



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



Strategie promozionali di Agenzia ICE sui canali digitali



16 Giugno 2021



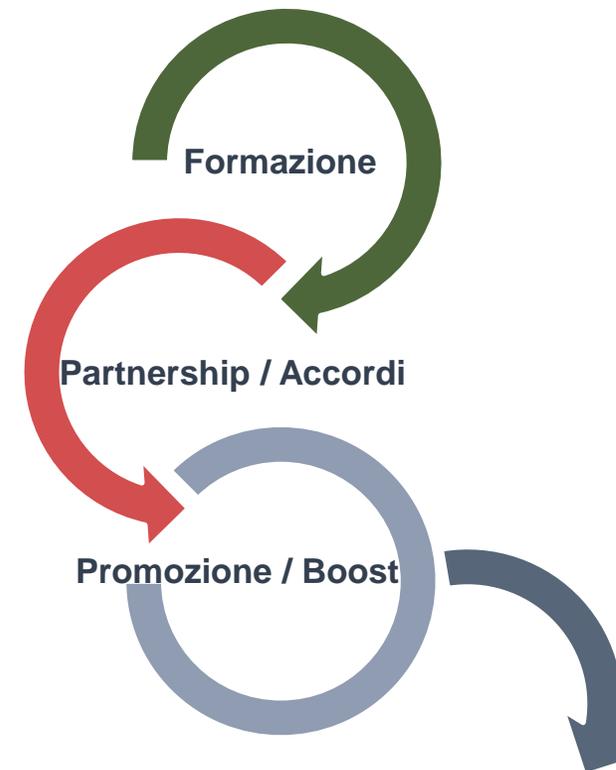
GLI ACCORDI E-COMMERCE E LA GDO

OBIETTIVO:

Facilitare la partecipazione delle PMI italiane alle opportunità offerte dai canali E-commerce con particolare focus su UE, USA, Cina, altri Paesi.

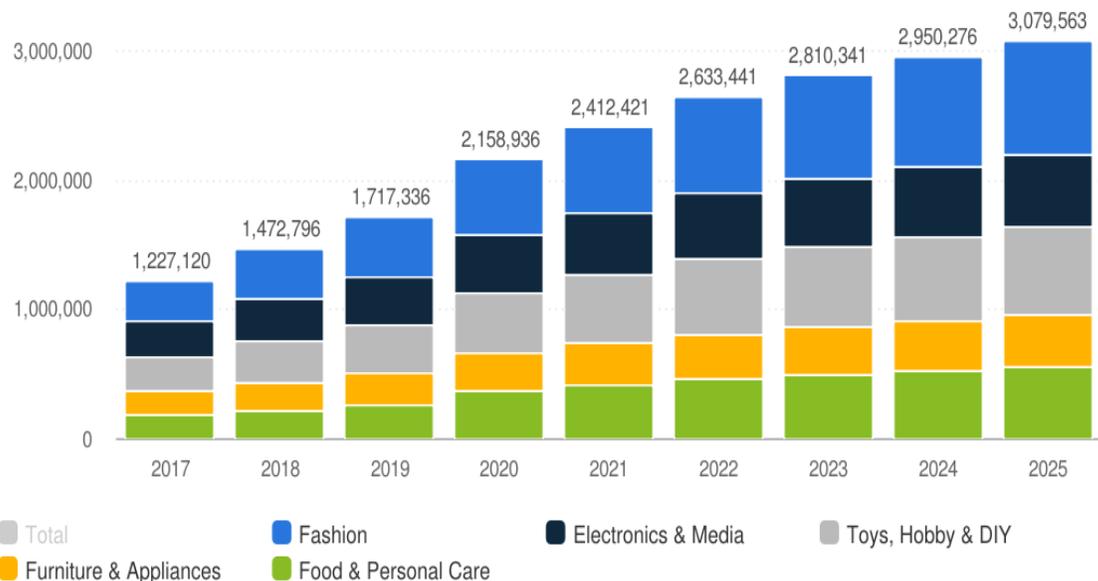
La **rilevanza strategica** dell'attività promozionale ICE nei canali dell'**E-Commerce** e della **GDO** si è rafforzata a partire dal **2015** con l'introduzione di **2 specifiche linee di intervento** nei piani straordinari di promozione del Made in Italy che si sono susseguiti da allora.

Tale rilevanza strategica è stata da ultimo riconfermata sia dal **Patto per l'Export 2020** che dalla **Cabina di Regia** nelle linee guida di programmazione **2021**.



