



ITALIAN TRADE AGENCY

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

PIANO ORDINARIO DI ATTIVITÀ PROMOZIONALE 2021

Nota di sintesi

Indice

Obiettivi, strategie e struttura del piano.....	pag. 3
<i>Descrittivi settoriali</i>	
Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente	pag. 9
Beni di Consumo	pag. 10
Agroalimentare e Vini	pag. 11
Partenariato Industriale e Rapporti con gli OO.II.	pag. 12
Attrazione degli Investimenti	pag. 13
Servizi Formativi	pag. 14
Pianificazione Strategica e Controllo di Gestione	pag. 16
Comunicazione e Relazioni Esterne.....	pag. 17
Tavole	pag. 19

Obiettivi, strategie e struttura del piano

Il Piano ordinario di attività promozionale è dedicato alle iniziative consolidate dell'Agenzia ICE, espressione delle esigenze più sentite da parte delle imprese italiane, soprattutto piccole e medio piccole, e a Progetti strategici e innovativi per la digitalizzazione delle PMI e per favorire il loro accesso alle piattaforme digitali.

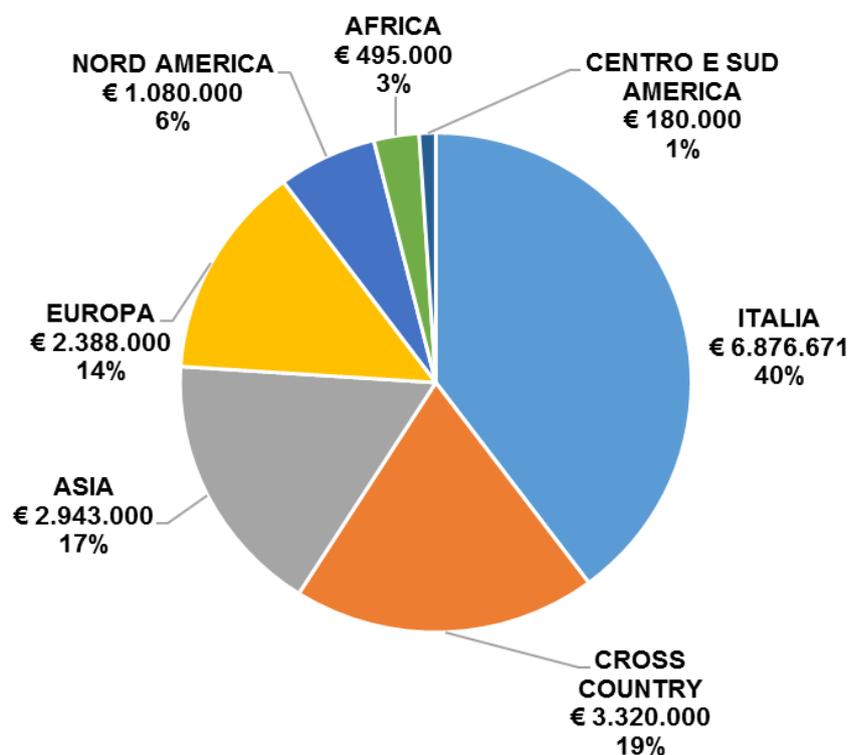
L'articolazione del Piano 2021 è stata definita tenendo conto delle indicazioni strategiche disposte a livello istituzionale in occasione dell'ultima riunione della **Cabina di Regia per l'Italia Internazionale** del 20 dicembre 2019, e di quanto contenuto nel **Patto per l'Export**, siglato l'8 giugno 2020. Come di consueto è stata altresì oggetto di condivisione, attraverso un confronto costante ed incontri dedicati, con le categorie produttive, con la cui collaborazione sono state individuate le modalità di intervento più vicine alle esigenze delle imprese.

I fondi disponibili sono stati articolati in **33 progetti di filiera**, declinati in **81 iniziative**, in **28 Paesi esteri**, a supporto di **9 sistemi produttivi**.

Le iniziative previste vanno dalla partecipazione ai più importanti eventi fieristici all'estero, alle missioni di operatori esteri in Italia ed italiani all'estero con l'organizzazione di business meeting settoriali, alle campagne di comunicazione settoriali, ai desk di assistenza su specifiche tematiche, alle azioni di formazione, oltre ai servizi digitali per le PMI (Blockchain, potenziamento Fiera Smart 365) e alle azioni per facilitare l'accesso delle PMI alle piattaforme digitali.

Sul piano geografico, il Piano ordinario 2021 **si concentra sul mercato italiano**, al quale è destinato **il 40% delle risorse complessive**. Si tratta principalmente di servizi digitali erogati in Italia alle imprese (Blockchain, potenziamento Fiera Smart 365, consulenza alle imprese ect.), attività di formazione, incoming in Italia, strumenti grafici e informativi a supporto delle aziende italiane, analisi di mercato e azioni di comunicazione per la promozione dei prodotti italiani.

Stanziamiento per aree geografiche



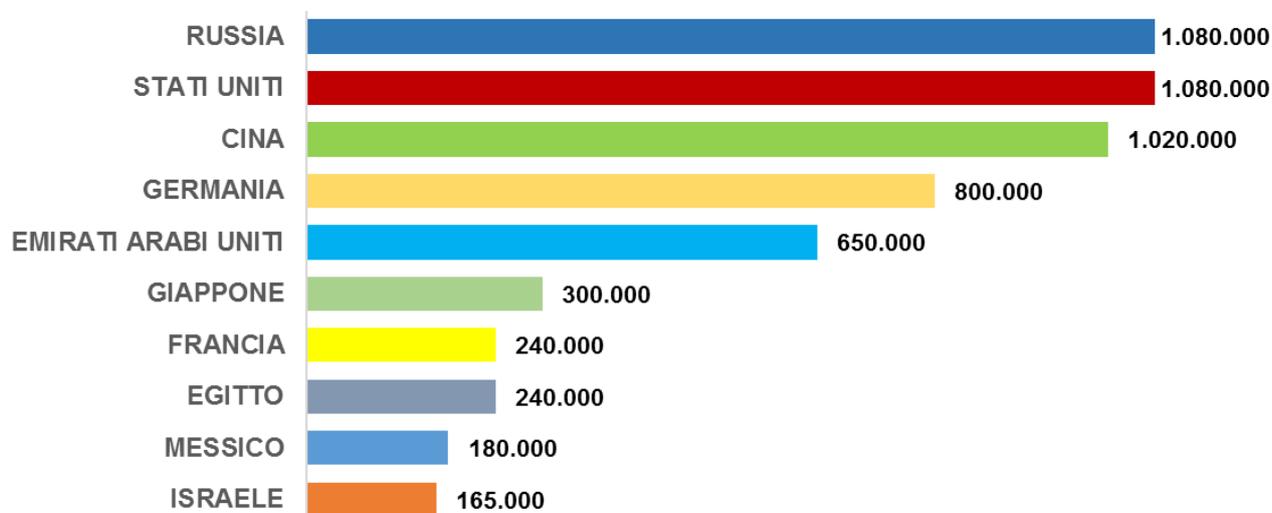
Riguardo agli altri mercati, si evidenziano le attività destinate all'**Asia**, prevalentemente rivolte a Cina, Giappone e Paesi del Golfo, con il mantenimento delle iniziative settoriali, quali le partecipazioni a fiere di grande rilievo internazionale, tradizionalmente richieste dalle imprese.

Importanti anche gli interventi sul **mercato europeo**, prevalentemente in Russia, Germania e Francia, con azioni mirate principalmente al consolidamento della nostra presenza nelle più grandi manifestazioni fieristiche settoriali.

In termini di stanziamento seguono poi le azioni in **Nord America** (con gli Stati Uniti che assorbono il 6,3% dello stanziamento totale), l'**Africa**, l'**America centrale e latina**.

