedicato all'informazione e ai servizi alle PMI (WGIP). Nel corso del 2019 l'ICE ha partecipato alla riunione di Oslo (9-10 maggio 2019) e di Dublino (26-27 settembre 2019). Al WGIP di Oslo hanno partecipato delegati da 24 Paesi. In particolare, nel corso dell'incontro di Oslo sono stati affrontati temi quali:

- nuovo approccio del governo norvegese verso un futuro proiettato alla bio-economy, smart cities e green technologies;
- l'importanza della formazione delle aziende che si affacciano al mondo dell'export, progetto formativo presentato dalla Tpo svedese. Business Sweden ha inoltre presentato un nuovo sistema del governo svedese di assicurazione sulle esportazioni per le aziende del paese;
- la prima giornata di lavori è stata quasi interamente dedicata alle conseguenze che la Brexit avrà sulle PMI. In modo particolare i colleghi delle tpo Scozzese (Scottish Enterprise), Irlandese (Enterprise Ireland) e Olandese (Netherlands Enterprise Agency) hanno presentato tutte le misure a supporto delle aziende che commerciano con la GB;
- programmi realizzati da alcune TPO a favore di una maggiore digitalizzazione: sviluppo dei social network come strumento per poter richiedere servizi e assistenza;
- specifici strumenti adottati dalle TPO nella gestione e supporto ai clienti (CRM), nella gestione delle informazioni all'interno delle strutture, nella comunicazione esterna e nella generazione di rapporti (siti web, social media, live chat);
- Enterprise Greece ha annunciato la nascita della ETPO-A (Association), ha sottolineato l'importanza per le Tpo europee di farne parte al fine di poter promuovere un approccio comune a livello europeo soprattutto per quanto riguarda la fruizione di fondi e gare comunitarie. Al WGIP di Dublino (86^ della serie, dalla costituzione dell'ETPO) hanno partecipato i delegati di 24 paesi. Sono stati affrontati temi quali:
- le strategie di marketing digitale, creazione di unit per aiutare le aziende a sviluppare una strategia di marketing digitale per i mercati internazionali;
- tema Brexit e le possibili conseguenze: informazioni doganali a supporto delle aziende irlandesi;
- presentazione di una giornata dedicata alla promozione delle imprese, con organizzazione di B2B tra aziende e agenzie governative che si occupano di export e più di 800 meeting realizzati da Business Sweden Agency;
- nuovi strumenti per l'attrazione di investimenti diretti esteri, con particolare focus sui mercati dell'Estonia e della Lettonia;
- Innovation Norway ha presentato un nuovo marketplace "*The explorer*", completamente dedicato alla green economy e che ha come obiettivo soddisfare le esigenze internazionali con le soluzioni green norvegesi.
- Swiss International Trade Center ha presentato la nascita di un nuovo tool che ha l'obiettivo di colmare la

manca di accesso alle informazioni per le imprese. Il principale target di riferimento è rappresentato dalle PMI nei Paesi in via di sviluppo. La piattaforma chiamata "Trade Map" fornisce tabelle, grafici e mappe indicatori di performance delle esportazioni, domanda internazionale, mercati alternativi e competitivi.

In tale contesto, l'Ufficio Servizi alle Imprese ha presentato il progetto per la campagna promozione dei servizi a catalogo di ICE Agenzia.

FORMAZIONE E ACCOMPAGNAMENTO SUI MERCATI ESTERI

L'Ufficio Servizi Formativi nel 2019 ha realizzato **137 interventi formativi** a favore di oltre **4.200 partecipanti** tra rappresentanti aziendali, professionisti, giovani laureati italiani e stranieri, operatori esteri.

Il 90% delle iniziative è stato dedicato a **imprenditori e manager**, attraverso la realizzazione di cicli seminariali (anche con focus tecnici su specifici settori merceologici), mini corsi innovativi, attività di coaching (ore di consulenza a distanza abbinate a riunioni mensili). Il restante 10% è stato orientato a giovani potenziali export manager (stranieri ed italiani) e a operatori internazionali.

Pur avendo sperimentato nuove tipologie di iniziative, alcune delle quali innovative, la **customer satisfaction** media si è mantenuta ai massimi livelli raggiunti negli ultimi anni.

Tali risultati sono il frutto della strategia adottata negli ultimi anni che si articola su tre diversi fronti: da un lato, grazie a importanti **partnership**, sono state sviluppate **tematiche innovative** (Progetto India Educational & Business Program, Taranto Riparte con l'Export, Global Start Up Program), nonché mantenuti **format significativi** per le aziende (Dazio Zero, Export 360°, Servizi on demand con le Regioni); dall'altro si è continuato ad erogare format sul **digitale** per l'export (Digital Export Academy, Digital 4 Export, Fashion Digital Revolution, I'm Remarkable).

Dal punto di vista della penetrazione sul territorio, si è mantenuta la capillarità sul territorio italiano, sia con la realizzazione di incontri **tecnico-specialistici** su temi di attualità e di orientamento ai mercati (breve durata) sia con i progetti più strutturati che prevedono anche **percorsi di accompagnamento all'estero** (media e lunga durata).

Questi ultimi sono costituiti da servizi integrati in cui si alternano fase di aula, audit aziendali, coaching individuale, check up personalizzato in azienda e assistenza in Italia e all'estero con modalità mirate su ciascuna azienda partecipante.

Dal punto di vista della clientela, è stata mantenuta anche per il 2019 la diversificazione delle iniziative: ci sono state iniziative rivolte ai **nuovi partecipanti** e quelle rivolte invece alle **aziende già fidelizzate** ai servizi formativi. I partecipanti di nuova acquisizione sono stati il 66% del totale, mentre le seconde sono state il 31% delle aziende servite. In entrambi i casi sono stati raggiunti gli obiettivi prefissati.

Sono proseguite le attività formative settoriali, in particolare su: agroalimentare, vini, contract, restauro, fashion, mobili, macchine per agroalimentare, start up, con la collaborazione degli uffici promozionali (Uffici Agroalimentare e Vini, Beni di Consumo, Tecnologia Industriale, Cooperazione e Tecnologia Industriale) allo scopo di preparare e/o selezionare aziende per la partecipazione ad iniziative promozionali specifiche.

INIZIATIVE PER LE IMPRESE

Sul tema doganale, molto caro agli imprenditori in questa congiuntura, in collaborazione con Confindustria e Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, sono proseguiti gli incontri formativi del Progetto **Dazio Zero** – formazione tecnico-specialistica sulla classificazione e sull'origine delle merci nonché sull'utilizzo dei regimi preferenziali previsti dagli accordi della UE con Paesi terzi.

È proseguita la collaborazione con **Sace e Simest**, con il progetto educational di alta formazione manageriale **Export 360°** sui servizi di orientamento e assistenza delle PMI per l'estero. L'obiettivo è quello di sviluppare le competenze manageriali, migliorare la conoscenza delle modalità di accesso ai principali mercati, fornire una panoramica organica degli strumenti finanziari a disposizione e avviare un processo di accompagnamento sui mercati target.

È stato realizzato il Progetto **India Educational Business Program**, in partnership con Confindustria Veneto, Emilia Romagna e Lombardia. Un percorso integrato (formazione e assessment, business scouting e incoming di operatori indiani in Italia) destinato a PMI interessate a sviluppare azioni di business in India e ad intercettare opportunità di sviluppo sul settore agroindustriale e del food processing.