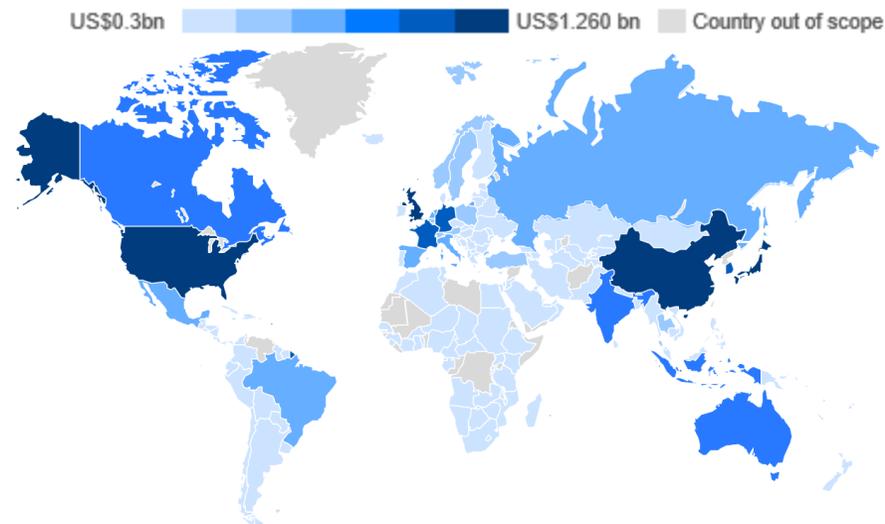


Boom dal 2017 al 2025



Cina e USA maggiori mercati

eCommerce revenues in billion US\$ in 2021

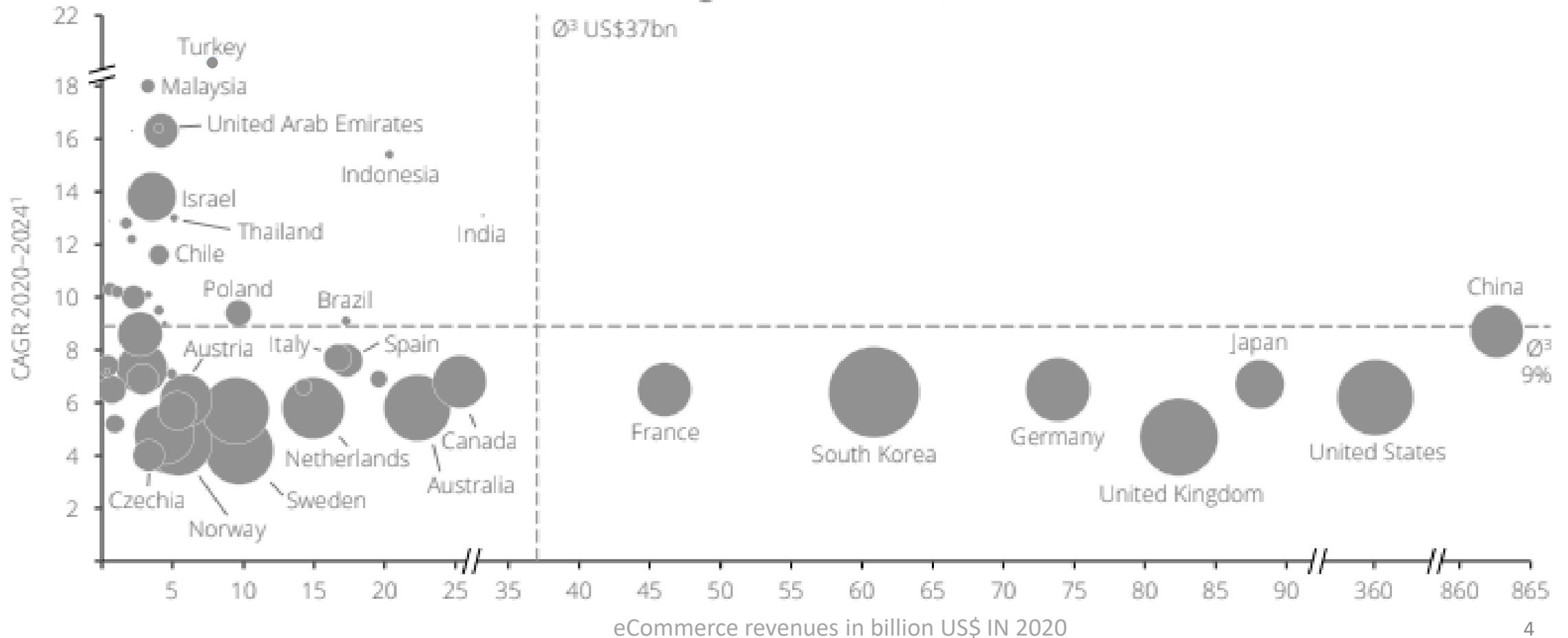


| Top 5 (2021) in million USD (US\$) | | | |
|------------------------------------|-----------|-------------------|---------|
| 1. China | 1,260,539 | 3. Japan | 112,465 |
| 2. United States | 469,245 | 4. United Kingdom | 103,916 |
| | | 5. Germany | 94,998 |