Presente inoltre lo stanziamento per le azioni **Cross-Country**, ossia quelle azioni che coinvolgono più Paesi contemporaneamente, quali attività di assistenza agli investitori esteri, azioni in collaborazione con gli OO.II., e progetti E-commerce in vari settori il cui finanziamento verrà successivamente declinato nei mercati destinatari, sulla base degli Accordi che saranno siglati.

Paesi Top 10
(Valori in euro)



Per quanto riguarda la **copertura settoriale degli interventi**, con il Piano Ordinario 2021 il primo settore d'intervento è il comparto **Moda**, comprensivo dei settori tessile e abbigliamento, calzature e pelletteria, gioielleria e accessori moda, cui si affiancano i comparti **Persona e Tempo libero** (quest'ultimo comprendente l'industria creativa) e **Casa - Ufficio**, che in totale risultano destinatari del **33% del budget** del Piano.

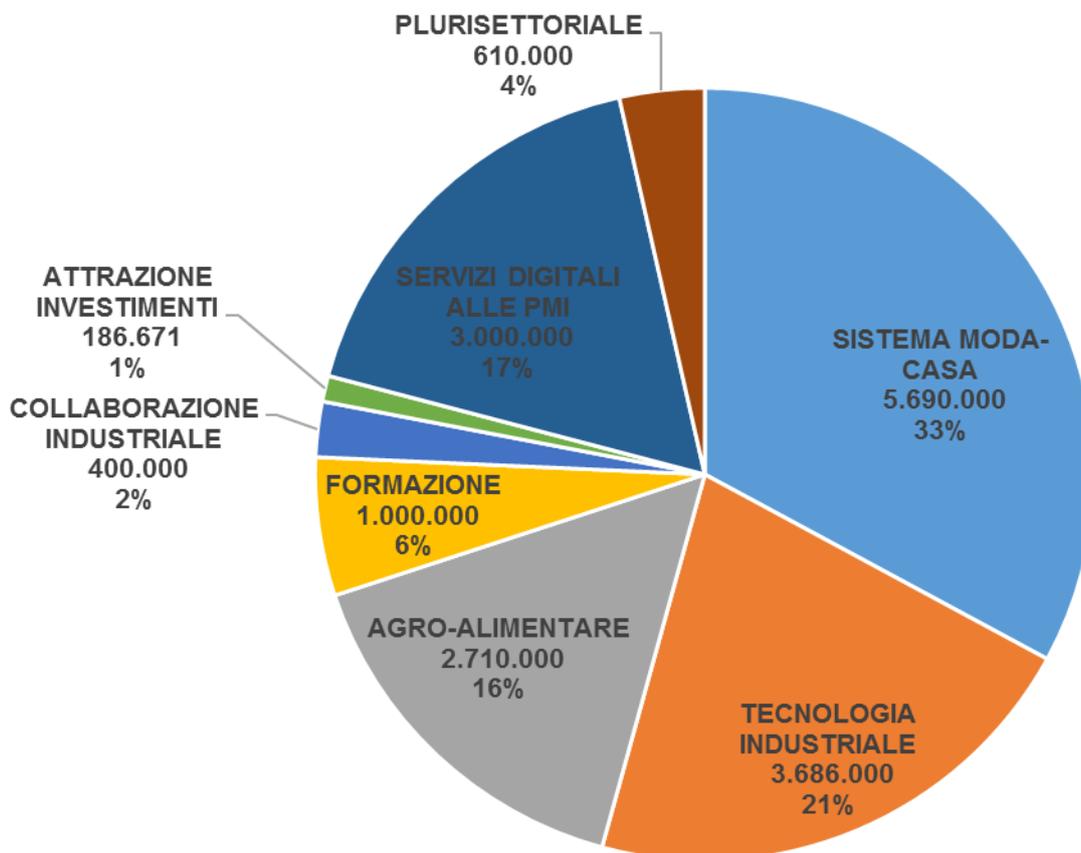
A seguire, il settore in evidenza è quello della **Tecnologia Industriale**, con il **21% del budget**, che comprende il comparto **Meccanica Elettronica** (meccanica, mezzi di trasporto, aerospazio, elettronica, infrastrutture, start up) e **Chimica e Ambiente** (attrezzature anti-inquinamento, bio e nano tecnologie e beni a tecnologia avanzata).

Il terzo comparto in evidenza è il comparto dell'**Agroalimentare**, con il **16% dello stanziamento totale**. Le risorse sono prioritariamente focalizzate nei paesi europei e asiatici, per la partecipazione ai più importanti eventi promozionali del mercato.

Si aggiungono, inoltre, le azioni legate alla **Formazione (6%)** a favore dell'internazionalizzazione, che si affiancano all'attività rivolta alla preparazione di giovani Export Manager attraverso Master in collaborazione con partner territoriali, e la formazione a carattere innovativo e digitale.

In continuità con il 2020, sono presenti le azioni che coinvolgono più settori, indicate come comparto **Plurisettoriale (4%)**, con studi di mercato, implementazione di sistemi e strumenti grafici ed informativi a supporto dell'attività promozionale, e le azioni di **Collaborazione Industriale (2%)**, con interventi in Africa nonché Europa orientale (Albania e Kosovo).

Completano il piano i **progetti finalizzati all'attrazione degli investimenti esteri (1%)**, con azioni di comunicazione e di networking, e potenziamento dei canali di comunicazione digitali.



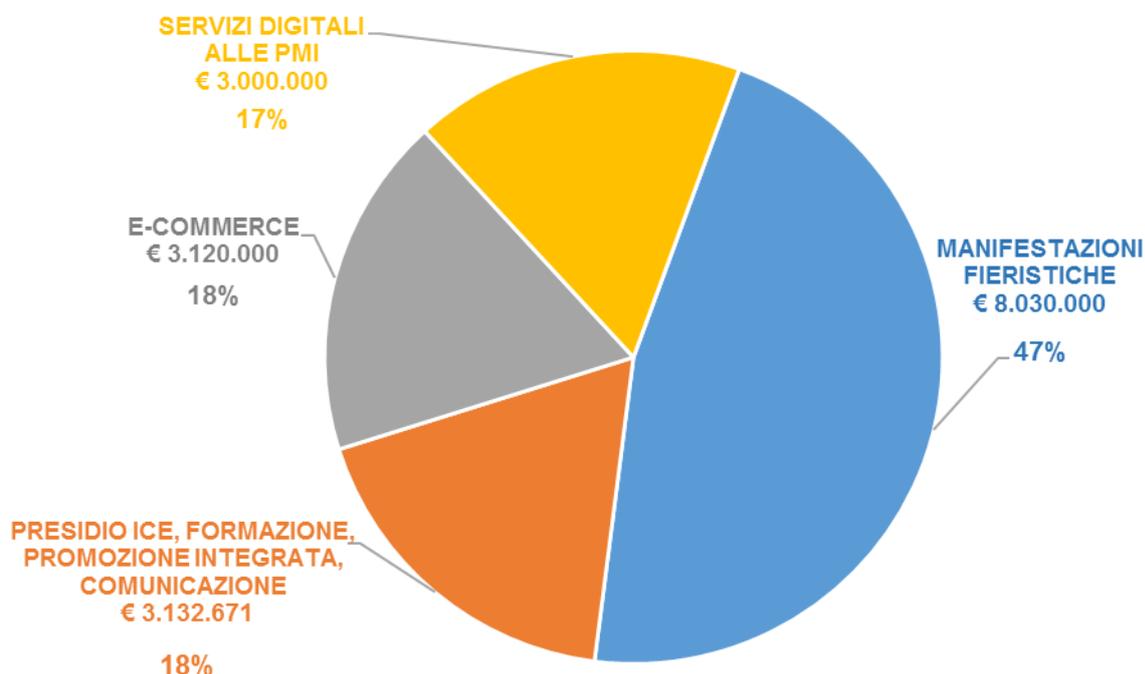
Con riferimento alle **tipologie di promozione adottate**, si segnalano **le partecipazioni a manifestazioni espositive** alle quali è destinato il **47%** dei fondi disponibili e che continuano a rappresentare lo strumento di promotion privilegiato dalle aziende.