Nell'ambito del piano di azione per le MPMI della provincia di Taranto, è stato avviato il Progetto **Taranto Riparte con l'Export**, un percorso integrato di accompagnamento delle MPMI attraverso formazione frontale e assistenza personalizzata. L'obiettivo del Progetto è quello di trasmettere know how sui processi di internazionalizzazione e il rafforzamento del tessuto imprenditoriale locale, favorendo il rilancio dell'immagine del territorio all'estero.

Per quanto riguarda la **formazione on demand - attività privatistiche a pagamento** progettate e realizzate su misura per grandi clienti - si è proseguito nella realizzazione delle iniziative della terza edizione del progetto con la **Regione Autonoma Sardegna** e della prima edizione con la **Regione Calabria**. È stato realizzato il primo dei due percorsi formativi integrati progettati per le aziende locali, denominato *Export Passport* e incentrato sui temi del marketing internazionale.

Numerose anche le attività in ambito digitale. Il progetto **Digital Export Academy** ha inteso formare e rendere

reattive le piccole e medie imprese dei territori coinvolti già operanti in contesti B2B (business to business) piuttosto che in contesti B2C (business to consumer), attraverso una formazione incentrata totalmente sul **mondo digitale**, applicato ai processi di internazionalizzazione.

In collaborazione con Google, è stato organizzato il seminario **Data & Web Marketing**: le nuove strategie dell'export a sostegno della leadership femminile nel mondo del business, destinato alle donne che operano nelle imprese che intendono avviare percorsi di internazionalizzazione, avvalendosi dei nuovi strumenti offerti dal web.

Fashion Digital Revolution, giunto alla sua seconda edizione, è stato realizzato in collaborazione con CNA – Federmoda. È un percorso formativo, rivolto alle aziende del settore fashion con l'obiettivo di trasmettere il know how digitale necessario per affrontare i nuovi processi di internazionalizzazione, attraverso 8 incontri formativi. Le 25 aziende partecipanti hanno avuto l'opportunità di approfondire tutti gli aspetti legati alla trasformazione digitale, dalla strategia di comunicazione alla costruzione di un portale e-commerce, con un particolare focus sulla promozione e sulla valorizzazione del Made in Italy attraverso l'utilizzo di strumenti innovativi.

Sul PES2 - **Piano Export Sud 2** - oltre alle iniziative tradizionali (*Export Lab* e corsi sulla Proprietà Intellettuale), sono stati erogati nuovi format ed aggiornati contenuti didattici: tecniche di comunicazione (Storytelling di impresa), evoluzione del format sulla grande distribuzione organizzata (GDO chiavi in mano); sono stati attualizzati i contenuti del Corso Innovare per Crescere (digital strategy). Sono stati mantenuti i settori focus (agroalimentare e fashion) e promosso il binomio settore/Paese come ad esempio *Vini in Canada, Vini in Cina*.

Su richiesta del Ministero dello Sviluppo Economico, è stato organizzato un percorso integrato di sviluppo all'estero denominato **Global Start up Program**. Un progetto riservato a start up innovative italiane, impegnate nello sviluppo d'innovazioni di prodotti o di servizi, con l'intento di rafforzarne le capacità tecniche, organizzative e finanziarie per affrontare nuovi mercati. Il progetto si è articolato in due fasi: formazione in aula per implementare e consolidare le competenze tecnico-manageriali (sui temi di scale up internazionale, proprietà intellettuale e project work) delle start up; successivamente le aziende hanno effettuato un periodo di stage all'estero presso incubatori selezionati nei Paesi focus, finanziato attraverso l'erogazione di un contributo.

INIZIATIVE PER GIOVANI LAUREATI

Nel 2019 si è svolto, e concluso con gli esami finali a dicembre, il **51° CORCE Fausto De Franceschi**, Master specialistico accreditato Asfor, che ha formato 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. Nel mese di maggio 2019 ha avuto luogo la **cerimonia celebrativa** del 50° CORCE, con la

consegna dei diplomi ai partecipanti. A novembre è iniziata la fase d'aula del 52° CORCE.

Sono proseguite inoltre le collaborazioni con la Fondazione Biella Master, con l'Unisannio per il Corso di Alta Formazione International Business Academy – **I.B.A.**, con l'Università Cattolica di Milano per il Master **MIMM** e per il corso di Laurea Magistrale in Innovation & Technology Management, con l'Università Tor Vergata per il Master **CEIDIM**.

È stata avviata la seconda edizione del Master con major in Digital Export (**MaDE**), in partnership con Luiss Business School, per formare figure professionali in grado di comprendere e interpretare le nuove dinamiche di esportazione su scala mondiale, attraverso un utilizzo consapevole delle tecnologie e del web marketing. Il Master, della durata di un anno, è rivolto a brillanti laureati proattivi, flessibili, dinamici e protesi ad un approccio interculturale e multidisciplinare al business.

INIZIATIVE PER OPERATORI STRANIERI

Progetto innovativo in ambito internazionale è stato **Lab Innova for Africa**, un programma di formazione tecnico-manageriale, innovazione e trasferimento tecnologico per sostenere lo sviluppo del settore agribusiness nel mercato africano e per promuovere al contempo il partenariato commerciale, tecnologico, joint venture, etc. con le imprese italiane, leader per tecnologia e packaging. Si è trattato di un percorso integrato per accompagnare le imprese africane (Etiopia, Mozambico, Uganda e Angola) sui mercati internazionali attraverso tre fasi: check up aziendali in loco per mappare i bisogni delle aziende africane partecipanti; laboratorio formativo nei paesi per accrescere le conoscenze tecniche e manageriali necessarie per preparare una concreta strategia di internazionalizzazione per l'accesso al mercato europeo; study tour in Italia nel distretto agri-food dell'Emilia Romagna in concomitanza con la fiera MACFRUT a Rimini e la fiera della cooperazione EXCO di Roma.

Altra iniziativa destinata ad operatori esteri, è il **Forum italo-polacco sull'industria del mobile**, svoltosi a Varsavia, come momento di condivisione di esperienze e progetti incentrati sulle tematiche attorno alle quali ruota la filiera di produzione del mobile: il design, il marketing, l'internazionalizzazione e le nuove tecnologie. L'evento, nato dalla considerazione che i due Paesi sono tra i più importanti produttori europei di mobili, è stato organizzato in collaborazione con la locale associazione di produttori di mobili OIGPM.

La formazione rivolta a giovani laureati stranieri è proseguita con la quinta edizione del **Corso Origini Italia**, in collaborazione con il MIB School of Management di Trieste. Il Corso, della durata di 20 settimane, ha previsto una formazione in aula e uno stage presso aziende italiane, il cui obiettivo è sviluppare nei partecipanti nuove competenze di gestione aziendale e di international business e di rafforzare i legami professionali e culturali con

l'Italia. Infine, la quarta edizione del Programma **Invest your Talent**, promosso dal MAECI e condiviso dal MISE, da ICE ed Uni-Italia e con il supporto di Unioncamere e Confindustria, prevede l'avvio di giovani stranieri altamente meritevoli, provenienti da 15 Paesi, a corsi di alta formazione presso atenei italiani, seguiti da un tirocinio presso aziende italiane, attraverso l'erogazione di borse di studio.

ATTIVITÀ DI FORMAZIONE A DISTANZA

È proseguita l'offerta formativa **Export Tips-L'Export in pillole**, costituito da una collana di 15 unità video fruibile online con approfondimenti in pdf sulle principali tematiche attinenti ai processi di internazionalizzazione. Una volta completate tutte le unità ed il test finale, gli utenti ricevono un attestato di completamento del percorso.