eCommerce revenues of selected markets in billion US\$, CAGR¹, and ARPU²

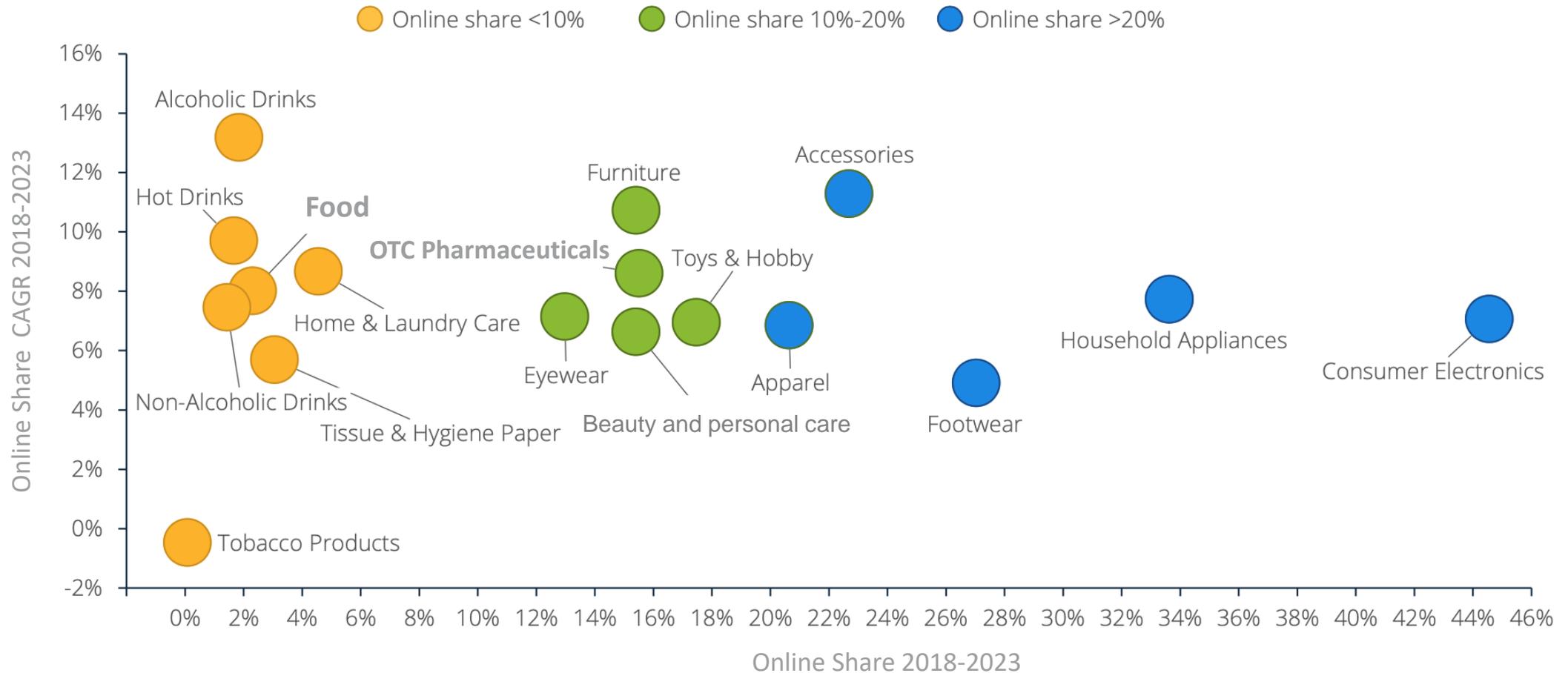
● ARPU² in 2020 in US\$





Andamento settoriale nel commercio online

Worldwide online share and growth rate



Fonte: Elaborazione Statista settembre 2020

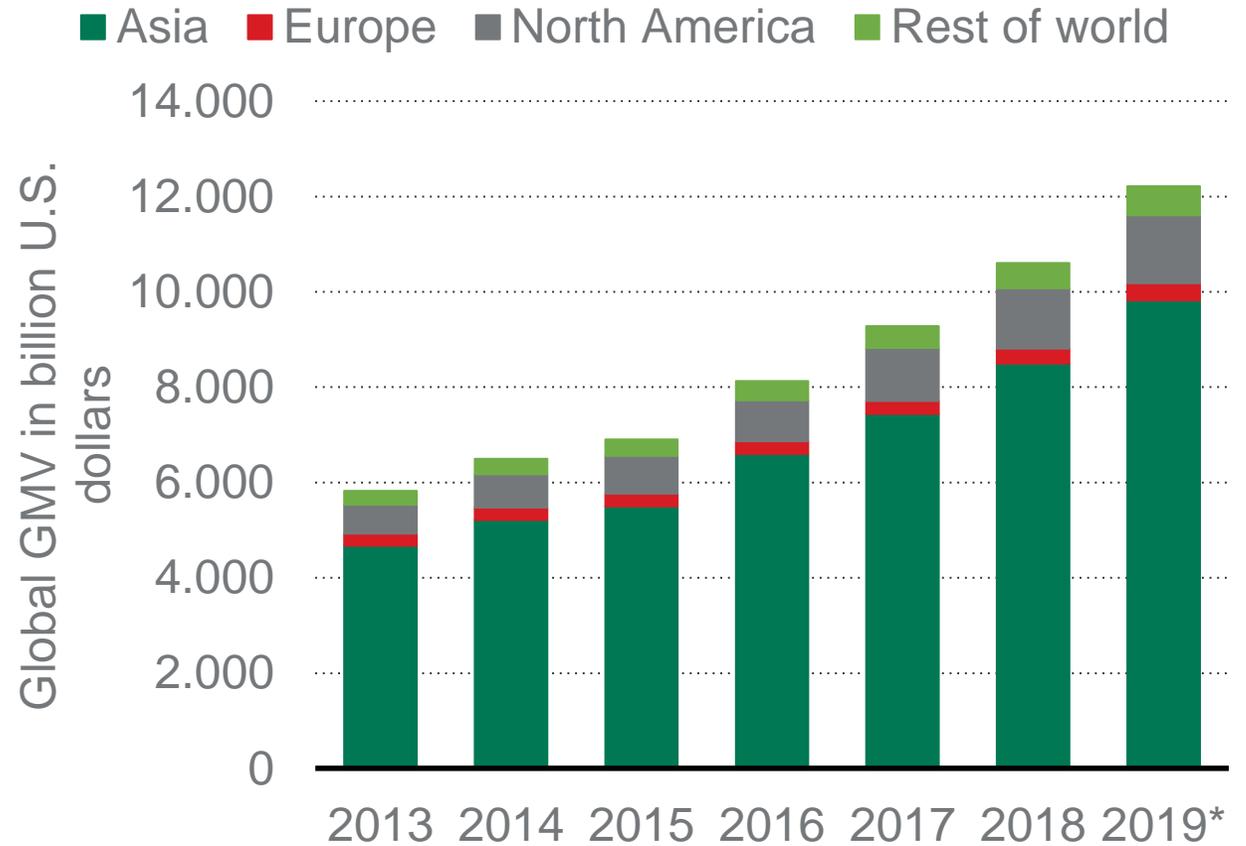


GLOBAL B2B E-COMMERCE GROSS MERCHANDISE VOLUME (GMV) FROM 2013 TO 2019, BY REGION (IN BILLION U.S. DOLLARS)

Note: Worldwide; 2013 to 2018

Further information regarding this statistic can be found on [page 47](#).

Source(s): Statista; [ID 705614](#)





Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

ITCA 
ITALIAN TRADE AGENCY

La strategia E-Commerce dell'ICE

Formazione orizzontale e verticale per aziende di prodotti Made in Italy

Accordi con le principali piattaforme di e-commerce e O2O e tutela del Made in Italy negli MOU

Condizioni di accesso agevolate o gratuite

Assistenza *end-to-end* dalla creatività, al sistema di pagamenti, passando per la costruzione dell'*e-store*, la logistica e il *customer care*

Spazi dedicati a prodotti autentici Made in Italy

Campagne pubblicitarie volte ad esaltare la visibilità dei prodotti italiani aumentandone il traffico digitale su internet (c.d. "*boost*")

