

**CALENDARIO 2020  
AZIONI GDO / E-COMMERCE AGENZIA ICE**

PAESE	LOGO	NOME CATENA	PERIODO	TIPOLOGIA	STATUS	SETTORE	CIRCOLARE
USA, UK, SPAGNA, GERMANIA E FRANCIA		AMAZON [1]	dicembre 19 - giugno 21 [2]	ECOMMERCE	IN CORSO	AGROALIMENTARE	<a href="#">CIRCOLARE</a>
USA		HY VEE [3]	febbraio 2020 [4]	ECOMMERCE	Approvato. Operativa promozione on-line fino al 31/12	AGROALIMENTARE	NO
CINA		J.D. [5]	luglio 2020 - luglio 2021 [6]	ECOMMERCE	IN CORSO	AGROALIMENTARE E BENI DI CONSUMO	<a href="#">CIRCOLARE</a>
CINA		WECHAT [7]	giugno 2020 - giugno 2021 [8]	ECOMMERCE	IN CORSO	AGROALIMENTARE E BENI DI CONSUMO	<a href="#">CIRCOLARE</a>
CINA		FOOD2CHINA [9]	giugno-dicembre 2020 [10]	ECOMMERCE	IN CORSO	AGROALIMENTARE	no
GIAPPONE		NATIONAL SUPERMARKET ASSOCIATION [11]	aprile-novembre 2020 [12]	INSTORE	IN CORSO	AGROALIMENTARE	<a href="#">CIRCOLARE</a>
ALBANIA E KOSOVO		CONAD [13]	maggio 2020-maggio 2021 [14]	IN STORE	Approvato. Promozione da avviare, date promozione da definire	AGROALIMENTARE	no
CINA		SUNING [15]	maggio 2020-maggio 2021 [16]	IN STORE + ECOMMERCE	Approvato. Promozione online da maggio 2020; offline agosto e altre date da definire	AGROALIMENTARE E BENI DI CONSUMO	<a href="#">CIRCOLARE</a>
CINA		HEMA [17]	maggio - novembre 2020 [18]	IN STORE + ECOMMERCE	IN CORSO	AGROALIMENTARE	no
LIBANO		SPINNEYS [19]	3/4 trimestre 2020 [20]	IN STORE	Approvato. Promozione da avviare, date promozione da definire	AGROALIMENTARE	no
USA		ROUSES [21]	"Italian Summer Picnic" dal 29 maggio al 1 luglio [22]	ECOMMERCE	Approvato. Operativo. Promozione in corso offline-online fino al 31/12	AGROALIMENTARE	no
USA		WAKEFERN [23]	luglio/settembre 2020 [24]	ECOMMERCE	Approvato. Operativo. Promozione on-line in corso da luglio 2020	AGROALIMENTARE	no