Nel corso del 2019 sono stati 151 i partecipanti che hanno completato l'intero percorso, di cui 125 hanno ottenuto l'attestato dopo aver superato con successo il test finale.

ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI

Le strategie attuate nel 2019 dall'Ufficio di Attrazione Investimenti Esteri (AIE) dell'ICE Agenzia sono state orientate al perseguimento dei seguenti obiettivi:

1. garantire e incrementare l'assistenza agli investitori esteri, di primo, secondo livello ed after-care;
2. potenziare le attività di scouting di potenziali investimenti tramite tutta la rete di ICE Agenzia;
3. promuovere l'immagine Paese e le opportunità di investimento in Italia;
4. potenziare ed ampliare le alleanze e partnership stabilite 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);
5. affinare il processo strutturato di interazione tra i diversi soggetti coinvolti nell'attività di attrazione investimenti, sia interni (sede di Roma, Gruppo di lavoro con Invitalia e rete estera/Desk FDI di ICE-Agenzia) che esterni (MAECI, MISE, Regioni, agenzie di promozione locali, altri ministeri, etc);

Asset strategico dell'impianto è stata l'evoluzione dello scouting tramite la rete estera di ICE Agenzia. Accanto ai Desk AIE, collocati in USA, Cina, Giappone, Turchia, Emirati Arabi e Regno Unito, è stata potenziata la capacità di attrazione investimenti di alcuni uffici ICE in mercati strategici, anche con la costituzione di FDI Unit e il collocamento di FDI Analyst nelle stesse, per intercettare operatori esteri, mappare le esigenze e fornire supporto durante tutto il ciclo dell'investimento. Nel 2019 gli Uffici ICE coinvolti sono stati Toronto, Parigi, Madrid, Vienna, Varsavia, Mumbai, Seoul, Sydney, Taipei e Tel Aviv, oltre a Berna e Stoccolma dove era già stato attivato un pilota nel 2018.

È proseguita l'attività avviata sulla base dell'accordo tra ICE- Agenzia e Invitalia del 2017. Il gruppo di lavoro integrato ha individuato e promosso oltre 100 opportunità di investimento, catalogate in diversi book d'offerta settoriali. Sono state svolte attività di assistenza sulla base delle rispettive competenze, al fine di accrescere la capacità di attrarre investimenti esteri in Italia. Il progetto operativo è articolato su tre livelli, che vedono fortemente coinvolti la rete dei desk e delle Unit dell'ICE all'estero nello stimolo e individuazione di potenziali investitori, il gruppo di lavoro nella fase di presentazione e diffusione delle opportunità di investimento e la struttura di Invitalia,

coordinata con ICE Agenzia e le Regioni, nell'accompagnamento in Italia degli investitori esteri.

Le attività di promozione di opportunità di investimenti esteri in Italia hanno incluso nel 2019 azioni ed eventi in Italia e all'estero, per un totale di 38 eventi organizzati. In particolare:

Roadshow Invest in Italy e seminari istituzionali o tecnici gli eventi 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 settoriali connessi alle peculiarità dei singoli Paesi. Nel 2019 sono stati realizzati 8 tra Roadshow e seminari, a San Francisco, Dubai, Philadelphia, Boston, Toronto, Seoul, Taipei e Mumbai, registrando un totale di oltre 400 partecipanti esteri, con centinaia di incontri tra G2B e B2B.

Alcuni di questi sono stati realizzati in occasione di eventi quali: JP Morgan Healthcare conference (anche con la collaborazione di Farminindustria e Assobiotech e con la presenza di oltre 20 imprese italiane); Annual Investment Meeting – AIM di Dubai (con la presenza di uno stand informativo); BIO International Convention di Philadelphia (USA) nel settore delle biotecnologie.

Partecipazione a manifestazioni fieristiche promozionali, le attività sviluppate anche con altri Enti 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 e MAPIC nuovamente a Cannes.

La presenza italiana al Salone MIPIM 2019 è stata consistente ed ha potuto contare, anche per questa edizione, la presenza di importanti soggetti pubblici italiani del settore immobiliare: tre attori di livello "centrale" quali Cassa Depositi e Prestiti, FS Sistemi Urbani, Invimit e otto realtà territoriali – Friuli Venezia Giulia, Liguria, Marche, Puglia, Sardegna, Toscana, Valle d'Aosta e Comune di Roma insieme a quattro associazioni di categoria, dalla principale associazione di categoria ANCE-Associazione Nazionale dei Costruttori Edili ad altre attive nel settore Assoimmobiliare, Assoport e UIR. Il Padiglione Italia ha inoltre visto la presenza della Città Metropolitana di Milano, nonché delle Regioni Lombardia, Piemonte ed Emilia Romagna con al seguito una nutrita delegazione di soggetti privati ed infine il Quotidiano Immobiliare, testata specializzata nella promozione del settore. Nel Padiglione Italia, sono stati presentati e promossi 3 progetti per Partner e oltre 400 progetti pubblicati su www.investintialyrealstate.com. Per massimizzare l'impatto dell'offerta, oltre alla sessione plenaria di presentazione dei progetti 'flagship', il Padiglione Italia ha ospitato slot di presentazione istituzionali ed incontri B2B con oltre 220 tra investitori, fondi, developers.

La manifestazione MAPIC 2019 è stata organizzata in collaborazione con il Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali (CNCC) e Confimprese, in rappresentanza di complessivamente oltre 110 aziende, con l'obiettivo

di potenziare la presenza italiana in chiave attrazione investimenti, attraverso una specifica area "Invest in Italy" dedicata alla promozione di circa 20 progetti di sviluppo o ristrutturazione nel segmento immobiliare Retail, le cui caratteristiche sono state illustrate nel corso di altrettanti slot di presentazione presso il Padiglione. La fase preparatoria dell'evento ha inoltre previsto un'analisi dell'offerta disponibile sul portale www.investinitalyrealestate.com che ha portato all'individuazione di asset a vocazione commerciale tra ex caserme, aree industriali da valorizzare, aree ferroviarie in disuso, terminal aeroportuali, ecc. per un totale di circa 30 progetti promossi in fiera.

Altri eventi e seminari settoriali: eventi in cui è stato costruito un focus sull'attrazione degli investimenti in Italia ed all'estero. Tra gli altri: *International Hotel Investment Forum* - IHIF di Berlino in partnership organizzativa con Confindustria Alberghi per investimenti alberghieri, *Transport Logistics* di Monaco di Baviera in collaborazione con Assoport e UIR; CILF di Shenzhen sempre in collaborazione con Assoport e UIR e con uno stand in fiera a cura dell'ICE, *Air Show* di Le Bourget e la *Qatar Silk Road* anche queste con uno stand ICE dedicato alla presentazione di opportunità e lo *Swiss Biotech Day* con un intervento sulle opportunità di investimento in Italia.

Eventi di Incoming di investitori esteri: attività fra cui spicca il "*Manufacturing: Why Invest in Italy*" al World Manufacturing Forum di Cernobbio, un grande evento per il settore manifatturiero e presentazione delle opportunità di investimento in 11 tra Regioni e Province Autonome italiane. Sono state organizzate ulteriori iniziative di incoming in Italia in occasione degli eventi IFIB, *Meet in Italy* e ADM.