Seguono le **attività promozionali “tradizionali”** dell’ICE costituite da azioni volte alla formazione, azioni di comunicazione e altre attività di promotion del Made in Italy, con il **18%** dello stanziamento totale.

Le **attività di E-commerce** assumono sempre maggiore rilevanza (**18%** dello stanziamento totale) con importanti progetti di collaborazione con i grandi player internazionali, e interventi esplorativi con market place locali quali lamoda.kz in Kazakistan e jumia in Marocco.

Una buona parte dello stanziamento totale (**17%**), infine, è dedicata ai **servizi digitali rivolti alle PMI italiane** che con l’implementazione di sistemi e strumenti informativi a favore delle imprese, sistemi di gestione per la qualità più strutturati ed efficienti, ed attività di assistenza alle imprese relativamente al tema della Blockchain, anche con nuclei di customer care.

Stanziamento per tipologia di iniziativa



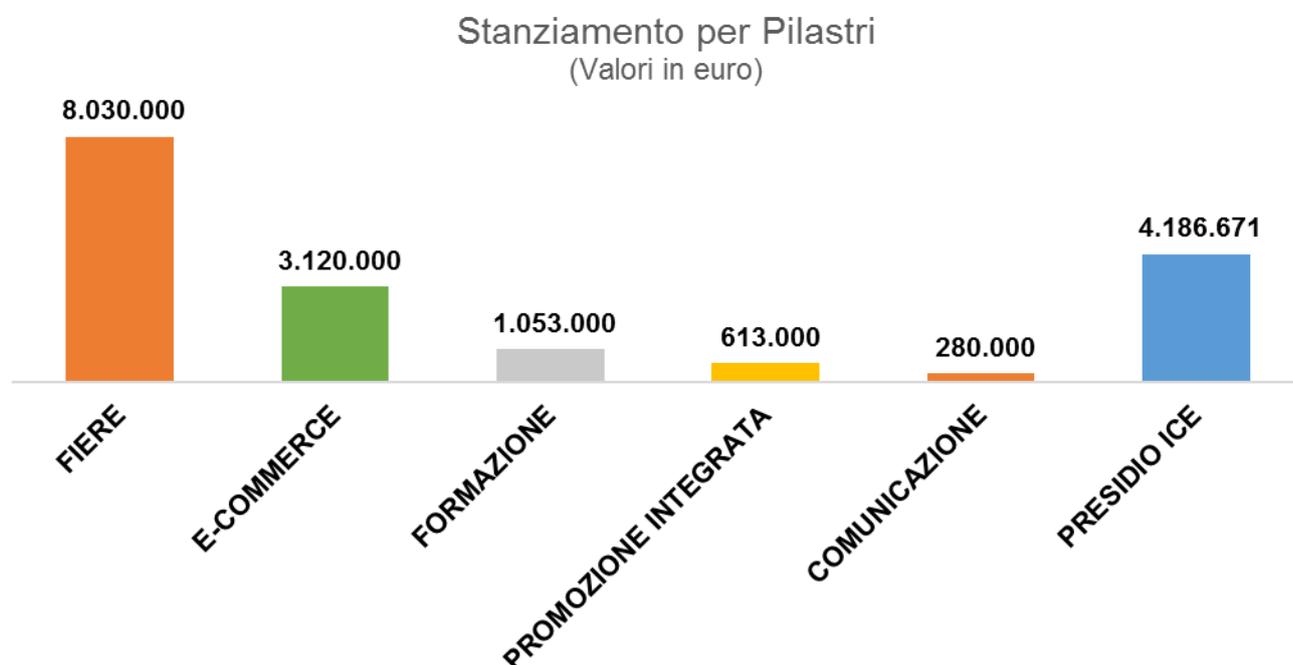
Le attività del Piano Ordinario 2021 sono state individuate come da indicazioni del Patto per l'Export sottoscritto l'8 giugno 2020.

Il budget è stato ripartito tra diversi Pilastri:

- al **Pilastro Sistema Fieristico** sono stati assegnati € 8.030.000 per il rafforzamento della partecipazione delle PMI alle Fiere internazionali e al potenziamento della piattaforma Fiera Smart 365;
- al **Pilastro E-commerce**, dedicato alle opportunità che la rivoluzione digitale offre alla creatività ed alla solidità industriale del nostro Paese, sono stati assegnati € 3.120.000;
- il **Pilastro Formazione** vede un stanziamento di € 1.053.000 volto a facilitare ed incentivare l'accesso della più ampia platea di PMI, anche non esportatrici, all'intera gamma di strumenti di ICE Agenzia a sostegno dell'internazionalizzazione;
- le azioni di **Promozione Integrata** assorbono € 613.000 dello stanziamento totale e sono volte a massimizzare l'impatto dell'azione promozionale dell'Agenzia, soprattutto nei settori innovativi e ad alto contenuto tecnologico;
- il **Pilastro Comunicazione**, con € 280.000 di stanziamento, mira a realizzare campagne di comunicazione strategica e integrata a favore del made in Italy e di tutte le nostre filiere, della loro qualità e sicurezza, con l'utilizzo massiccio di piattaforme digitali.

Si aggiungono inoltre le attività di **Presidio ICE**, con € 4.186.671 di stanziamento, che comprendono progetti non direttamente riconducibili ad un Pilastro del Patto: servizi digitali

(escluso quelli di e-commerce), attività di collaborazione industriale, indagini di mercato, studi e analisi, e le attività trasversali di supporto alla Promotion.



Per la realizzazione delle attività del Piano, al budget pubblico - **€ 17.282.671**, si aggiunge una piccola parte di **contributo privato delle aziende partecipanti**, stimato in **€ 339.000**. La sostanziale riduzione del contributo privato stimato, rispetto ai precedenti Piani ordinari, è conseguente alle misure di sostegno alle imprese italiane portate avanti da ICE Agenzia nell'attuale periodo di emergenza sanitaria internazionale, con l'offerta di un modulo gratuito a tutte le manifestazioni organizzate da Ice a partire dal 1 febbraio 2020 fino al 31 dicembre 2021.

La partecipazione delle aziende italiane alle manifestazioni programmate, includendo nella stima sia la partecipazione a titolo oneroso che quella a titolo gratuito, in base alla tipologia e agli obiettivi delle azioni previste, è stimata complessivamente in **2.000 unità**; è previsto inoltre il coinvolgimento di **1.000 operatori esteri** e l'organizzazione di più di **1.000 incontri b2b**.

Il giudizio di **customer satisfaction** atteso per le iniziative promozionali 2020 è pari a **4,2**.

➤ **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.

Con l'obiettivo di lavorare raggruppando settori omogenei o affini, le iniziative promozionali proposte per il Piano ordinario 2021 relative alla Tecnologia, industria, Energia e Ambiente sono state ripartite in sette progetti, che corrispondono all'organizzazione funzionale dell'Ufficio, strutturato con i seguenti sei nuclei: 1) MECCANICA INDUSTRIALE, 2) INDUSTRIA LEGGERA 1, 3) INDUSTRIA LEGGERA 2, 4) MOTORISTICA, 5) INNOVAZIONE E STARTUP e 6) INFRASTRUTTURE. Una linea di attività trasversale agli uffici riguarda poi la gestione delle attività Plurisetoriali, come pure dei Desk e dei Centri Tecnologici.

La linea Innovazione e Start up è tendenzialmente in crescita in quanto oggetto di promozione anche in altri macrosettori del Made in Italy quali Beni di Consumo e Agroalimentare.