UK		OCADO [25]	giugno 2020/settembre 2021 [26]	ECOMMERCE	Approvato. Promozione in avvio da giugno 2020.	AGROALIMENTARE	scouting indipendente
CANADA	 	MONOPOLI LCBO E SAQ [27]	da definire [28]	IN STORE + ECOMMERCE	In approvazione.	VINI	no
CANADA		WALMART/COOP [29]	12 mesi su piattaforma online (2020) + 4 settimane di promozione in store dal 22 agosto al 25 settembre 2020 [30]	IN STORE + ECOMMERCE	Approvato. Promozione da avviare, date promozione da definire	AGROALIMENTARE	no
USA		HY VEE [31]	settembre 2020 [32]	ECOMMERCE	Approvato. Promozione on-line in corso fino al 31/12	AGROALIMENTARE	no
USA		SCHNUCKS [33]	dal 9/9/2020 al 29/9/2020 [34]	IN STORE	Approvato. In standby causa crisi politico-finanziaria e sanitaria	AGROALIMENTARE	no
GERMANIA		KADEWE [35]	dal 31/08/2020 al 10/10/2020 [36]	IN STORE	IN CORSO	AGROALIMENTARE	no
USA		ROUSES [37]	"Italian Harvest" dal 30 settembre al 28 ottobre [38]	ECOMMERCE	Approvato. Operativo. Promozione in corso offline-online fino al 31/12	AGROALIMENTARE	no
SVIZZERA		GLOBUS [39]	a partire dal 2 trimestre 2020 [40]	IN STORE	Approvato. Promozione da avviare, date promozione da definire	AGROALIMENTARE	no
QATAR E BAHREIN		LULU [41]	settembre 2020 - giugno 21 [42]	IN STORE	IN CORSO	AGROALIMENTARE	no
SPAGNA		SANCHEZ ROMERO [43]	settembre - dicembre 2020 [44]	INSTORE + ECOMMERCE	Approvato. Promozione in avvio.	AGROALIMENTARE	no
FRANCIA		LECLERC [45]	dal 13/10/2020 al 24/10/2020 [46]	INSTORE + ECOMMERCE	Approvato. Promozione in avvio.	AGROALIMENTARE	no
SLOVENIA		MERCATOR [47]	primavera 2021 [48]	INSTORE + ECOMMERCE	Approvato. Promozione da avviare	AGROALIMENTARE	no
BRASILE	AZIONI CON LA GDO IN BRASILE	VARIE GDO [49]	ottobre - novembre 2020 [50]	INSTORE + ECOMMERCE	Approvato. Promozione in avvio.	AGROALIMENTARE	no
CINA		CARREFOUR [51]	ottobre 2020 - agosto 2021 [52]	INSTORE	Approvato. Promozione in avvio.	AGROALIMENTARE	no
MACEDONIA NORD		TINEX [53]	ottobre 20 - ottobre 21 [54]	IN STORE	Approvato. Promozione da avviare, date promozione da definire	AGROALIMENTARE	no



[1] Amazon.com, Inc., colosso di commercio elettronico statunitense con sede a Seattle, è la più grande Internet company al mondo. Ha piattaforme in Canada, Regno Unito, Germania, Australia, Francia, Italia, Spagna, Cina, Brasile, Messico, Giappone, Paesi Bassi e India e spedisce i suoi prodotti in tutto il mondo

[2] tutte le info sul progetto su <https://www.ice.it/it/amazon>

[3] La catena della grande distribuzione organizzata statunitense Hy-Vee è oggi al 17esimo posto nella classifica dei primi 50 retailer USA.

[4] Hy-Vee svolgerà 2 campagne promozionali e di comunicazione in tutti i 260 punti vendita della catena nei seguenti periodi: la prima, più grande, dal 1 febbraio al 3 marzo e la seconda, più piccola, dal 1 al 30 settembre.

[5] la piattaforma JD.com si trova in una posizione di grande rilievo nel mercato cinese, potendo contare su un rilevante share delle transazioni online, secondo solo ad Alibaba, che genera un fatturato complessivo di 74 mld di dollari (2019), composti per una frazione rilevante dai prodotti più rappresentativi del made in Italy (22% Furniture & Appliances, 20% Food & Personal Care, 15% Fashion) e tassi di crescita estremamente elevati (35% nel 2017, 32% nel 2018 e 20% nel 2019).

[6] L'obiettivo principale dell'azione è la creazione di un padiglione made in Italy nella piattaforma, compresi gli estore. Le aziende selezionate potranno essere inserite nel padiglione e beneficiare del boost di comunicazione gestito da ICE-Agenzia

[7] WeChat è una piattaforma che riveste ruolo di leadership tra i social network cinesi, coprendo il 40% delle transazioni ecommerce B2C che transitano al di fuori dell'ecosistema Alibaba

[8] L'obiettivo principale dell'azione è la creazione di un padiglione made in Italy nella piattaforma, compresi gli estore. Le aziende selezionate potranno essere inserite nel padiglione e beneficiare del boost di comunicazione gestito da ICE-Agenzia

[9] Il Portale Food2China [www.food2china.com](http://www.food2china.com) nasce a luglio 2018 con la finalità di favorire contatti diretti tra aziende produttrici e importatori cinesi. Food2China rappresenta una vetrina B2B online per le aziende in cui mostrare i prodotti con l'obiettivo di raggiungere importatori e distributori cinesi interessati. La piattaforma è un luogo di incontro virtuale, attraverso il quale all'azienda viene offerta visibilità ad operatori del settore. Le transazioni economiche tra le parti restano riservate e non è prevista alcuna commissione. Ad oggi ci sono quasi 4.000 buyers prevalentemente dall'Area del Guangdong o comunque del sud della Cina e 723 aziende produttrici registrate provenienti da tutto il mondo.