Inoltre per la promozione più ampia delle opportunità degli investimenti in Italia sono state sviluppate alcune azioni:

Attività di comunicazione: che si divide in diverse attività:

1. sviluppo e aggiornamento della sezione all'interno del portale www.ice.it della sezione Invest in Italy;
2. sviluppo della vetrina www.investinitalyrealestate.com, la banca dati dell'offerta di beni immobili pubblici in dismissione e valorizzazione, con circa 430 proposte di immobili (tutti sulla piattaforma www.investinitalyrealestate.com che a fine 2019 per l'anno in esame evidenzia 62.260 visitatori - 79,25% italiani e 20,75% esteri, 244.919 visualizzazioni e 20 immobili aggiudicati);
3. newsletter settoriale per il real estate;
4. book settoriali creati in occasione di eventi;

Partnership e stipula di nuovi Protocolli: tra queste si segnalano la partnership con la Conferenza delle Regioni e le Associazioni di categoria, oltre all'attività con MISE, Regioni e Province autonome: l'attrazione degli investimenti ha assunto sempre più un ruolo di primo piano nell'ambito delle politiche pubbliche integrate di Regioni e Province autonome, grazie alla spinta data dal Comitato Investimenti (che vede la rappresentanza delle Regioni) ed al nuovo

ruolo di ICE Agenzia che ha stimolato la stipula di nuovi Protocolli tra MISE, ICE, Regioni e Province autonome. ICE Agenzia e Ministero dello Sviluppo Economico hanno sottoscritto ad oggi ben 16 Protocolli d'Intesa con altrettante Regioni, cui sono legati dei Piani Operativi di attività riguardanti la raccolta di offerta, promozione della stessa e supporto operativo agli investitori esteri.

Nel corso del 2019 è stato rinnovato l'accordo con la Lombardia e sono stati sottoscritti i piani operativi con Puglia, Sardegna e la Provincia Autonoma di Trento, per proseguire nel coordinamento delle strategie di intervento e delle attività per l'attrazione di IDE con il territorio. Sono state inoltre sottoscritte alcune lettere d'intenti con altri partner.

Attività rivolte a rafforzare la costruzione e raccolta dell'offerta: La costituzione del Gruppo di Lavoro Integrato (GLI) ICE-Invitalia, prevista dall'accordo ICE-Invitalia, ha dato buoni risultati nelle attività congiunte soprattutto rivolte a rafforzare la costruzione dell'offerta per gli investitori ed a coordinare le rispettive attività di assistenza per accrescere la capacità di attrarre investimenti esteri in Italia.

Sono stati raccolti oltre 100 progetti nei settori infrastrutture e logistica, scienze della vita, aerospazio, manifatturiero e tecnologie digitali che vengono costantemente proposti agli investitori e sono raccolti in book in occasione di eventi promozionali.

Grazie all'incremento di tutta l'attività di cui sopra sono aumentati anche i casi di investitori esteri che si sono rivolti al Coordinamento AIE per l'assistenza nei loro progetti d'investimento in Italia portando alla crescita di un'altra attività strategica che è il supporto ai soggetti stranieri che si rivolgono all'ICE per prima assistenza e customer care su investimenti in programma o da consolidare. Il supporto nella risoluzione di problematiche burocratiche e societarie, in coordinamento con Invitalia che include l'affiancamento degli investitori nei contatti con gli Enti centrali e territoriali italiani, agevolare la concessione di autorizzazioni e l'accesso agli "incentivi" e più in generale la finalizzazione delle operazioni di investimento è stata una rilevante componente di questa attività.

A seguito dell'Accordo sottoscritto nel 2017, l'assistenza offerta alle imprese estere è svolta in sinergia e coordinamento con Invitalia e include anche l'affiancamento degli investitori nei contatti con gli enti centrali e territoriali italiani, per facilitare le relazioni tra le parti ed agevolare la concessione di autorizzazioni e la finalizzazione delle operazioni di investimento.

Particolare attenzione è stata dedicata, tramite servizi di aftercare, a oltre 50 soggetti stranieri già presenti in Italia, anche tramite tavole rotonde come quelle svolte con giapponesi, indiani, francesi e belgi.

Complessivamente nel 2019 sono state supportate 584 aziende estere tra servizi di prima assistenza, di accompagnamento e di aftercare, oltre il doppio rispetto al 2018 e sei volte i numeri del 2017.

Di questi 70 sono stati portati fino all'accompagnamento, 25 sono stati già finalizzati, mentre altri 300 circa sono ancora in fase di assistenza da parte del GLI.

Infine, 52 aziende estere già presenti in Italia hanno ricevuto un'attività di aftercare svolta dal gruppo di lavoro Agenzia ICE-Invitalia, con alcuni casi di investimenti intercettati anche grazie a questa attività.

ALTRE ATTIVITÀ DI SUPPORTO ALLA PROMOTION

COMUNICAZIONE E RELAZIONI ESTERNE

Giornata della Qualità Italia

Anche quest'anno è stata celebrata la Giornata della Qualità Italia, alla presenza del Presidente della Repubblica e del Presidente del Consiglio dei Ministri. Si è svolta a Roma presso Palazzo Barberini il 20 marzo. Sono intervenuti il Ministro dello Sviluppo Economico e i Presidenti di Comitato Leonardo, Confindustria ed Agenzia ICE, in qualità di relatori, nonché numerosi imprenditori e autorità. Nel corso dell'evento, alla presenza del Presidente della Repubblica, sono stati conferiti i Premi Leonardo a figure imprenditoriali di spicco, in segno di riconoscimento del loro ruolo strategico nell'affermazione della qualità e del prestigio del Made in Italy nel mondo, oltre ai Premi di Laurea a brillanti neolaureati per i lavori a supporto dell'innovazione nell'Industria Italia.

L'evento è stato diffusamente ripreso dalla stampa e dai social network, anche attraverso interviste ai vertici ICE, contribuendo alla costruzione della reputation dell'Agenzia.

Presentazione del XXXIII Rapporto ICE e dell'Annuario 2019 Istat-ICE

Giunto alla sua 33^a edizione il Rapporto ICE rappresenta il principale strumento di informazione ed analisi sul posizionamento competitivo del sistema produttivo italiano nel contesto dell'economia internazionale. Studiosi e addetti ai lavori analizzano i dati sul commercio estero, le politiche commerciali e l'andamento degli scambi dell'Italia per Paesi, settori e Regioni, tenendo in considerazione le caratteristiche strutturali delle imprese esportatrici italiane a confronto con gli altri principali Paesi europei.

Nell'edizione 2019 il Rapporto dedica un focus alle fondamentali sfide che le imprese italiane devono affrontare ogni giorno: la digitalizzazione e la sostenibilità ambientale. Per il primo anno è stato realizzato un booklet con i principali dati presentati.

Come di consueto il Rapporto è stato presentato congiuntamente all'Annuario Istat-ICE, un'ampia raccolta di dati

statistici aggiornati per Paesi, settori, Regioni relativamente a scambi di merci, servizi e investimenti esteri; un indispensabile strumento di lavoro sul tema del commercio estero dell'Italia per cittadini e imprese. Realizzato in versione digitale, è consultabile su un sito dedicato.

La presentazione si è svolta a Napoli. I lavori sono stati aperti dal Sottosegretario allo Sviluppo Economico Michele Geraci e hanno visto la presentazione del Rapporto da parte dei Presidenti di ICE e ISTAT e una Tavola Rotonda su "Export come driver di crescita per il Mezzogiorno". Le conclusioni sono state fatte dal Ministro dello Sviluppo Economico Luigi Di Maio.