Nel complesso le proposte di iniziative promozionali per questo Piano ordinario 2021 sono 29, per uno stanziamento pubblico complessivo assegnato pari ad € 2.086.000.

La tipologia delle attività proposte riguarda in prevalenza la partecipazione collettiva a fiere estere (65,7%), strumento principale per la promozione delle produzioni nazionali a motivo delle sue caratteristiche peculiari, che prevedono la possibilità di esporre il prodotto e di dialogare direttamente con i possibili acquirenti; seguono le azioni di approfondimento sui mercati esteri sotto forma di presentazioni tecnologiche e sessioni di incontri fra operatori (21,7%), l'organizzazione di missioni imprenditoriali (5,8%), con le quali le delegazioni di imprenditori per specifici settori seguono un programma di visite in un Paese estero, articolato sulla base di interessi verificati a monte e le Presenze istituzionali alle fiere estere (3,4%). La restante porzione di stanziamento è poi ripartita tra indagini di mercato, azioni di comunicazione, training tecnologici e assistenza tecnica ad operatori esteri su macchinari e impianti italiani.

La ripartizione geografica delle iniziative, definita sulla base delle linee di intervento fissate dalla Cabina di regia e della condivisione con le Associazioni di categoria delle proposte provenienti dalla rete di ambasciate e uffici ICE all'estero, ha privilegiato le aree più importanti per il commercio mondiale, con particolare attenzione per paesi prioritari, target e Africa. L'attività proposta riguarda principalmente l'Asia (61,5%) e l'Africa (17,5%), in particolare i mercati del Nord quali Egitto e Eritrea. Segue il mercato europeo, tra cui Germania, Russia, Polonia, e infine il nord America.

➤ BENI DI CONSUMO

La programmazione promozionale per l'anno 2021 ha preso avvio dall'analisi delle proposte pervenute dalle Ambasciate e dagli Uffici ICE all'estero. Pur nella limitatezza dei fondi disponibili, si è cercato di favorire al massimo possibile la diversificazione degli interventi, sia per tipologia di iniziativa sia per aree geografiche.

Si è sicuramente tenuto conto delle indicazioni geografiche provenienti dalla Cabina di Regia per l'Internazionalizzazione, che, nell'orientare sia verso Paesi di consolidamento sia verso mercati emergenti, cerca appunto di favorire un ampliamento dei mercati di esportazione delle aziende italiane e di supportare la diversificazione del rischio economico, evitando di privilegiare un novero ristretto di flussi di vendita.

Occorre tuttavia constatare come la maggior parte delle aziende italiane nel settore dei beni di consumo non consideri più di 20-25 Paesi come potenziali destinatari delle proprie esportazioni. Tali Paesi includono soprattutto l'Europa occidentale, i Paesi della sponda meridionale del Bacino del Mediterraneo, la Penisola Araba, gli USA, l'Europa centro-orientale e la Federazione Russa, il Giappone e la Corea del Sud.

Un crescente interesse è stato registrato negli ultimi tre-cinque anni nei confronti della Cina, mentre più limitata è stata l'azione di promozione del made in Italy in India e in America latina, seguite a distanza dal Sud-Est asiatico e dall'Africa sub-sahariana.

La stessa presenza nei grandi mercati, come USA e Cina, è in effetti limitata alle prime aree di ingresso, New York e Shanghai, senza un'effettiva penetrazione dei mercati.

In considerazione di quanto sopra, si è ritenuto opportuno avviare interventi innovativi che cominciassero un nuovo cammino di internazionalizzazione verso una dimensione di maggiore apertura anche nei mercati ancora da esplorare, anche in virtù delle politiche commerciali derivanti da accordi di libero scambio già operativi o in fase di conclusione.

Riguardo alle tipologie di intervento, si è tenuto conto delle indicazioni contenute nel Patto per l'Export di recente approvazione. Sono state pertanto confermate iniziative promozionali presso GDO/E-commerce proposte dagli Uffici della rete estera, anche in mercati emergenti e ancora non toccati da questo tipo di interventi.

Si è poi considerato prioritario lo strumento fieristico, confermando la partecipazione collettiva di aziende italiane ai principali eventi per ogni settore del sistema beni di consumo. In una strategia corretta di diversificazione del rischio e di potenziamento degli scambi, è opportuno privilegiare la principale fiera in Europa e scegliere una fiera primaria per ognuno degli altri continenti, in modo da favorire la partecipazione di aziende italiane ad almeno altre 4 fiere mondiali, in aree diverse, in aggiunta a quella europea.

Lo strumento fieristico è tuttora considerato prioritario per le imprese del sistema beni di consumo, spesso di modeste dimensioni, e pertanto bisognose del contributo pubblico per la partecipazione a manifestazioni costose e impegnative in termini organizzativi. La misura attuale di sostegno totale alla partecipazione privata, avendo abolito il contributo delle aziende ai costi di partecipazione, rende particolarmente appetibile la tipologia di intervento.

In sede di programmazione, non sono stati inseriti stanziamenti relativi ai contributi a rimborso per il potenziamento delle manifestazioni fieristiche italiane, intervento questo già inserito nelle linee del Piano Straordinario.

➤ **AGROALIMENTARE E VINI**

L'Ufficio Agroalimentare e Vini opera su diversi fronti: dall'organizzazione di B2B sul territorio nazionale o all'estero tra buyers internazionali e PMI italiane, all'organizzazione di collettive nazionali alle principali Fiere estere di settore, alle azioni dirette in Italia e all'estero con la GDO.

Alle azioni su elencate, si aggiungono 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.

La programmazione del Piano ordinario 2021 è stata elaborata calibrandola anche con quella del piano straordinario 2021 (sul quale sono state inserite principalmente iniziative non legate a calendari predefiniti o attività con tempi di organizzazione maggiormente dilatati), puntando principalmente sui grandi eventi fieristici internazionali che rappresentano uno dei momenti di maggiore interesse commerciale per le aziende, che trovano in queste manifestazioni le opportunità maggiori di consolidamento e sviluppo della propria proiezione sui mercati esteri.

In considerazione della tempistica di organizzazione dei diversi eventi e dell'importanza degli stessi, come sopra ricordato, la programmazione ordinaria 2021 si è concentrata su due macro aree, Europa e Asia e su due tipologie di eventi, partecipazione collettiva a fiere internazionali e missioni in Italia di buyer e giornalisti esteri.

I principali eventi fieristici ai quali si programma la presenza collettiva ICE a sostegno delle aziende si svolgono in Europa e sono i momenti d'incontro commerciale internazionalmente riconosciuti quali i più importanti a livello globale.

Relativamente all'Asia, considerato che i principali eventi 2021 sono coperti maggiormente con la programmazione straordinaria 2020 e 2021, la programmazione ordinaria 2021 si è concentrata su una sola manifestazione fieristiche per il settore vitivinicolo: Wine to Asia, evento settoriale che offre grandi opportunità commerciali per le aziende italiane.

Nella programmazione ordinaria 2021 sono inoltre previste missioni in Italia di operatori, giornalisti e ispettori fitosanitari che integrano l'attività di potenziamento del sistema fieristico programmata sul piano straordinario e che consentono di svolgere missioni sul territorio, missioni ispettive di verifica delle condizioni fitosanitarie per facilitare l'apertura di mercati esteri chiusi alle esportazioni italiane di prodotti di origine vegetale o animale. Queste missioni si sono mostrate negli anni fondamentali sia per l'incremento delle opportunità commerciali, che per la diffusione della conoscenza della cultura enogastronomica italiana e dei suoi prodotti sia per contribuire al processo di apertura dei mercati.