[10] L'accordo ICE prevede l'attivazione sul Portale Food2China di un Padiglione Italiano. ICE ha una pagina di presentazione che fa da cappello/premessa alla partecipazione delle aziende italiane. E' possibile fare upload di video sia istituzionali di ICE che delle singole aziende.

Le aziende (previste 60 in totale suddivise in due semestri ciascuna con un massimo di 250 prodotti) pur inserite per prodotto, sono ricondotte al Padiglione Italiano di ICE. Le aziende sono state già selezionate ed è in corso il 2 semestre di attività (giugno-dicembre 2020).

La presenza sul Portale e' supportata da una campagna promozionale con la copertura sui social (wechat), website, newsletter.

Il servizio di supporto per spedizione, sdoganamento e certificazione prodotti è su quotazione; questi servizi restano a discrezione e costo delle aziende.

[11] La National Supermarket Association è stata fondata nel 1958 e conta 312 aziende associate che dispongono di una rete di 10.022 punti vendita in tutto il territorio giapponese. Al suo interno ICE ha selezionato le seguenti 6 GDO:

- 1)Aoki & Co.,
- 2)Arcs Co. Ltd.,
- 3)Ikari Supermarket Co. Ltd.,
- 4)Mi Food Style Co. Ltd,
- 5)Odakyu Shoji Co. Ltd.,
- 6)Kinokuniya Co. Ltd

[12] La 2ª Fase (Aprile-Novembre 2020) rappresenta il momento terminale di una collaborazione avviata già nel 2019 e consisterà nell'introduzione di ulteriori 10 nuovi prodotti mai importati in Giappone. Le aziende selezionate saranno coinvolte in VIRTUAL B2B nel mese di ottobre 2020

[13] La rete distributiva ad insegna Conad è rappresentata in Albania da 11 negozi di proprietà e 22 affiliati. Conad Kosova ha una rete distributiva di 2 ipermercati di proprietà e al momento impegnata nell'apertura di un 3° punto vendita in centro città.

[14] Il piano marketing che è in fase di elaborazione prevede azioni instore e online con il coinvolgimento dei canali media stampa, radio e TV.

[15] Suning è il secondo gruppo privato cinese attivo nella distribuzione commerciale su canali di vendita online e offline, nel real estate, nel settore turistico e nello sport.

[16] Il piano marketing che è in fase di elaborazione prevede azioni instore e online con il coinvolgimento dei canali media stampa, radio e TV.

[17] Partner del Gruppo Alibaba lanciato nel 2015, HEMA con i suoi supermarket "Freshippo" attua la strategia "new retail" di Alibaba, che mira a integrare perfettamente lo shopping online e offline.

[18] La campagna prevede importanti attività online e nei pp.vv. Parteciperanno alla promozione oltre 100 aziende italiane, molte PMI nuove sul mercato cinese, con un'offerta variegata del patrimonio enogastronomico italiano. Le azioni di svolgeranno sia a SHANGHAI che a CANTON

[19] Spinneys è la seconda catena di distribuzione in Libano e gestisce 20 ipermercati e supermercati in tutto il medio oriente

[20] Promozione del made in Italy di almeno 20 aziende di 7 supermercati

[21] La catena di supermercati Rouses Markets ha sede a New Orleans (Louisiana) e occupa la 50ma posizione nella graduatoria dei Top 100 Gdo Usa.

[22] 3 campagne trimestrali nei 63 negozi situati in Louisiana, Mississippi e Alabama.

[23] Wakefern è la più grande catena retailer-owned degli USA ed è al numero 13 nella graduatoria delle principali 50.

[24] Prevista una campagna digitale sul sito www.shoprite.com e oltre 250 negozi della catena a favore di circa 50 aziende italiane

[25] OCADO è una piattaforma che vende esclusivamente on-line e rappresenta il supermercato del Regno Unito a più rapida crescita.

[26] L'attività promozionale si realizzerà a partire da luglio/settembre 2020 e sono previste 3 campagne della durata di 4 settimane ciascuna. Ocado assicurerà anche la diffusione di banner strategici per incrementare il traffico sulla vetrina.