I lavori sono stati trasmessi anche in streaming sul sito dell'ICE.

XVIII Forum annuale del Comitato Leonardo

L'edizione di quest'anno intitolata *Tech in Italy: innovazione, competitività e crescita*, organizzata in collaborazione con Comitato Leonardo, Confindustria e Leonardo, si è svolta all'Accademia Nazionale dei Lincei di Roma. Ha affrontato le tematiche legate all'innovazione e all'alta tecnologia come driver di crescita per il Made in Italy.

Oltre al Ministro dello Sviluppo Economico e al Sottosegretario agli Affari Esteri, sono intervenuti i Presidenti di ICE, Comitato Leonardo, Confindustria e Leonardo, l'Amministratore Delegato di Leonardo, insieme a figure imprenditoriali di spicco appartenenti a settori chiave della filiera dell'innovazione.

XXXI meeting congiunto dell'Italy Japan Business Group

Dal 1989 l'IJBG rappresenta uno dei principali Forum di dialogo fra i due Paesi, grazie all'alto livello dei suoi soci e al ruolo di primo piano che essi rivestono nei rispettivi Paesi e nel business reciproco. Opera come importante organizzazione bilaterale che promuove la cooperazione tra Italia e Giappone, il cui ruolo distintivo è stato riconosciuto dai governi di entrambi i Paesi.

Il meeting si è svolto a Tokyo lungo l'arco di tre giornate. Nel corso dell'Assemblea sono stati trattati importanti temi di interesse comune, esponendo idee sulla cooperazione industriale e sulla risoluzione dei problemi di entrambi i Paesi sui settori Smart Cities & Renewable Energy, Medical & Healthcare, Digital Economy e Startup.

L'Assemblea si è conclusa con il tradizionale Premio Umberto Agnelli, consegnato dal Presidente di parte italiana dell'IJBG Umberto Vattani alla giornalista e scrittrice Yoko Uchida.

Presentazione del XVII Rapporto ICE-Prometeia "Evoluzione del Commercio con l'Estero per aree e settori"

Dal 2003 la collaborazione tra l'Agenzia ICE e Prometeia fornisce ad esportatori e 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 ha analizzato l'andamento degli scambi internazionali nel 2019 e ha fornito le previsioni per il biennio 2020-2021. All'interno un approfondimento sul rapporto tra Italia e Cina.

Durante l'evento svoltosi nella sede di Roma dell'Agenzia ICE, oltre alla presentazione del Rapporto da parte di Prometeia e delle strategie, dei programmi e delle attività per l'internazionalizzazione da parte del Presidente dell'ICE, sono intervenuti i Presidenti di Confartigianato e Coldiretti e il Vice Presidente di Confindustria. Ha chiuso i lavori il Sottosegretario agli Affari Esteri Manlio Di Stefano.

I lavori sono stati trasmessi anche in streaming sul sito dell'ICE.

Newsletter istituzionale dell'ICE

La Newsletter dell'ICE inizia le sue pubblicazioni nel maggio 2013. Strumento mensile di comunicazione, la Newsletter ha ospitato nel 2019 interviste e/o editoriali di capi-missione di quei Paesi i cui mercati sono di particolare interesse per le imprese italiane. 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. Il target della newsletter del 2019 è costituito da circa 35.000 iscritti (iscrizioni volontarie). L'audience 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 2019, considerando solo gli iscritti alla newsletter, si sono registrati dati medi di lettura del 21% (lettori senza click), >2% (lettori con click).

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 articolata nei contenuti.

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

Realizzazione Video per la Promozione Made in Italy e Contrasto Italian Sounding

L'ufficio Comunicazione e Relazione esterne ha affidato ad una agenzia di comunicazione il servizio di progettazione di un filmato distintivo e unificante della durata di circa un'ora, volto a celebrare le valenze del Made in Italy nel mondo e di supporto alle azioni di contrasto al fenomeno dell'Italian Sounding.

Il prodotto finale si articola in tre filmati intitolati: *Heritage*, *Awareness* e *Technologies*, disponibili sulla Intranet.

INIZIATIVE DI PROMOZIONE DI SISTEMA

La promozione di sistema si svolge a stretto contatto con il Ministero vigilante e con le associazioni imprenditoriali a livello nazionale, affiancate ove necessario dalle rispettive federate settoriali. Le tipologie di intervento comprendono in primo luogo le missioni a guida politica, originate da accordi intergovernativi bilaterali o multilaterali ed orientate in prevalenza su più settori industriali. Fra questi ultimi sono generalmente rappresentati i settori a maggior contenuto B2G, quali ad esempio le infrastrutture, l'energia e le telecomunicazioni; non mancano tuttavia occasioni per approfondire la collaborazione con i sistemi imprenditoriali dei Paesi di destinazione anche in altre filiere industriali. Nel 2019 iniziative di questo tipo si sono svolte negli Emirati Arabi Uniti, in Tunisia ed in Etiopia.

Il formato di queste iniziative prevedeva sessioni plenarie dedicate alla presentazione delle opportunità di collaborazione industriale e commerciale fra l'Italia e il Paese ospitante, seguite da tavole rotonde settoriali di approfondimento. Ove possibile i programmi sono stati integrati inoltre da sessioni di incontri B2B fra le imprese della delegazione italiana e potenziali controparti locali e da visite di gruppo a siti locali d'interesse.

Iniziative di formato simile sono state organizzate nel corso dell'anno anche in occasione di forum internazionali ed altri eventi a carattere politico-istituzionale, fra l'altro in Vietnam (Forum Italia-ASEAN di Hanoi), Repubblica Ceca (Forum imprenditoriale bilaterale), Stati Uniti (Forum tecnologico in occasione della visita del Presidente della

Repubblica), Cina (Missione PMI nell'ambito del Business Forum Italia Cina) e Giappone (Missione settoriale in concomitanza con la sessione dell'Italy Japan Business Group).

Sempre in ambito di promozione di sistema è stato realizzato infine un intervento straordinario in occasione della visita di Stato in Italia del Presidente della RPC Xi Jinping (22 marzo 2019). Per tale evento è stata organizzata una giornata di lavori presso Palazzo Barberini in Roma, con un programma comprendente la riunione del board del BFIC (Business Forum Italia Cina), una sessione plenaria istituzionale dedicata all'accordo MISE-NDRC sulla collaborazione italo-cinese in Paesi terzi, quattro tavole rotonde di approfondimento settoriale e una sessione di incontri B2B con le imprese cinesi incluse nella delegazione al seguito del Presidente Xi. A completare il programma della giornata si è svolta inoltre nella stessa sede la sessione annuale del Forum culturale bilaterale italo-cinese.

ATTIVITÀ UFFICIO ICE DI MILANO

ATTIVITÀ FORMATIVE

Anche nel 2019 l'Ufficio ICE di Milano si è impegnato a portare avanti il progetto promozionale *“Seminari tecnici e giornate di incontro e orientamento con focus paese”*.

Il progetto 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.

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 nel 2019 sono state realizzate le seguenti iniziative:

Corridoio Verde: workshop di approfondimento con Dogane Russe:

Il 13 giugno 2019 ICE-Agenzia in partenariato con CCIR – Camera di Commercio Italo Russa hanno organizzato il seminario *“Semplificazioni doganali nel commercio tra Italia e Federazione Russa”* che si è tenuto a Milano presso la Sala Pirelli dell'Ufficio ICE Agenzia.