Parole chiave: cross border, profilazione, mediazione culturale



Accordi e-commerce 2020/21





Gli accordi e-commerce

2021 20 in corso con 5318 aziende ammesse

EATALY
alti cibi
5 paesi

Alibaba Group
阿里巴巴集团
Tutto il mondo

Flipkart
India

hello ITA
Cina

amazon
FR, DE, UK, ES, USA

Walmart
Canada
(**evino**)
Brasile

TANNICO
18 Paesi

WeChat
Cina

Gmarket
Corea del Sud

SAQ
Canada

JD.COM
Cina

frisco.pl
Polonia

LAZADA
CO-TH
Thailandia

ManoMano
Francia

GALAXUS
Svizzera

2021 5 in lancio, target 840
nuove ammissioni

Luglio
amazon
FR, DE, UK, ES, USA
rinnovo
JAP, EAU
nuove vetrine
target: 600

TBD
Kroger
USA: 150

Luglio
taxetne
СУПЕРМАРКЕТ ДОМАШНЕЙ ЕДЫ
Russia: 50

TBD
Progetto orafi
Wechat + JD: 40

2021 in analisi: 9 progetti

TIKI.VN
Vietnam

falabella.
Sud America

Cdiscount
Francia

EMAG
Romania

allegro
Polonia

WILDBERRIES
Russia

ocado
UK

wine.com
USA

wayfair
Germania, UK

Accordi e-commerce 2021: settori interessati

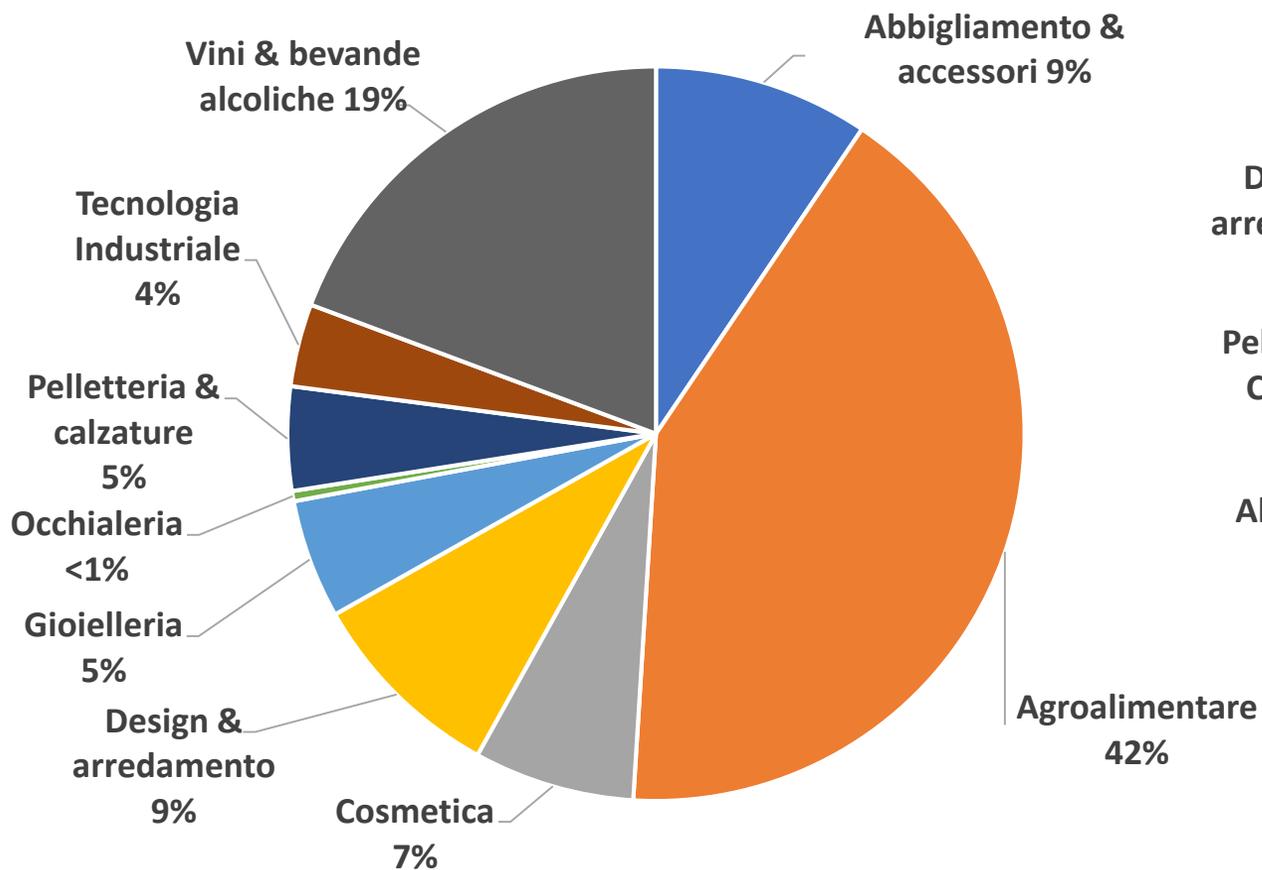
| | Agroalimentare | Vini | Abbigliamento | Calzature | Pelletteria | Design & arredamento | Cosmetica | Gioielleria | Occhialeria | Tecnologia |
|------------------|----------------|------|---------------|-----------|-------------|----------------------|-----------|-------------|-------------|------------|
| Flipkart | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| WeChat | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| Amazon | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| Jingdong | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| Gmarket | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| Alibaba B2B | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Eataly | ✓ | ✓ | | | | | | | | |
| Galaxus | | | | | | ✓ | | | | |
| Lazada | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| Alibaba HelloITA | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| Tannico | | ✓ | | | | | | | | |
| Monopoli Canada | | ✓ | | | | | | | | |
| Walmart Canada | ✓ | | | | | | | | | |
| Frisco | ✓ | ✓ | | | | | | | | |
| ManoMano | | | | | | ✓ | | | | |
| Bakethle | ✓ | ✓ | | | | | | | | |
| Kroger | ✓ | ✓ | | | | | | | | |
| Progetto Orafi | | | | | | | | ✓ | | |