[27] Il Monopolio LCBO, ovvero il "Liquor Control Board Ontario", è il più importante del Canada ed è considerato anche il più grande importatore di vino a livello mondiale. Ha una rete di 872 punti vendita di cui 660 succursali e 212 agenzie. Offre 15.000 prodotti diversi ed importa da 81 Paesi. Il Monopolio SAQ, ovvero "Société des Alcools du Québec", è il secondo per importanza in Canada, ha una rete di 840 punti vendita tra succursali e agenzie. Offre 13.000 prodotti diversi ed importa da 81 Paesi.

[28] Le campagne digitali a favore del settore wine che si prevede di realizzare con i Monopoli di Stato Canadesi andranno a massimizzare gli effetti delle azioni già previste per il 2020 con l'utilizzo dei canali tradizionali che vedono protagoniste le "Grandi Degustazioni di Vino Italiano in Canada" - con i tasting di Vancouver, Calgary, Toronto e Montreal, presenti 100 aziende italiane ogni anno - e le varie azioni celebrative straordinarie a supporto (seminari, premiazioni e concorsi) per marcare il 25° anniversario dell'evento.

[29] Walmart, riconosciuta come il gigante della GDO con 400 punti vendita in tutto il Canada, si posiziona al secondo posto fra i primi dieci retailer canadesi.

[30] La promozione è dedicata ai prodotti del marchio FIOR FIORE COOP e consisterà in un'azione di marketing finalizzata a incentivare le vendite sfruttando tutti i canali digitali della catena: sito, social, online store walmart, video. Il tutto con promozioni anche instore nei 400 ppvv della catena

[31] La catena della grande distribuzione organizzata statunitense Hy-Vee è oggi al 17esimo posto nella classifica dei primi 50 retailer USA.

[32] Hy-Vee svolgerà 2 campagne promozionali e di comunicazione in tutti i 260 punti vendita della catena nei seguenti periodi: la prima, più grande, dal 1 febbraio al 3 marzo e la seconda, più piccola, dal 1 al 30 settembre.

[33] Si tratta di una catena di 112 supermercati ubicati in Missouri, Illinois, Indiana, Iowa, e Wisconsin che occupa il 37esimo posto nella classifica dei principali 50 dettaglianti del settore agroalimentare negli USA.

[34]

Le azioni promozionali e di comunicazione si svolgeranno dal 9 al 29 settembre 2020 in tutti i 112 punti vendita della catena.

L'esposizione dei prodotti della campagna Authentic Italian, denominata A taste of Italy, potrà avvalersi di posizionamenti strategici per fornire ampia visibilità nei supermercati.

[35] Nel panorama dei retailer tedeschi KaDeWe ovvero Kaufhaus des Westens, abbreviato KaDeWe (centro commerciale dell'Ovest) è il centro commerciale più famoso della Germania. Ha una superficie di vendita di 60.000 metri quadri e costituisce il centro commerciale più grande sul continente europeo.

[36] L'attività consiste in azioni nei pp.vv. e di comunicazione a favore delle categorie di prodotto seguenti:

- vino fermo, spumanti, distillati;
- pasticceria e prodotti da forno;
- salumi, formaggi e delicatessen (antipasti, salse, conserve, sughi pronti);
- pasta;
- olio di oliva;
- aceto.

[37] La catena di supermercati Rouses Markets ha sede a New Orleans (Louisiana) e occupa la 50ma posizione nella graduatoria dei Top 100 Gdo Usa.

[38] 3 campagne trimestrali nei 63 negozi situati in Louisiana, Mississippi e Alabama.

[39] Il GM Globus copre una quota di mercato del 15% e un fatturato complessivo di oltre 760 milioni di Euro. E' un retailer molto rinomato in Svizzera che si posiziona nella fascia alta d'offerta con prodotti esclusivi, di elevata qualità e innovativi.

[40] La promozione avrà luogo a partire dal secondo trimestre 2020 e riguarderà sia di marchi di fornitori già presenti a scaffale che di nuovi suppliers. L'attività con Globus sarà organizzata in un piano marketing condiviso, articolato sia in campagne di promozione ad hoc presso i punti vendita che in azioni di comunicazione a supporto.