L'incontro ha fornito alle imprese che operano, informazioni approfondite sullo stato di avanzamento del progetto, che prese il via nel 2013 con la firma del protocollo d'intesa tra il Servizio Federale delle Dogane russo e l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli italiana al fine di velocizzare le procedure doganali, grazie ad un preliminare scambio di informazioni sulle merci trasferite tra i due paesi.

Nel corso dell'evento sono stati trattati due temi molto importanti: il primo dedicato agli attuali problemi di classificazione doganale; il secondo dedicato alla categorizzazione degli operatori economici, all'abbassamento del livello di controllo sugli operatori affidabili, ai risultati del controllo sulle merci italiane importate nel territorio russo e alle condizioni principali di trasparenza delle transazioni.

Skolkovo Business Mission to Milan-Italy

Il 16 e 17 ottobre 2019 ICE Agenzia – Ufficio di Milano, in partenariato con CCIR – Camera di Commercio Italo Russa, ed in collaborazione con l'Ufficio ICE di Mosca, che ha proposto l'iniziativa, ha coordinato la missione in Italia della Skolkovo Foundation e del I-Teco Innovation Center che hanno accompagnato in un business tour a Milano 16 start up russe del settore Fintech.

La prima fase dell'iniziativa ha previsto un seminario di presentazione presso la Sala Pirelli di ICE Milano e un incontro con UNICREDIT presso la loro sede centrale; durante la seconda fase si è organizzato un incontro con Intesa San Paolo presso l'Innovation Centre della banca.

Nel corso dell'evento sono state illustrate le finalità ed attività della Skolkovo Foundation e dell'Innovation Centre ad essa collegato, cui sono seguite le presentazioni delle start up russe della delegazione, composta da 29 operatori.

Nella fase di networking durante il buffet lunch sono stati organizzati dei meeting points dedicati alle start up russe dove gli operatori italiani presenti potevano avere dei B2B informali con gli operatori russi.

Consolato USA - Select Usa 2019

In occasione del quinto Summit mondiale di SelectUSA, svoltosi a Washington, D.C. dal 10 al 12 giugno 2019, ICE Agenzia – Ufficio di Milano, nell'ambito della sua attività di partenariato, ha supportato il Consolato USA di Milano nella realizzazione di tre seminari informativi sugli investimenti negli Stati Uniti che si sono svolti a Roma (19 marzo 2019), Milano (20 marzo 2019) e Vicenza (19 marzo 2019) e che hanno visto la presenza dei responsabili per l'attrazione degli investimenti di 22 Stati americani: Arkansas, Florida, Georgia, Illinois, Indiana, Iowa, Kentucky, Maine, Michigan, Missouri, Nebraska, New Jersey, New Mexico, New York, North Carolina, Ohio, Pennsylvania, South Carolina, Tennessee, Virginia, West Virginia, Wisconsin.

La promozione dei tre eventi è stata realizzata congiuntamente dall' "U.S. Commercial Service" – Sezione Commerciale del Consolato degli Stati Uniti, e dall' ufficio ICE di Milano e gli stessi sono stati realizzati in partenariato con Assolombarda, Confindustria Vicenza e Unindustria Roma.

ATTIVITÀ PROMOZIONALI

Nell'ambito delle attività Promozionali di ICE-Agenzia, l'Ufficio di Milano ha realizzato le seguenti iniziative:

Cosmoprof Worldwide Bologna

La 51esima edizione della fiera, svoltasi il 22 febbraio 2019, ha visto la presenza di oltre 250.000 visitatori provenienti da 150 Paesi, registrando un aumento di presenze internazionali del 10% in più di visitatori stranieri rispetto all'edizione precedente. Le aziende espositrici, provenienti da 70 Paesi, sono state 2.822.

È stato realizzato un programma di selezione ed invito buyer internazionali suddiviso in 3 progetti:

- a) Progetto buyers: 100 buyers dai Paesi oggetto dei roadshow (International Country Program);
- b) Progetto retail: 20 top retailer da Paesi chiave per l'export Made in Italy (USA, Francia, U.K. e Svezia);
- c) Progetto digital: 20 giornalisti e speakers internazionali da coinvolgere all'interno di Cosmotalks provenienti da Cina, USA, Francia e UK e Sud Est Asiatico.

VicenzaOro

Dal 18 al 23 gennaio 2019 si è svolta la manifestazione italiana del settore più significativa e rilevante. Ha rappresentato in maniera completa l'offerta italiana di gioielleria e oreficeria e ha avuto la capacità di rispondere alla domanda nazionale e internazionale del settore.

L'Agenzia ha organizzato una missione di 13 giornalisti, provenienti da USA, Canada, Azerbaijan, Ucraina, Russia, Giappone e circa 190 operatori, provenienti da USA, Canada, Ucraina, Russia, Kazakistan, Bielorussia, Azerbaijan, Messico, Cile, Argentina, Ungheria, Austria, Romania, Polonia, Bulgaria, Croazia, Sud Africa, Marocco, Giappone, Indonesia, Malesia, Singapore. Tra gli operatori sono stati identificati per quest'anno una serie di 14 buyers di alta gamma inquadri ed invitati nell'ambito di un programma denominato PRIMA, provenienti da USA, Messico, Giappone, Russia.

Mostra autonoma settore orafa e gioielleria a Zagabria

L'iniziativa è stata organizzata in un prestigioso hotel della capitale croata, idoneo per collocazione e capacità ricettive; hanno partecipato 52 aziende italiane e 200 buyer provenienti dai principali mercati dell'Europa Nord e Centro Orientale, della Russia, dei Balcani e dell'area asiatica vicina, selezionati sulla base dei profili, delle produzioni e degli interessi delle aziende italiane aderenti.

L'incoming di buyer dai Paesi dell'area risponde all'esigenza di preconstituire i contatti con operatori provenienti da Paesi in cui era difficile entrare direttamente con il prodotto e coinvolgere mercati nei quali il numero contenuto di interlocutori locali, seppur di elevato potenziale, non renderebbe percorribile un investimento promozionale diretto.

La fiera MIDO

È stata organizzata insieme ad ANFAO-Associazione Nazionale Fabbricanti Articoli Ottici e rappresenta il principale appuntamento a livello mondiale del settore occhialeria. La 48esima edizione, che si è tenuta dal 23 al 25 febbraio 2019 presso Fiera Milano Rho - ha superato ancora una volta tutti i suoi record con 1.305 aziende espositrici ed oltre 58mila operatori presenti, con un aumento del 4,9% rispetto al 2018.

L'iniziativa di incoming coordinata da ICE Agenzia è nata allo scopo di sostenere la vocazione internazionale della fiera, sottolineandone soprattutto l'aspetto commerciale: MIDO è infatti la mostra mondiale dell'occhiale per eccellenza, ma è anche e soprattutto il luogo di incontro d'elezione per le occasioni di business dedicate al settore.

Italian Lounge al MidEast Watch and Jewellery Show

L'*Italian Lounge*, lo stand italiano dell'ICE Agenzia, presso il centro espositivo Expo Centre di Sharjah, negli Emirati Arabi, all'interno, della fiera di oreficeria e gioielleria *MidEast Watch and Jewellery Show 2019*. Una fiera rinomata nella regione che è diventata tra gli appuntamenti più importanti della gioielleria a livello internazionale. 28 tra le più affermate aziende italiane hanno messo in mostra i propri gioielli e prodotti di raffinata arte orafa nel padiglione "*Italian Luxury Jewellery*". Per la collettiva italiana è il 28esimo anno di partecipazione all'evento fieristico.