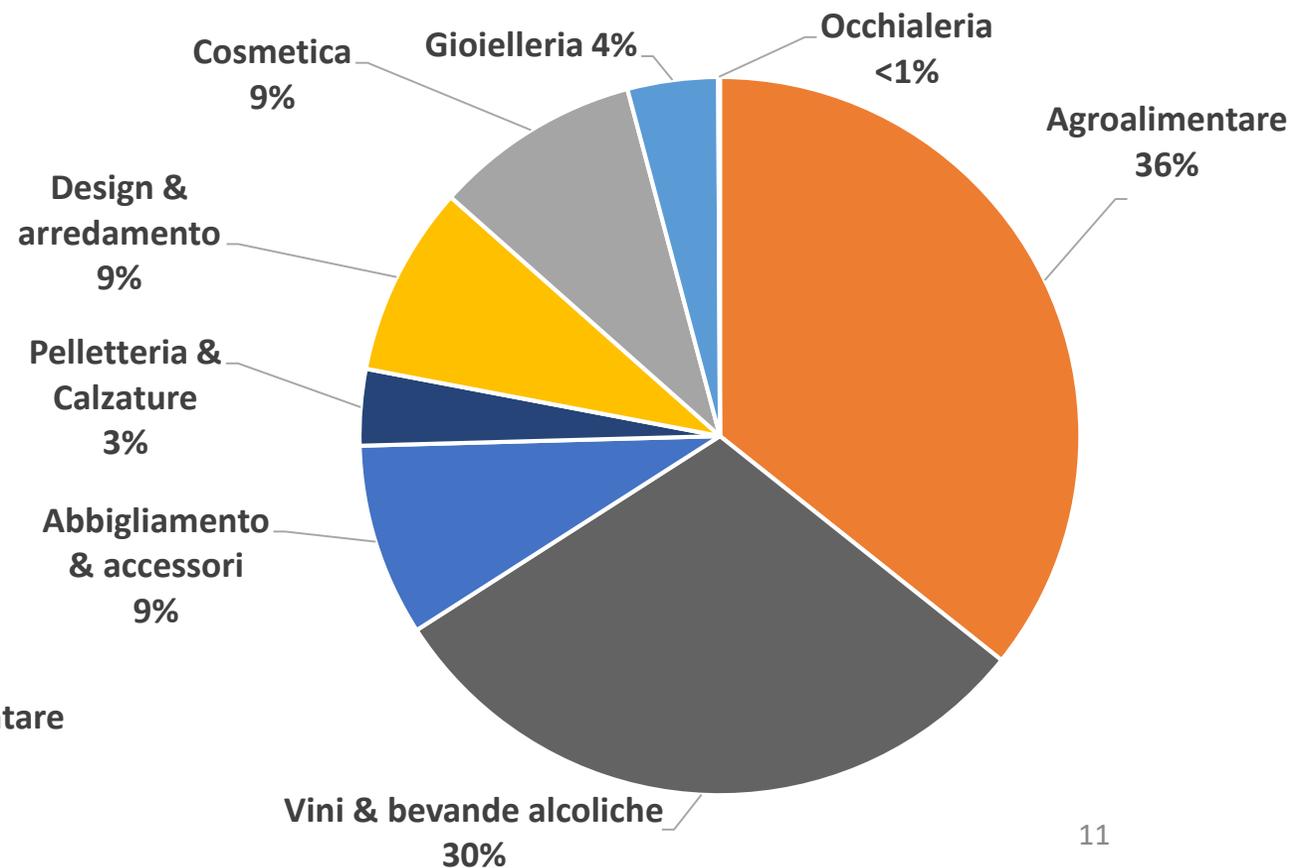
Distribuzione delle aziende partecipanti agli accordi e-commerce 2020/2021 per settori

Sono state **ammesse 5318 aziende**, **3303** delle quali sono **già attive** sui vari marketplace