➤ **PARTENARIATO INDUSTRIALE E RAPPORTI CON GLI ORGANISMI INTERNAZIONALI (OO.II)**

Il PP 2021 prevede la realizzazione di Country Presentation quale strumento per la diffusione delle opportunità offerte dai diversi Paesi focus verso la realtà aziendale italiana.

Nel 2021 sarà inoltre rafforzata l'attività di cooperazione con Organismi Multilaterali. Le opportunità d'affari derivanti dalla conoscenza dei programmi e delle attività degli OO.II. rappresentano una valida fonte di diversificazione dei finanziamenti a sostegno degli investimenti e dell'internazionalizzazione delle imprese italiane. Rispetto ai maggiori competitors europei e ancor più ai paesi con economie emergenti, le imprese italiane presentano tuttora un livello di conoscenza e fruizione dei finanziamenti migliorabile.

L'obiettivo di sostenere e di accelerare le competenze degli operatori italiani rispetto alle attività degli Organismi Internazionali e delle IFI potrà essere perseguito attraverso la partecipazione a eventi organizzati dagli OO.II./IFI, con missioni e/o incontri di aziende italiane e rappresentanti di Associazioni presso le sedi delle principali Banche. Potranno inoltre essere previste attività quali: webinar, corsi, seminari/workshop, missioni e viaggi di studio presso le Banche di Sviluppo da parte del personale dell'Ufficio per monitorare le opportunità di finanziamento e consentire un raccordo ICE/Banche per eventuali collaborazioni volte ad individuare i settori focus e i paesi d'interesse e sulla base dei quali realizzare eventi con l'obiettivo generale di favorire una maggiore partecipazione a gare e progetti finanziati dagli OO.II.

Altro settore di intervento a favore delle aziende italiane è il supporto alla partecipazione ai Programmi dell'Unione Europea. Nel 2021 l'obiettivo generale delle iniziative in tale ambito sarà finalizzato a far crescere il numero italiano di imprese, centri di ricerca e università che aderiscono a progetti finanziati dalla UE, soprattutto alla luce dell'avvio del nuovo settennato di programmazione comunitaria 2021-2027. Nel 2021 prenderà avvio infatti il nuovo periodo finanziario, pertanto verranno in accordo con l'Ufficio ICE di Bruxelles saranno monitorati i nuovi programmi di sostegno e finanziamento in linea con le nuove strategie della Commissione europea.

Sarà quindi necessario organizzare eventi volti a diffondere le nuove opportunità che scaturiscono dai nuovi programmi comunitari per lo sviluppo delle imprese italiane. A tal fine verranno organizzati info day e seminari/webinar per presentare tali novità.

Per accrescere le competenze in merito alle capacità progettuali sarà inoltre importante l'attività di divulgazione del nuovo Manuale dedicato alle metodologie di Europrogettazione, recentemente realizzato dall'Ufficio Partenariato Industriale. Il Manuale, che verrà presentato nel corso del 2021, è uno strumento agile rivolto alle aziende e organizzazioni interessate ad accedere ai programmi di finanziamento offerti dall'Unione Europea. Concepito anche grazie alle informazioni fornite dalla nostra sede di Bruxelles, il Manuale avrà 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, aggiornato alle ultime novità.

Saranno previsti inoltre seminari/webinar di Europrogettazione e qualora la situazione Covid lo consenta, verrà organizzata una missione presso la Commissione europea a Bruxelles, sempre in collaborazione con il nostro Ufficio estero in Belgio, finalizzata a prevedere un programma di incontri con i funzionari rappresentanti delle varie Direzioni Generali della Commissione Europea, al fine di costruire un percorso di accordi di accreditamento delle società italiane potenzialmente interessate.

Coerentemente con gli indirizzi della Cabina di Regia 2019 verranno promosse attività di partenariato industriale in Africa Sub-Sahariana; si tratta di un continente finora solo marginalmente rappresentato negli interessi dell'imprenditoria italiana ma che presenta delle notevoli potenzialità, soprattutto considerata la sua struttura, costituita da un tessuto di piccole e medie imprese che possono trovare in diversi mercati africani interlocutori di analoghe dimensioni con i quali avviare collaborazioni industriali e trasferimenti di tecnologia. Nello specifico si realizzeranno iniziative in Eritrea per il settore della pesca e in Sud Africa per il settore materiale ferroviario.

Infine, sono previste azioni di collaborazione industriale in Kosovo e Albania e in Africa Sub-Sahariana. L'obiettivo è mantenere la continuità di iniziative sviluppate nelle annualità precedenti per l'attuazione di politiche di sviluppo industriale (allargamento e cooperazione allo sviluppo bi-multilaterale) e promozione della partecipazione di operatori italiani ai programmi di sviluppo in zone in prossimità dell'Europa orientale.

➤ **ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI ESTERI IN ITALIA**

Il tema dell'attrazione degli investimenti esteri in Italia ha acquisito negli ultimi anni un ruolo sempre più centrale nella politica italiana. Il Decreto Legge 133 del 12 settembre 2014 cosiddetto "Sblocca Italia" ha previsto l'adozione di un "Piano per la Promozione straordinaria del Made In Italy e l'Attrazione degli investimenti in Italia" con l'individuazione di soggetti ed Enti preposti a tale compito. Ruolo centrale nelle politiche di attrazione investimenti è stato dato ad ICE Agenzia, cui è stata affidata l'attuazione del Piano di Promozione.

In questo contesto è stato creato un Comitato interministeriale per l'attrazione degli investimenti esteri, con l'obiettivo di promuovere in sinergia le opportunità d'investimento ed il rafforzamento della presenza delle imprese estere sul territorio.

A seguito del rinnovo dell'Accordo tra ICE Agenzia e Invitalia prosegue l'attività e per coordinare le rispettive attività al fine di accrescere la capacità di attrarre investimenti esteri in Italia.

Il dipartimento all'interno dell'Agenzia è in grado di realizzare tutte le attività che favoriscono l'incremento di investimenti esteri in Italia: attività di promozione coordinate, creazione di guide per l'investitore, elaborazione di note settoriali, formazione degli attori coinvolti nel processo di attrazione investimenti, supporto alle esigenze degli investitori.

L'Area Attrazione Investimenti si compone di 4 Uffici:

- Ufficio di Coordinamento: fissa le strategie di indirizzo, gestisce i Desk AIE all'estero, si occupa di sviluppare le guide Doing Business, interviene in attività trasversali, supporta il Comitato nelle attività di assistenza a casi emblematici, organizza i Road show istituzionali

Invest in Italy, gestisce, svolge attività di market intelligence, coordina l'utilizzo degli strumenti di gestione dei casi;

- Ufficio Promozione: sviluppa le attività di promozione all'estero per l'attrazione di nuovi investitori, tra cui partecipazioni fieristiche, seminari, convegni, eventi di presentazione e networking, etc.;

- Ufficio Partenariato e analisi settoriali: finalizza gli accordi con le Regioni e altri enti per la raccolta dell'offerta territoriale, redige analisi settoriali per l'investitore estero, individua opportunità concrete (greenfield, brownfield e M&A);

- Ufficio Supporto operativo: fornisce informazioni di primo orientamento e supporta l'investitore, gli Uffici Esteri ed i Desk AIE nella valutazione del progetto di investimento, agendo in coordinamento con il Comitato Investimenti.

Asset strategico del Piano Ordinario 2021 è lo sviluppo della vetrina web dedicata al real estate con oltre 430 offerte di investimento, circa 80 mila visitatori annui, circa 80 immobili aggiudicati.

A questa iniziativa si aggiungono due progetti: l'incremento e lo sviluppo del sito investitalyrealstate.com e l'attività di market intelligence.

Il sito investitalyrealstate.com facilita il processo di valorizzazione e dismissione degli immobili pubblici, favorisce l'interazione tra una domanda internazionale di investimenti professionali e le opportunità di investimento immobiliare qualificate che sono state selezionate nel patrimonio pubblico italiano tra le più rilevanti in termini di localizzazione, tipologia e dimensione.