Next Design Perspectives

ICE ha supportato la seconda edizione del Forum sul Design Next Design Perspectives sviluppato e promosso da Altgamma. Sono state organizzate 2 conferenze stampa di presentazione a giugno e luglio, rispettivamente a Milano e a Londra. Il panel elaborato dal curatore Deyan Sudjic è composto di 13 speaker con un maggiore bilanciamento fra italiani e internazionali, rispetto alla prima edizione. Grazie alla collaborazione con ICE Agenzia e al coinvolgimento degli uffici ICE all'estero, quest'anno sono stati invitati all'evento non soltanto gli speaker e giornalisti ma anche alcuni buyer del mondo del design e della moda.

TAVOLE

TAV.1

ATTIVITÀ PROMOZIONALE 2019 TOTALE PER SISTEMI MERCEOLOGICI

TAV.2

ATTIVITÀ PROMOZIONALE 2019 TOTALE PER SETTORI

TAV.3

ATTIVITÀ PROMOZIONALE 2019 TOTALE PER AREE GEOGRAFICHE

TAV.4

ATTIVITÀ PROMOZIONALE 2019 TOTALE PER PAESI

TAV.5

ATTIVITÀ PROMOZIONALE 2019 TOTALE PER TIPOLOGIA DI INIZIATIVA

TAV.1 - ATTIVITA' PROMOZIONALE 2019 TOTALE PER SISTEMI MERCEOLOGICI

(Valori in Euro)

Sistemi merceologici	Spesa	% sul totale	di cui contributo terzi e ricavi	% sul totale
MODA-PERSONA-TEMPO LIBERO	40.833.613	30,3%	3.973.745	26,2%
AGRO-ALIMENTARE	34.804.335	25,8%	5.129.331	33,8%
MECCANICA ELETTRONICA	30.769.258	22,8%	3.964.704	26,1%
CASA-UFFICIO	9.558.607	7,1%	699.080	4,6%
CHIMICA AMBIENTE	2.370.688	1,8%	549.678	3,6%
COLLABORAZIONE INDUSTRIALE	1.246.005	0,9%	10.050	0,1%
ATTRAZIONE INVESTIMENTI	4.146.198	3,1%	200.676	1,3%
FORMAZIONE	3.790.733	2,8%	446.226	2,9%
PLURISETTORIALE	7.222.435	5,4%	201.292	1,3%
Totale complessivo	134.741.872	100,0%	15.174.783	100,0%

TAV.2 - ATTIVITA' PROMOZIONALE 2019 TOTALE PER SETTORI

(Valori in euro)

SISTEMI MERCEOLOGICI E SETTORI	Spesa	% sul totale	di cui contributo terzi e ricavi	% sul totale
MODA-PERSONA-TEMPO LIBERO	40.833.613	30,3%	3.973.745	26,2%
SISTEMA MODA	18.197.672	13,5%	1.230.244	8,1%
PRODOTTI PERSONA (PROFUMI, OCCHIALERIA, GIOIELLERIA)	9.286.662	6,9%	1.241.055	8,2%
TESSILE ABBIGLIAMENTO	6.288.602	4,7%	926.380	6,1%
AUDIOVISIVO ED EDITORIA	4.886.795	3,6%	374.526	2,5%
CUOIO CALZATURE	2.173.882	1,6%	201.540	1,3%
AGRO-ALIMENTARE	34.804.335	25,8%	5.129.331	33,8%
PRODOTTI AGROALIMENTARI	27.112.390	20,1%	3.504.037	23,1%
VINO	6.161.200	4,6%	862.892	5,7%
PRIVATE LABEL	1.530.745	1,1%	762.402	5,0%
MECCANICA ELETTRONICA	30.769.258	22,8%	3.964.704	26,1%
MECCANICA STRUMENTALE	15.798.552	11,7%	2.685.059	17,7%
TECNOLOGIA AVANZATA, BIO E NANO TECNOLOGIE	8.027.948	6,0%	314.321	2,1%
MEZZI DI TRASPORTO E NAUTICA	4.162.130	3,1%	430.534	2,8%
INFRASTRUTTURE	1.183.992	0,9%	419.547	2,8%
PLURISETTORIALE	785.312	0,6%	-	0,0%
ENERGIA E AMBIENTE	621.003	0,5%	79.250	0,5%
ELETTRONICA, APPARECCHI DI PRECISIONE	190.321	0,1%	35.994	0,2%
CASA-UFFICIO	9.558.607	7,1%	699.080	4,6%
MOBILI ARREDO DESIGN	5.412.718	4,0%	255.343	1,7%
MATERIALI DA COSTRUZIONI (MARMI, PIASTRELLE, RIVESTIMENTI E ALTRI MATERIALI)	3.765.235	2,8%	443.737	2,9%
RESTAURO	380.654	0,3%	-	0,0%
CHIMICA AMBIENTE	2.370.688	1,8%	549.678	3,6%
ENERGIA E AMBIENTE	1.382.378	1,0%	285.701	1,9%
TECNOLOGIA AVANZATA, BIO E NANO TECNOLOGIE	611.549	0,5%	137.559	0,9%
PRODOTTI CHIMICI E FARMACEUTICI	376.760	0,3%	126.418	0,8%
COLLABORAZIONE INDUSTRIALE	1.246.005	0,9%	10.050	0,1%
ATTRAZIONE INVESTIMENTI	4.146.198	3,1%	200.676	1,3%
FORMAZIONE	3.790.733	2,8%	446.226	2,9%
PLURISETTORIALE	7.222.435	5,4%	201.292	1,3%
Totale complessivo	134.741.872	100,0%	15.174.783	100,0%

TAV.3 - ATTIVITA' PROMOZIONALE 2019 TOTALE PER AREE GEOGRAFICHE

(Valori in euro)

Aree geografiche	Spesa	% sul totale	di cui contributo terzi e ricavi	% sul totale
ITALIA	37.075.307	27,5%	630.320	4,2%
ASIA	30.074.359	22,3%	4.992.126	32,9%
NORD AMERICA	27.400.836	20,3%	3.025.057	19,9%
EUROPA	25.802.833	19,1%	5.224.133	34,4%
CENTRO E SUD AMERICA	3.372.684	2,5%	639.484	4,2%
AFRICA	2.337.075	1,7%	546.029	3,6%
OCEANIA	380.877	0,3%	110.388	0,7%
VARI MONDO	8.297.902	6,2%	7.245	0,0%
Totale complessivo	134.741.872	100,0%	15.174.783	100,0%

TAV.4 - ATTIVITA' PROMOZIONALE 2019 TOTALE PER PAESI

(Valori in euro)