Distribuzione settoriale aziende AMMESSE



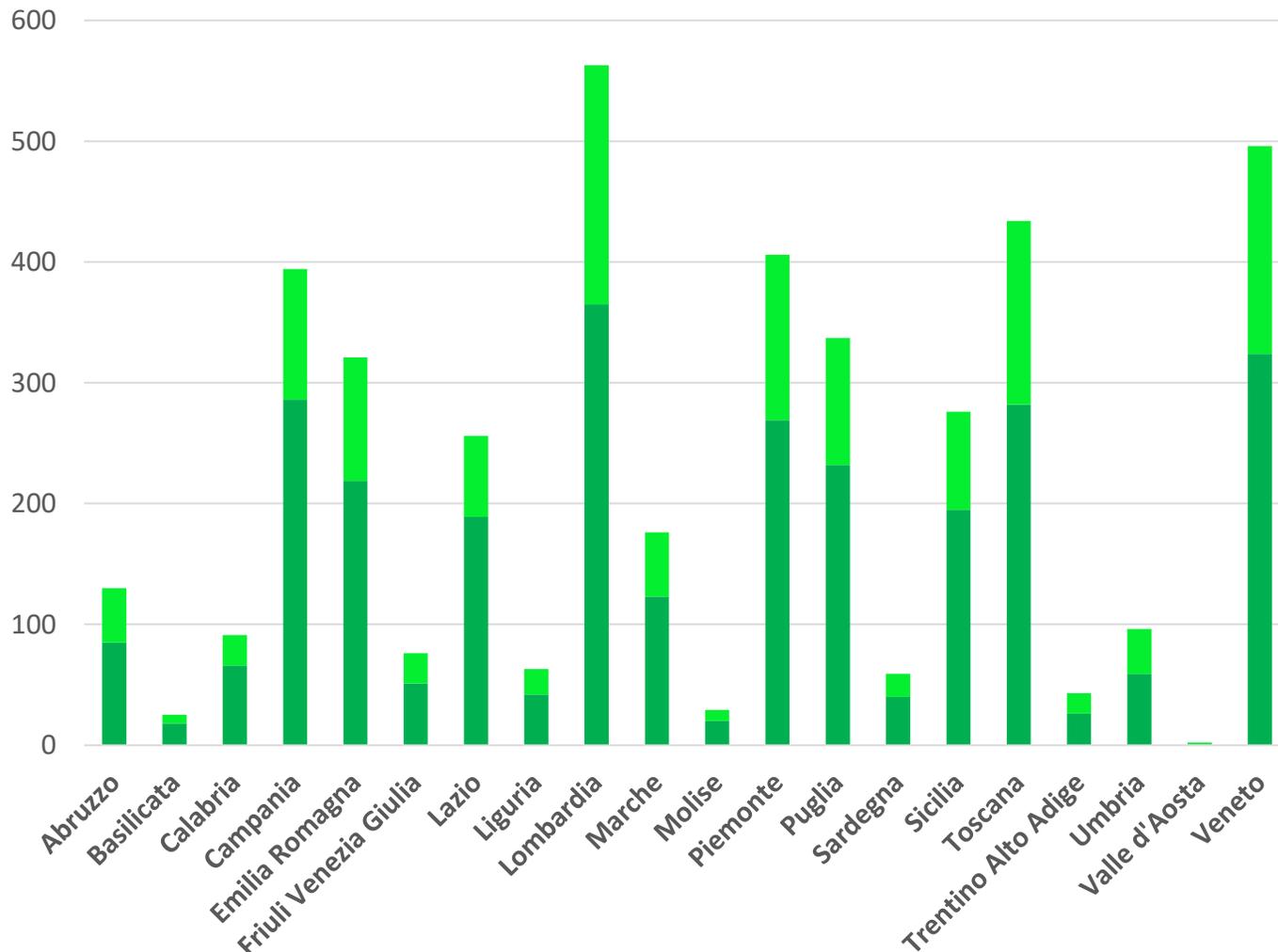
Distribuzione settoriale aziende ATTIVE



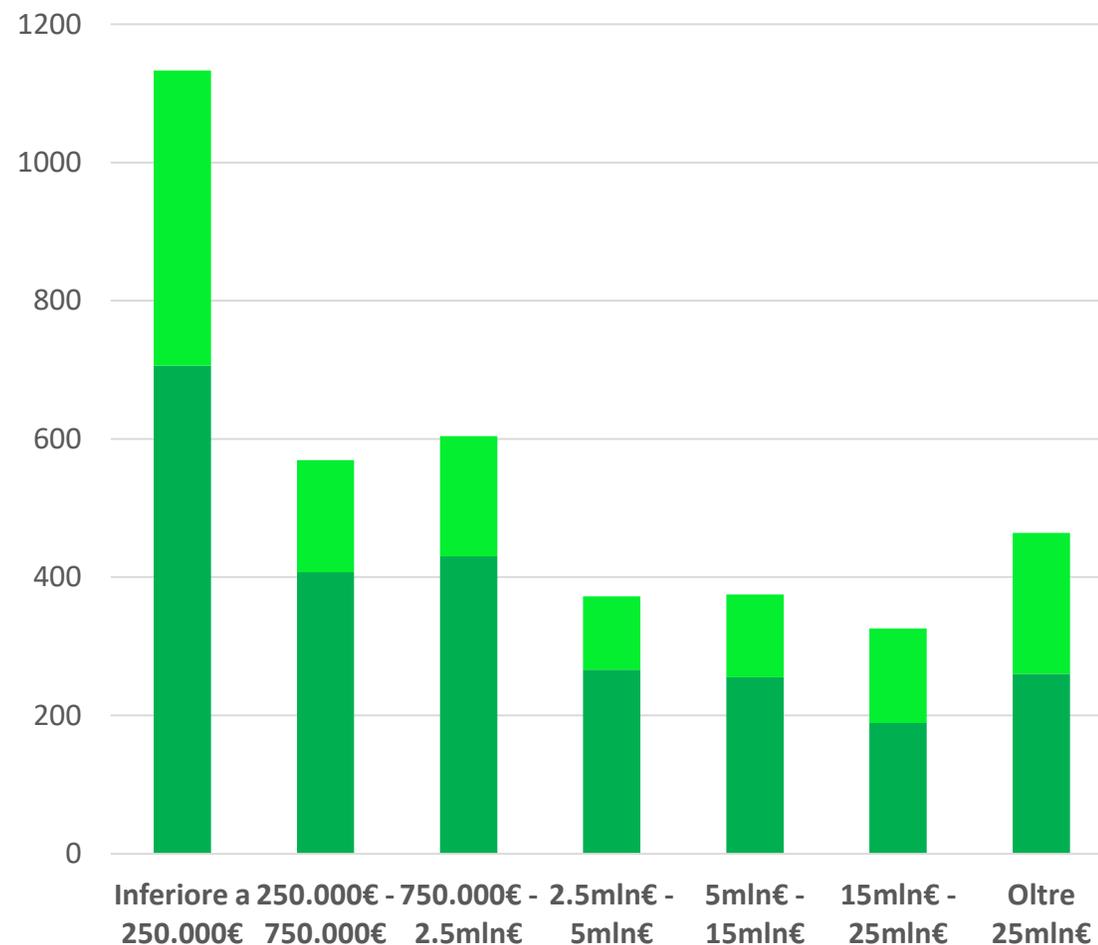


Distribuzione delle aziende partecipanti agli accordi e-commerce 2020/2021 per regioni e classi di fatturato

Distribuzione regionale aziende



Distribuzione aziende per classi di fatturato



Ammesse Di cui attive



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

ITA[®] e amazon per il
ITALIAN TRADE AGENCY

MADE in ITALY



www.ice.it/it/amazon

1666

**Aziende ammesse in 21 mesi
(di cui 48% Zero Export)**

462

**Aziende senza account
registrato**

445

**Aziende con account
registrato in training**

63

**Aziende con account
registrato attivo**

759

**Aziende attive nella Vetrina
Made in Italy
(di cui 49% Zero Export)**

Account attivi in EU4

354

UK

370

DE

348

FR

334

ES

90K

Schede
prodotto

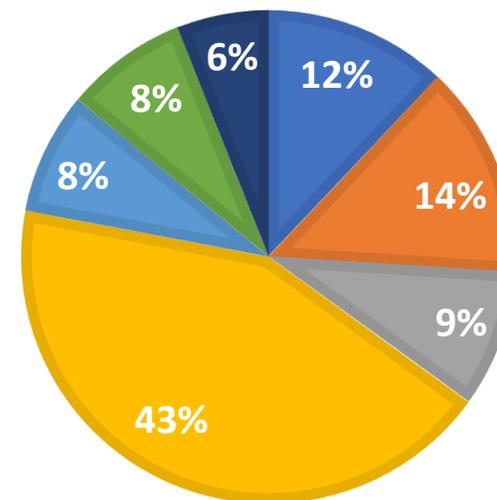
75K

Prodotti in
più su tutti
i mercati

...di cui **40K** per
la prima volta
sulla vetrina Made
in Italy

**SETTORI AZIENDE ATTIVE SULLA
VETRINA MADE IN ITALY**

Beauty Design Fashion
Food Jewels Wine