L'attività di market intelligence permette l'analisi di dati sugli investimenti greenfield e brownfield e sulle operazioni di M&A concluse, in corso o programmate. Tale attività di scouting costante delle tendenze di mercato è funzionale alle azioni di attrazione investimenti esteri in Italia, svolte attraverso la struttura di ICE-Agenzia in Italia ed attraverso i Desk e le Unit AIE all'estero.

➤ **SERVIZI FORMATIVI**

In linea con quanto indicato nel Patto per l'Export, i progetti inseriti nel Piano Promozionale ordinario 2021 per l'Ufficio Servizi Formativi hanno l'obiettivo di consolidare le attività di formazione dedicate a imprese italiane e giovani per ampliare le conoscenze e competenze in materia di internazionalizzazione. In particolare, in linea con gli indirizzi e le iniziative avviati nelle precedenti annualità, saranno ulteriormente sviluppate le azioni formative volte a rafforzare le competenze digitali delle imprese, nonché implementati i servizi multimediali (piattaforma e-learning e sito formazione) con nuovi contenuti fruibili alle aziende, ai professionisti, ai giovani.

Formazione giovani

Da oltre 50 anni ICE Agenzia forma i migliori export manager attraverso i CORCE rivolti a neolaureati italiani, da inserire nelle piccole, medie e grandi aziende italiane.

Il Master per l'internazionalizzazione delle imprese CORCE "Fausto De Franceschi", accreditato Asfor e giunto alla sua 54° edizione, è stato ampiamente rinnovato negli ultimi anni. Il nuovo programma didattico ha saputo cogliere per tempo i cambiamenti legati al mondo delle imprese e al mutare degli scenari internazionali. Oggi è in grado di mettere a

disposizione delle imprese italiane una figura di export manager con competenze multiformi e complesse, in grado di integrare una solida expertise in strategie e tecniche di internazionalizzazione con strumenti di promozione digitale. Dal 2020 è stata ampliata la partecipazione a 25 allievi.

L'indicatore di outcome rappresentato dal tasso di placement dei partecipanti ai CORCE - ovvero la percentuale degli export manager formati che hanno trovato una collocazione lavorativa entro 9 mesi dalla conclusione del corso – nel 2019 ha raggiunto il 94%.

Azioni di formazione a favore delle MPMI per il rafforzamento delle competenze digitali per l'export

In risposta alle sempre più diffuse esigenze formative a sostegno dei processi di internazionalizzazione delle MPMI attraverso i canali digitali, anche in ragione della recente pandemia sanitaria, si intende rafforzare la formazione di ICE Agenzia su queste tematiche. In particolare saranno realizzati, con la collaborazione di partner territoriali, incontri formativi di alta specializzazione sulle principali tematiche inerenti gli strumenti innovativi del web, del digital marketing e dell'e-commerce a sostegno delle attività delle imprese sui mercati esteri. Il progetto prevede la realizzazione di iniziative formative, da svolgersi sia in presenza che in modalità online, sul modello collaudato della Digital Export Academy promosse su diversi territori italiani sulla base del fabbisogno formativo espresso localmente. A questi corsi potranno aggiungersi incontri di approfondimento su particolari aspetti dell'internazionalizzazione delle imprese, e/o focus paese/settore, sempre con un taglio orientato allo sviluppo di conoscenze e competenze digitali con particolare riguardo per le micro e piccole imprese italiane.

All'interno del progetto è previsto il budget di Spese generali di funzionamento per le attività relative all'ufficio Servizi formativi non imputabili direttamente a specifiche iniziative.

Azioni di formazione e comunicazione a carattere innovativo attraverso il web e i canali online

Il progetto intende mantenere, sviluppare ed ampliare la piattaforma di e-learning di ICE Agenzia, denominata Train2markets, con la creazione di ulteriori contenuti e percorsi formativi multimediali fruibili in modalità asincrona da un alto numero di aziende. La piattaforma costituisce infatti un primo e fondamentale strumento di formazione sulle competenze di base per l'export, arricchita dalla possibilità di realizzare nello stesso ambiente sessioni sincrone di approfondimento (sempre online). La piattaforma dovrà pertanto essere continuamente curata negli aspetti tecnici e di sviluppo di nuove funzionalità, per rispondere a nuovi fabbisogni formativi complementari alla formazione "tradizionale". Il progetto intende inoltre completare la presenza online dei Servizi Formativi di ICE Agenzia attraverso interventi necessari per l'integrazione dei contenuti relativi alla formazione sul sito istituzionale di ICE Agenzia, con l'obiettivo di rendere coerente e funzionale la user experience delle aziende che accedono al portale.

➤ PIANIFICAZIONE STRATEGICA E CONTROLLO DI GESTIONE

Strumenti di analisi a sostegno della promozione dei processi di internazionalizzazione

Il progetto prevede la realizzazione di studi e ricerche volti a fornire strumenti di analisi per orientare i processi di internazionalizzazione delle imprese italiane e le strategie e le politiche di promozione di tali processi da parte delle istituzioni preposte. Nell'ambito di questo progetto si intende anche valutare l'efficacia di parte delle azioni messe in campo da ICE Agenzia. In particolare:

L'obiettivo dell'iniziativa *Modelli di simulazione e scenari di previsione della dinamica della domanda e dei flussi settoriali di commercio internazionale* è quello di fornire ad imprese e istituzioni attive nei processi di internazionalizzazione degli strumenti di analisi e una base informativa idonei ad orientare le scelte strategiche relative al commercio estero. Questa iniziativa sarà condotta insieme ad un centro di ricerca, selezionato dal nucleo Studi dell'ufficio Pianificazione strategica e controllo di gestione, che sia in grado gestire un modello previsionale che produca stime sull'andamento futuro della domanda internazionale dei Paesi, anche con dettaglio settoriale e ne derivi le opportunità per le imprese italiane nel biennio successivo. In passato ICE ha collaborato con la società Prometeia per la definizione del modello MoPICE e per la realizzazione del Rapporto.

Con l'iniziativa *Analisi di impatto dei servizi di supporto all'internazionalizzazione*, si intende fornire una misura dell'efficacia delle attività di supporto offerte dall'ICE Agenzia. L'Ufficio Pianificazione Strategica e Controllo di Gestione conduce, da alcuni anni, questo tipo di analisi, anche al fine di arricchire il proprio sistema di valutazione con elaborazioni sull'impatto delle politiche. Negli anni passati l'analisi di impatto è stata realizzata integrando la base dati dei clienti ICE con l'archivio delle imprese esportatrici dell'ISTAT, al fine di valutare gli effetti dei servizi forniti dall'ICE sulle imprese clienti in termini di variazione dell'export. Nel prossimo futuro si vorrebbe focalizzare la ricerca su specifiche categorie di servizi, anche con l'intento di rilevare gli effetti delle variazioni intervenute nella policy dell'ente.

Implementazione Sistema di Gestione per la Qualità

Anche per il 2021 il Sistema di Gestione per la Qualità (SGQ) è riconfermato quale Sistema di Gestione dell'ICE-Agenzia. Il progetto intende garantire, attraverso una più incisiva applicazione ed estensione dei principi della Norma ISO 9001:2015, il miglioramento dei rapporti con la clientela dell'Agenzia.