[41] LULU Hypermarkets ha quartier generale ad Abu Dhabi, è di proprietà indiana, conta 188 punti vendita (tra piccoli, medi e grandi) in 22 Paesi dall'Estremo Oriente agli USA, passando attraverso India, GCC ed Europa. LULU Group si distingue in Qatar e Bahrain come uno dei principali player della moderna distribuzione organizzata con un fatturato di oltre 7 miliardi di USD.

[42] L'azione avrà la seguente struttura di massima:

- giornate di formazione per gli addetti ai lavori relativamente ai prodotti Made in Italy promossi;
- piano di comunicazione e di marketing per la promozione dell'evento stesso e dei prodotti autenticamente Made in Italy;
- attività in store e live con degustazioni ed eventuale partecipazione di chef italiani in loco (giornate a tema).
- inserimento di nuovi marchi e/o prodotti italiani, anche attraverso un'area dedicata esclusivamente al Made in Italy per il periodo della promozione. Oltre al posizionamento dei prodotti sugli scaffali dei punti vendita, evidenziati sempre con segnaletica e cartellonistica specifica, un ulteriore supporto promozionale avverrà tramite post settimanali sui social media della GDO (Facebook, Twitter, Instagram, LULU online App) oltre alle pagine pubblicitarie dedicate alla campagna sui volantini di LULU Group.

[43] La catena di supermercati Sanchez Romero, nata nel 1954, è specializzata nella vendita di prodotti alimentari di alto livello, con un focus sui prodotti gourmet e sulle specialità internazionali ed è riconosciuta come leader in Spagna nel settore dei supermercati di alta gamma. La catena è composta da 10 supermercati che si sviluppano su una superficie di vendita di 9.400 metri quadri ubicati nei quartieri di lusso di Madrid e dei suoi dintorni con il più alto potere di acquisto dei suoi abitanti, dispone di profili sulle reti sociali, di un blog e di un e-market per la vendita on line.

[44] La promozione avrà la durata di varie settimane, prevalentemente nei due periodi 24 settembre/12 ottobre e 5 novembre/2 dicembre e si articolerà nel

dedicare ai prodotti italiani due edizioni della rivista di 40 pagine Atlas Gourmet, prodotta e distribuita da Sanchez Romero in 65.000 copie e in un ampio piano media che comprenderà numerosi spot televisivi e nei circuiti cinematografici, cartellonistica di varie dimensioni diffusa ampiamente nella città di Madrid e cartellonistica su autobus. Il piano media verrà integrato da azioni nei punti vendita quali esposizione dei prodotti italiani nelle zone più visibili, cartellonistica, degustazioni ed esperienze gastronomiche, ecc. La campagna verrà inoltre promossa a tutta la banca dati dei clienti Sanchez Romero, sulle sue reti sociali e sull'e-market di vendita on line (<https://sanchez-romero.online/sr/#!/Home>).

[45] Il gruppo Leclerc è il primo attore della GDO in Francia con 48 miliardi di euro di fatturato e 634 punti vendita. Il gruppo è un gigante nazionale con un peso esiguo sui mercati esteri (solo il 3% del fatturato), controbilanciato dalla prima quota di mercato in Francia, pari al 21% per il 2019.

[46] La promozione si svolgerà in 596 punti vendita di Leclerc nel periodo che va dal 13 al 24 ottobre 2020 e riguarderà l'intero paniere di prodotti italiani già in assortimento (vino, aperitivi, formaggio, pasta, salse...).

[47] La catena Mercator vanta una tradizione di oltre 70 anni, inizialmente all'interno della Jugoslavia e dall'inizio degli anni '90 - con il Marchio attuale - è diventato il principale retail in Slovenia, espandendosi negli anni anche in Montenegro, Bosnia e Serbia. In totale, nei Paesi menzionati Mercator gestisce circa 1.400 negozi di vari formati con oltre 20.000 dipendenti.

[48] La speciale promozione Italia verrà realizzata nell'arco di un mese, sotto l'egida del marchio The Extraordinary Italian Taste, nei due più grandi ipermercati della capitale, che hanno la maggiore visibilità (in totale ca. 9.000 mq.), il maggiore flusso di clienti (3,4 milioni di transazioni nel 2019) e la capacità di fare da traino nei confronti degli altri punti vendita della catena.