Paesi	Spesa	% sul totale	di cui contributo terzi e ricavi	% sul totale
STATI UNITI	23.545.528	17,5%	2.417.508	15,9%
CINA	14.389.815	10,7%	1.957.589	12,9%
FRANCIA	7.290.863	5,4%	994.352	6,6%
GIAPPONE	6.280.599	4,7%	1.858.289	12,2%
GERMANIA	5.367.231	4,0%	1.852.459	12,2%
RUSSIA	3.966.877	2,9%	819.027	5,4%
CANADA	3.073.956	2,3%	571.489	3,8%
EMIRATI ARABI UNITI	2.861.994	2,1%	447.250	2,9%
COREA DEL SUD	2.140.649	1,6%	119.680	0,8%
REGNO UNITO	1.832.843	1,4%	107.047	0,7%
SPAGNA	1.821.343	1,4%	295.646	1,9%
PAESI BASSI	1.154.877	0,9%	697.122	4,6%
BRASILE	811.906	0,6%	205.486	1,4%
CUBA	739.154	0,5%	142.910	0,9%
POLONIA	694.962	0,5%	36.900	0,2%
INDIA	679.270	0,5%	143.162	0,9%
SVIZZERA	655.124	0,5%	28.189	0,2%
THAILANDIA	479.482	0,4%	125.640	0,8%
ALGERIA	433.817	0,3%	333.423	2,2%
PAKISTAN	391.423	0,3%	-	0,0%
AUSTRALIA	380.877	0,3%	110.388	0,7%
ETIOPIA	364.288	0,3%	49.351	0,3%
VIETNAM	357.078	0,3%	87.200	0,6%
IRAN	333.853	0,2%	16.000	0,1%
MESSICO	322.263	0,2%	42.138	0,3%

TAVOLE

Paesi	Spesa	% sul totale	di cui contributo terzi e ricavi	% sul totale
COLOMBIA	299.058	0,2%	53.640	0,4%
QATAR	295.705	0,2%	8.240	0,1%
PERU'	289.637	0,2%	29.937	0,2%
NORVEGIA	261.969	0,2%	39.075	0,3%
SUD AFRICA	259.603	0,2%	64.821	0,4%
LIBANO	249.937	0,2%	59.325	0,4%
MAROCCO	242.386	0,2%	40.300	0,3%
TURCHIA	238.750	0,2%	8.000	0,1%
ARGENTINA	235.641	0,2%	-	0,0%
IRAQ	227.700	0,2%	50.160	0,3%
SERBIA	223.154	0,2%	31.360	0,2%
CILE	212.134	0,2%	138.681	0,9%
EGITTO	192.577	0,1%	18.720	0,1%
BULGARIA	188.875	0,1%	11.575	0,1%
PANAMA	167.171	0,1%	26.671	0,2%
SINGAPORE	151.723	0,1%	18.000	0,1%
MALAYSIA	149.689	0,1%	28.120	0,2%
PORTOGALLO	145.031	0,1%	-	0,0%
ARABIA SAUDITA	140.089	0,1%	3.750	0,0%
SVEZIA	123.630	0,1%	-	0,0%
MOZAMBICO	118.294	0,1%	8.404	0,1%
UGANDA	116.941	0,1%	8.000	0,1%
SLOVENIA	91.928	0,1%	2.400	0,0%
DANIMARCA	91.747	0,1%	9.100	0,1%
ISRAELE	88.867	0,1%	-	0,0%
GIORDANIA	79.573	0,1%	-	0,0%
UNGHERIA	69.394	0,1%	-	0,0%

Paesi	Spesa	% sul totale	di cui contributo terzi e ricavi	% sul totale
UZBEKISTAN	62.633	0,0%	-	0,0%
INDONESIA	61.714	0,0%	-	0,0%
AUSTRIA	60.353	0,0%	18.075	0,1%
FILIPPINE	58.770	0,0%	31.500	0,2%
TUNISIA	57.406	0,0%	-	0,0%
FINLANDIA	56.072	0,0%	300	0,0%
ZAMBIA	53.736	0,0%	5.460	0,0%
ROMANIA	45.592	0,0%	-	0,0%
KENYA	35.612	0,0%	16.200	0,1%
GIBUTI	34.168	0,0%	-	-0,0%
COSTARICA	30.402	0,0%	-	0,0%
KAZAKISTAN	29.693	0,0%	-	0,0%
ANGOLA	27.125	0,0%	2.250	0,0%
AZERBAIJAN	27.110	0,0%	-	0,0%
REPUBBLICA CECA	24.909	0,0%	-	0,0%
BIELORUSSIA	22.241	0,0%	-	0,0%
BELGIO	21.527	0,0%	-	0,0%
ARMENIA	21.404	0,0%	-	0,0%
TURKMENISTAN	21.376	0,0%	-	0,0%
ALBANIA	20.331	0,0%	-	0,0%
GEORGIA	12.255	0,0%	-	0,0%
LUSSEMBURGO	9.846	0,0%	-	0,0%
SRI LANKA	7.953	0,0%	-	0,0%
CROAZIA	7.843	0,0%	-	0,0%
BOSNIA ERZEGOVINA	5.936	0,0%	-	0,0%
KOSOVO	5.037	0,0%	-	0,0%
REPUBBLICA DEMOCRATICA CONGO	4.256	0,0%	-	0,0%

TAVOLE

Paesi	Spesa	% sul totale	di cui contributo terzi e ricavi	% sul totale
MYANMAR	1.805	0,0%	-	0,0%
LITUANIA	699	0,0%	-	0,0%
TAIWAN	273	0,0%	-	0,0%
ERITREA	-	0,0%	-	0,0%
OMAN	-	0,0%	-	0,0%
VARI MONDO *	8.297.902	6,2%	7.245	0,0%
VARI UNIONE EUROPEA *	1.153.385	0,9%	200.005	1,3%
VARI NORD AMERICA *	781.352	0,6%	36.061	0,2%
VARI AFRICA *	396.865	0,3%	-	0,0%
VARI AMERICA CENTRALE E MERIDIONALE *	265.316	0,2%	22	0,0%
VARI ALTRI PAESI ASIATICI *	238.391	0,2%	-	0,0%
VARI PACIFICO *	233.536	0,2%	38.220	0,3%
VARI EUROPA CENTRO ORIENTALE *	150.403	0,1%	73.500	0,5%
VARI ALTRI PAESI EUROPEI *	59	0,0%	-	0,0%
ITALIA	37.075.307	27,5%	630.320	4,2%
Totale complessivo	134.741.872	100,0%	15.174.783	100,0%

* Iniziative non riferibili ad un solo Paese

TAV.5 - ATTIVITA' PROMOZIONALE 2019 TOTALE PER TIPOLOGIA DI INIZIATIVA*(Valori in euro)*

Tipologia d'iniziativa	Spesa	% sul totale	di cui contributo terzi e ricavi	% sul totale
MANIFESTAZIONI ESPOSITIVE (FIERE, MOSTRE, PRESENZE ISTITUZIONALI)	49.726.239	36,9%	13.595.732	89,6%
POTENZIAMENTO FIERE E INCOMING	30.649.148	22,7%	284.063	1,9%
AZIONI CON LA GDO	13.886.685	10,3%	43.059	0,3%
AZIONI DI COMUNICAZIONE	13.576.484	10,1%	361.231	2,4%
FORMAZIONE (INCLUDE ROADSHOW PER LE PMI)	9.000.301	6,7%	464.786	3,1%
GIORNATE TECNOLOGICHE, SEMINARI, CONVEGNI	8.223.104	6,1%	259.480	1,7%
AZIONI CON PIATTAFORME DI E-COMMERCE	4.835.602	3,6%	5.830	0,0%
INDAGINI, STUDI, TASK FORCE, DESK, SITI WEB	1.639.671	1,2%	2.279	0,0%
MISSIONI IMPRENDITORIALI	1.084.651	0,8%	-	0,0%
ALTRE ATTIVITA' DI SUPPORTO ALLA PROMOTION	2.119.987	1,6%	158.323	1,0%
Totale complessivo	134.741.872	100,0%	15.174.783	100,0%



www.ice.it

Italian Trade Agency 

@ITAttradeagency 

ITA-Italian Trade Agency 

@itatradeagency 