Nel biennio 2021/22, attraverso le attività programmate l'iniziativa si propone di:

- mantenere e rafforzare il coinvolgimento e la responsabilizzazione della leadership nella verifica/rivalutazione dei rischi interni ed esterni relativi alla qualità dei servizi offerti;
- estendere l'applicazione del SGQ, aumentando la consapevolezza del personale con particolare attenzione agli uffici della rete estera, incrementando gli audit interni sul SGQ presso gli uffici esteri non certificati, monitorando la possibilità di estenderne la certificazione;
- migliorare la comprensione del sistema attraverso attività di formazione diretta e a distanza anche in lingua inglese;

- effettuare i monitoraggi periodici dei processi del Sistema, attraverso gli audit interni di qualità presso gli uffici dell'Agenzia, secondo un Piano triennale che garantisca la copertura nel triennio della verifica di tutti i processi;
- coordinare l'attività della società vincitrice del contratto triennale di assistenza tecnica specialistica per le attività di auditing interno, formazione e assistenza;
- coordinare l'attività della società vincitrice del contratto triennale di certificazione, accreditata dall'ente di certificazione nazionale Accredia, sulla base della Norma ISO 9001:2015, per l'attività di mantenimento della certificazione dei servizi dell'Agenzia, per le sedi di Roma, di Milano e dei seguenti uffici esteri: Istanbul, Madrid, San Paolo, Tokyo e Varsavia, Toronto e Berlino con l'estensione ad un'ulteriore sede estera;
- supportare direttamente gli uffici in fase di certificazione.

➤ **COMUNICAZIONE E RELAZIONI ESTERNE**

Le attività previste per il 2021 da quest'ufficio si innestano nel quadro delle Relazioni esterne e della Comunicazione di questa Agenzia. La natura e le competenze dell'ufficio configurano un contenitore di eventi legati ad attività del mondo istituzionale, economico ed imprenditoriale italiano.

Fatta salva la necessità eventuale di operare anche su argomenti che dovessero introdursi nel corso dell'anno, il programma del 2021 rappresenta una consuetudine per l'Agenzia; si tratta, in particolare, della presentazione del Rapporto annuale "L'Italia nell'economia internazionale", del Rapporto ICE- Prometeia e delle attività connesse al Comitato Leonardo e all'IJBG- Italy-Japan Business Group, eventi che vedono nell'Ufficio Comunicazione e Relazioni Esterne il soggetto organizzatore.

Il *Rapporto "L'Italia nell'economia internazionale"* costituisce il principale strumento di informazione e analisi sul posizionamento competitivo del sistema produttivo italiano nel contesto dell'economia globale, con focus settoriali e di sistema, che si completa con il compendio statistico dell'Annuario Istat-ICE, nato con l'obiettivo di mettere a disposizione degli operatori economici un'ampia base informativa sugli scambi di merci e servizi e sugli investimenti diretti esteri dell'Italia.

La collaborazione tra Agenzia ICE e la società Prometeia ha portato alla realizzazione del Rapporto annuale "Evoluzione del commercio con l'estero per aree e settori", che si basa su previsioni ottenute con l'ausilio di un modello econometrico elaborato appositamente. Questo Rapporto fornisce ad esportatori ed operatori italiani un punto di riferimento sull'evoluzione della domanda internazionale e sui possibili scenari futuri, per orientare correttamente le strategie d'internazionalizzazione.

Il Comitato Leonardo si pone l'obiettivo di operare per una maggiore diffusione del Made in Italy, di promuovere la presenza italiana all'estero e di favorire, attraverso l'adesione di personalità italiane di fama internazionale, provenienti da diversi settori dell'arte, dell'industria, della cultura. Inoltre il Comitato persegue l'obiettivo di realizzare iniziative per la diffusione nel mondo della qualità e della tecnologia del Made in Italy.

Le azioni di supporto al Comitato Leonardo prevedono la Giornata della Qualità Italia (consegna dei premi alla presenza delle massime cariche istituzionali dello Stato), il Forum del Comitato Leonardo, la partecipazione agli eventi sul territorio.

L'IJBG è un organismo creato dalle comunità imprenditoriali italiana e giapponese, con il patrocinio dei rispettivi ministeri competenti per il commercio estero, per promuovere una maggiore collaborazione industriale tra i due paesi, favorendo il dialogo permanente tra le due comunità di affari. L' Agenzia ICE oltre ad essere insieme a Confindustria un socio fondatore, ne gestisce la Segreteria, avendo assunto un ruolo strategico di partnership operativa dell'Associazione. Tra gli obiettivi dell'IJBG, oltre alla diffusione della conoscenza della realtà giapponese tra le aziende italiane, e viceversa, ed alla costituzione di un forum di riflessione e di incontro, hanno assunto sempre più rilevanza l'individuazione degli ostacoli che si frappongono alla crescita dell'interscambio bilaterale e allo sviluppo degli investimenti, e l'individuazione di aree e forme di collaborazione bilaterale.



ITALIAN TRADE AGENCY

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

Tavole riepilogative

Aree geografiche – pag. 20

Sistemi merceologici – pag. 20

Settori merceologici – pag. 21

Paesi – pag. 22

Tipologie iniziativa – pag. 23

Pilastri Patto per l'Export – pag. 23

ATTIVITÀ PROMOZIONALE PER AREE GEOGRAFICHE

Valori in euro

AREE GEOGRAFICHE	STANZIAMENTO PUBBLICO	% SUL TOTALE PUBBLICO STANZIATO	CONTRIBUTO PRIVATO	% SUL CONTRIBUTO PRIVATO TOTALE
ASIA	2.943.000	17,0%	200.000	59,0%
EUROPA	2.388.000	13,8%	139.000	41,0%
NORD AMERICA	1.080.000	6,2%	-	-
AFRICA	495.000	2,9%	-	-
CENTRO E SUD AMERICA	180.000	1,0%	-	-
ITALIA	6.876.671	39,8%	-	-
CROSS COUNTRY	3.320.000	19,2%	-	-
Grand Total	17.282.671	100,0%	339.000	100,0%

Note:

- la voce Cross Country si riferisce alle iniziative che coinvolgono più mercati appartenenti ad aree geografiche diverse;
- la voce Italia si riferisce alle iniziative che si svolgono prevalentemente in Italia, quali ad esempio le attività di formazione, gli incoming di operatori esteri da più paesi, azioni di comunicazione alle imprese italiane, progetti di valutazione dell'efficacia, azioni di relazioni esterne, etc.

ATTIVITÀ PROMOZIONALE PER SISTEMI MERCEOLOGICI

Valori in euro

SISTEMI MERCEOLOGICI	STANZIAMENTO PUBBLICO	% SUL TOTALE PUBBLICO STANZIATO	CONTRIBUTO PRIVATO	% SUL CONTRIBUTO PRIVATO TOTALE
SISTEMA MODA-CASA	5.690.000	32,9%	79.000	23,3%
TECNOLOGIA INDUSTRIALE	3.686.000	21,3%	160.000	47,2%
AGRO-ALIMENTARE	2.710.000	15,7%	100.000	29,5%
FORMAZIONE	1.000.000	5,8%	-	-
COLLABORAZIONE INDUSTRIALE	400.000	2,3%	-	-
ATTRAZIONE INVESTIMENTI	186.671	1,1%	-	-
SERVIZI DIGITALI ALLE PMI	3.000.000	17,4%	-	-
PLURISETTORIALE	610.000	3,5%	-	-
Grand Total	17.282.671	100,0%	339.000	100,0%

Note:

- la voce Plurisetoriale si riferisce alle iniziative che abbracciano più sistemi, quali ad esempio le attività di comunicazione plurisetoriale, studi di mercato, implementazione di sistemi e strumenti grafici ed informativi a supporto dell'attività promozionale, etc.