[49] - CASA SANTA LUZIA  
- CIA. BEAL DE ALIMENTOS  
- OBA HORTIFRUTI  
- ST. MARCHÉ SUPERMERCADO  
- SUPERMERCADOS MAMBO  
- SUPERVERDEMAR  
-REDE SÃO PAULO DE SUPERMERCADOS

[50] In tutte le GDO coinvolte verrà realizzata la campagna denominata SABORES DA ITALIA tra i mesi di ottobre/novembre 2020 e della durata di 2 a 4 settimane

[51] Carrefour China, di cui Suning ha recentemente acquisito il pacchetto di maggioranza, è una delle più grandi catene della GDO in Cina. Carrefour è entrato ufficialmente nel mercato cinese nel 1995 ed è stato uno dei primi retailer esteri ad operare nella Cina continentale. Oggi Carrefour China è presente in tutto il paese con 210 ipermercati e 25 minimarket in Cina, che coprono 22 province e 51 città di grandi e medie dimensioni e con un numero totale di circa 50.000 SKU. Carrefour China ha quasi 30 milioni di utenti registrati e il proprio marchio ha una forte riconoscibilità presso i consumatori cinesi.

[52] Carrefour mira a promuovere almeno 100 marchi italiani tra settembre 2020 e agosto 2021. Si prevede di includere nella campagna i 200 negozi Carrefour. Saranno almeno 15 i nuovi marchi nei suoi canali online/offline.



[53] Con un fatturato di 95 milioni di euro nel 2019, la catena di supermercati TINEX si colloca al prestigioso 16<sup>a</sup> tra le 200 aziende più grandi della Macedonia del Nord e al 2<sup>a</sup> posto in termini di fatturato tra le catene di supermercati del Paese.

[54] In Macedonia l'azione avrà luogo in concomitanza con la V Settimana della Cucina Italiana nel Mondo, durerà 7 giorni e verrà organizzata su entrambi i canali di vendita sia in-store che on line. Coinvolgerà 15 supermercati, di cui 11 situati nella capitale Skopje e 4 in altre città (Kumanovo, Bitola Ohrid e Strumica), scelti dalla catena sulla base delle maggiori vendite dei prodotti italiani, e presso l'e-store che copre il 80% del territorio nazionale.

[55] La catena Fantastico è presente sul mercato bulgaro dal 1991 e dispone di 42 punti vendita tra supermercati, ipermercati e impiega più di 3100 persone. Con un fatturato di oltre 270 milioni di euro nel 2019, la catena di supermercati Fantastico è al quinto posto in termini di fatturato tra le catene di supermercati del Paese.

[56] In Bulgaria si prevedono 14gg di promozione (dall'8 al 21 ottobre 2020) in tutti i 42 supermercati della catena Fantastico, di cui 40 si trovano a Sofia.

[57] Il gruppo EUROCASH è il più grande distributore all'ingrosso in Polonia. Possiede 180 punti vendita all'ingrosso, "Eurocash Cash&Carry", nei quali si offre una gamma di circa 5.000 referenze dei prodotti che rientrano nella categoria FMCG (circa il 40% e' relativo ai prodotti alimentari). Al gruppo sono affiliati circa 15.000 punti vendita indipendenti associati.

[58] La promozione concordata con Eurocash consiste nella creazione di una Galleria Italiana nell'ambito della nuova piattaforma online che verrà inaugurata dalla catena a settembre 2020, a favore di almeno 10-12 aziende italiane

[59] FRISCO è la classica piattaforma e-commerce B2C (supermercato on line). Il gruppo non possiede negozi tradizionali e ha iniziato la sua attività nel 2014 (quartieri centrali di Varsavia) arrivando oggi a fornire l'intera area metropolitana della capitale polacca (1,2 milioni di abitanti con il potere d'acquisto più alto del paese).

[60] La promozione concordata con Frisco consiste nella creazione di una Galleria Italiana nell'ambito del marketplace Frisco.pl. Le aziende italiane che compariranno nella piattaforma beneficeranno di azioni di marketing digitale mirate che avranno avvio orientativamente a partire da ottobre-novembre 2020 per la durata di un anno.

[61] La catena conta oltre 30 punti vendita in tutta la Russia

[62] •8 settimane di promozione instore e sulla piattaforma internet della catena;  
•14 categorie di prodotti coinvolti (dal caffè ai biscotti, dalla pasta alle acque minerali);  
•almeno 10 nuovi fornitori e 75 nuove sku (stock keeping unit) inserite stabilmente a scaffale;  
•almeno 150 sku (già presenti e nuove) coinvolte nelle attività di promozione.