ATTIVITÀ PROMOZIONALE PER SETTORI MERCEOLOGICI

Valori in euro

SISTEMI MERCEOLOGICI E COMPARTI	STANZIAMENTO PUBBLICO	% SUL TOTALE PUBBLICO STANZIATO	CONTRIBUTO PRIVATO	% SUL CONTRIBUTO PRIVATO TOTALE
SISTEMA MODA-CASA	5.690.000	32,9%	79.000	23,3%
SISTEMA MODA	2.950.000	17,1%	60.000	17,7%
MOBILI, ALTRE INDUSTRIE MANIFATTURIERE	980.000	5,7%	-	0,0%
PROFUMI E PRODOTTI PER TOILETTA	550.000	3,2%	-	0,0%
EDITORIA, STAMPA, E RIPRODUZIONE DI SUPPORTI REGISTRATI	450.000	2,6%	-	0,0%
CINEMATOGRAFIA E VIDEO	320.000	1,9%	19.000	5,6%
STRUMENTI MUSICALI	250.000	1,4%	-	0,0%
MATERIALI DA COSTRUZIONE	180.000	1,0%	-	0,0%
ARTICOLI SPORTIVI	10.000	0,1%	-	0,0%
TECNOLOGIA INDUSTRIALE	3.686.000	21,3%	160.000	47,2%
BENI A TECNOLOGIA AVANZATA	1.870.000	10,8%	-	0,0%
MACCHINE ED APPARECCHI MECCANICI	470.000	2,7%	-	0,0%
ATTREZZATURE ANTINQUINAMENTO	375.000	2,2%	110.000	32,4%
APPARECCHI MEDICALI E CHIRURGICI E APPARECCHI ORTOPEDICI	210.000	1,2%	10.000	2,9%
PRODOTTI FARMACEUTICI E PRODOTTI CHIMICI E BOTANICI PER USI MEDICINALI	170.000	1,0%	40.000	11,8%
COSTRUZIONI	145.000	0,8%	-	0,0%
MACCHINE PER LA LAVORAZIONE DEL LEGNO E MATERIE SIMILARI	131.000	0,8%	-	0,0%
LOGISTICA	130.000	0,8%	-	0,0%
MACCHINE LAVORAZIONE MARMO	120.000	0,7%	-	0,0%
MACCHINE PER LA STAMPA E LA LEGATORIA	35.000	0,2%	-	0,0%
MACCHINE PER LA LAVORAZIONE DELLE MATERIE PLASTICHE E DELLA GOMMA	30.000	0,2%	-	0,0%
AGRO-ALIMENTARE	2.710.000	15,7%	100.000	29,5%
ALIMENTARI E BEVANDE	2.210.000	12,8%	100.000	29,5%
VINO DI UVE	500.000	2,9%	-	0,0%
FORMAZIONE	1.000.000	5,8%	-	0,0%
COLLABORAZIONE INDUSTRIALE	400.000	2,3%	-	0,0%
ATTRAZIONE INVESTIMENTI	186.671	1,1%	-	0,0%
SERVIZI DIGITALI E PLURISSETTORIALE (COMPRENDE ECOMMERCE)	3.000.000	17,4%	-	0,0%
PLURISSETTORIALE	610.000	3,5%	-	0,0%
<i>Grand Total</i>	17.282.671	100,0%	339.000	100,0%

ATTIVITÀ PROMOZIONALE PER PAESI IN ORDINE DECRESCENTE DI STANZIAMENTO PUBBLICO

Valori in euro

PAESI	STANZIAMENTO PUBBLICO	% SUL TOTALE PUBBLICO STANZIATO	CONTRIBUTO PRIVATO	% SUL CONTRIBUTO PRIVATO TOTALE
STATI UNITI	1.080.000	6,2%	-	-
RUSSIA	1.080.000	6,2%	20.000	5,9%
CINA	1.020.000	5,9%	30.000	8,8%
GERMANIA	800.000	4,6%	100.000	29,5%
EMIRATI ARABI UNITI	650.000	3,8%	110.000	32,4%
GIAPPONE	300.000	1,7%	-	-
EGITTO	240.000	1,4%	-	-
FRANCIA	240.000	1,4%	19.000	5,6%
MESSICO	180.000	1,0%	-	-
ISRAELE	165.000	1,0%	-	-
INDIA	150.000	0,9%	-	-
COREA DEL SUD	140.000	0,8%	60.000	17,7%
SUD AFRICA	100.000	0,6%	-	-
KAZAKISTAN	100.000	0,6%	-	-
ERITREA	85.000	0,5%	-	-
MAROCCO	70.000	0,4%	-	-
POLONIA	50.000	0,3%	-	-
ALBANIA	50.000	0,3%	-	-
QATAR	50.000	0,3%	-	-
TURCHIA	48.000	0,3%	-	-
SVIZZERA	40.000	0,2%	-	-
TURKMENISTAN	30.000	0,2%	-	-
AZERBAIJAN	25.000	0,1%	-	-
ROMANIA	20.000	0,1%	-	-
BELGIO	20.000	0,1%	-	-
MOLDAVIA	15.000	0,1%	-	-
UCRAINA	15.000	0,1%	-	-
CROAZIA	13.000	0,1%	-	-
ITALIA	6.876.671	39,8%	-	-
INIZIATIVE NON RIFERIBILI A UN SOLO PAESE				
VARI MONDO	3.320.000	19,2%	-	-
VARI PACIFICO	250.000	1,4%	-	-
VARI UNIONE EUROPEA	60.000	0,3%	-	-
Grand Total	17.282.671	100,0%	339.000	100,0%

ATTIVITÀ PROMOZIONALE PER TIPOLOGIA DI INIZIATIVA

Valori in euro

TIPOLOGIA INIZIATIVA	STANZIAMENTO PUBBLICO	% SUL TOTALE PUBBLICO	CONTRIBUTO PRIVATO	% SUL CONTRIBUTO PRIVATO TOTALE	PARTECIPANTI ITALIANI	PARTECIPANTI ESTERI	B2B PREVISTI
FIERE	8.030.000	46,5%	299.000	88,2%	889	435	
PRESIDIO ICE, FORMAZIONE, PROMOZIONE INTEGRATA, COMUNICAZIONE	3.132.671	18,1%	40.000	11,8%	852	500	1.143
<i>ATTIVITA' DI FORMAZIONE</i>	813.000	4,7%	-	-	581	50	-
<i>INDAGINI, TASK FORCE, DESK, SITI WEB, STUDI</i>	810.000	4,7%	-	-	-	-	-
<i>GIORNATE TECNOLOGICHE, SEMINARI, DEGUSTAZIONI</i>	743.000	4,3%	40.000	11,8%	199	325	940
<i>ATTIVITA' DI SUPPORTO ALLA PROMOTION</i>	486.671	2,8%	-	-	72	-	195
<i>MISSIONI IN ITALIA</i>	150.000	0,9%	-	-	-	125	8
<i>AZIONI DI COMUNICAZIONE</i>	130.000	0,8%	-	-	-	-	-
E-COMMERCE	3.120.000	18,1%	-	-	285	2	-
SERVIZI DIGITALI ALLE PMI	3.000.000	17,4%	-	-	-	-	-
<i>Grand Total</i>	17.282.671	100,0%	339.000	100,0%	2.026	937	1.143

ATTIVITÀ PROMOZIONALE PER PILASTRI DEL PATTO PER L'EXPORT

Valori in euro

PILASTRI PATTO PER L'EXPORT	STANZIAMENTO PUBBLICO	% SUL TOTALE PUBBLICO	CONTRIBUTO PRIVATO	% SUL CONTRIBUTO PRIVATO TOTALE
FIERE	8.030.000	46,5%	299.000	88,2%
E-COMMERCE	3.120.000	18,1%	-	0,0%
FORMAZIONE	1.053.000	6,1%	-	0,0%
PROMOZIONE INTEGRATA	613.000	3,5%	40.000	11,8%
COMUNICAZIONE	280.000	1,6%	-	0,0%
PRESIDIO ICE E SERVIZI DIGITALI ALLE PMI	4.186.671	24,2%	-	0,0%
<i>Grand Total</i>	17.282.671	100,0%	339.000	100,0%