[63] Central Group <https://www.centralgroup.com/en/home> è un conglomerato a conduzione familiare in Thailandia leader nel settore di merchandising, immobiliare, vendita al dettaglio, hospitality e ristoranti.

[64] La promozione avrà luogo a partire da giugno 2020 fino a luglio 2021 e prevede sia azioni tradizionali presso i punti vendita sia azioni online attraverso la piattaforma Tops Online che è la prima azienda di e-commerce agroalimentare in Thailandia (<https://www.tops.co.th/en/>).

[65] Central Group <https://www.centralgroup.com/en/home> è un conglomerato a conduzione familiare in Thailandia leader nel settore di merchandising, immobiliare, vendita al dettaglio, hospitality e ristoranti. Il gruppo è proprietario della Rinascente

[66] La catena di supermercati Rouses Markets ha sede a New Orleans (Louisiana) e occupa la 50ma posizione nella graduatoria dei Top 100 Gdo Usa.

[67] 3 campagne trimestrali nei 63 negozi situati in Louisiana, Mississippi e Alabama.

[68] Department Store coreano con una gamma merceologica di livello qualitativo molto alto e clientela particolarmente qualificata e con adeguate capacità di acquisto

[69] La promozione avrà luogo dal 19 ottobre al 10 novembre e interesserà 3 punti vendita (Seoul Apgujeong, Seoul Hannam, Gwanggyo) oltre che la piattaforma e-commerce di Galleria. Alcune attività verranno realizzate all'interno di High Street Italia. Nello stesso periodo le attività nei punti vendita saranno affiancate anche da una promozione online della durata di un mese sul sito della catena

[70] Department Store coreano con una gamma merceologica di livello qualitativo molto alto e clientela particolarmente qualificata e con adeguate capacità di acquisto

[71] La promozione avrà luogo da fine settembre (date da confermare) e interesserà 3 punti vendita (Seoul Apgujeong, Seoul Hannam, Gwanggyo) oltre che la piattaforma e-commerce di Galleria. Alcune attività verranno realizzate all'interno di High Street Italia. Per quanto riguarda la tempistica delle attività, l'intera promozione offline si svilupperà per quattro settimane coinvolgendo circa 80 marchi.

[72] Costco, HEB, Kroger, Publix, Wakefern, Trader Joe, Wegmans e Whole Foods.

[73] PROMOZIONE NEI PP.VV, ONLINE E SUI SOCIAL MEDIA DEI SOLI PRODOTTI COLPITI DAI DAZI (SALUMI E FORMAGGI ITALIANI) SENZA SPONSORIZZAZIONE DEI MARCHI. POSSIBILI 8/10 ACCORDI. I prodotti interessati sono i seguenti:

-Formaggi: Asiago, Caciocavallo, Fontina, Gorgonzola, Grana Padano, Parmigiano Reggiano, Piave, Pecorino Toscano, Pecorino Sardo, Provolone e Taleggio

-Salumi: Mortadella, Prosciutto cotto e salami vari

[74] La promozione prevede la creazione di una vetrina italiana sul portale al raggiungimento di un minimo di 30 aziende ma con obiettivo 150. Per ogni azienda, c'è un contributo di circa 3.000 euro da parte di ICE AGENZIA pari metà del costo per ogni anno. Tutte le aziende beneficeranno di un boost in termini di pubblicità e flussi digitali aggiuntivi per un anno. I prodotti saranno importati tramite procedure cross border ad opera del service provider di

Gmarket indicato  
in GECL

[75] La promozione prevede la creazione di una vetrina italiana sul portale. La partecipazione è gratuita. Le aziende che hanno già un proprio importatore nel mercato indiano potranno prendere contatto con lo stesso per avviare la procedura di apertura dell'account nel marketplace. Dovranno quindi essere selezionati e catalogati i prodotti da vendere online; la fase di catalogazione è a cura dell'importatore, ma viene finanziata dall'Agenzia ICE. Qualora le aziende interessate non avessero un proprio importatore, l'Agenzia ICE le supporterà nella fase di ricerca.