Leathergoods Altro





Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

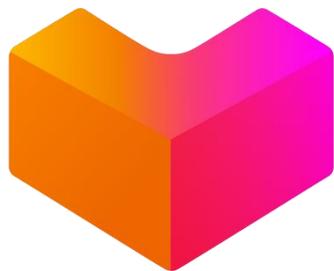
IN CORSO – in corso scouting

Info generali

Piattaforma di e-commerce più popolare della Thailandia per distacco in base alle visualizzazioni mensili¹, nonché **maggiore piattaforma di e-commerce thailandese e nell'intero sud-est asiatico** per volumi di vendita,² con un **fatturato di 12,4 miliardi di dollari**

REQUISITI

- Prodotti che rientrano nella lista prodotti ammessi nel progetto;
- Avere almeno una risorsa umana dedicata alla gestione del progetto e-commerce su Lazada;
- Aziende produttive con sede legale e stabilimenti produttivi in Italia, i cui prodotti siano conformi alla normativa prevista per i prodotti Made In Italy;
- L'azienda verrà chiamata a partecipare ai corsi formativi periodici gratuiti offerti da Lazada, i quali verranno svolti in lingua inglese;
- Garantire le spedizioni, entro i termini stabiliti dagli standard Lazada, verso la Thailandia e/o secondo quanto previsto dai singoli accordi raggiunti con i propri importatori.



Lazada



Iniziativa gratuita

ITALIAN PAVILION

by  Lazada



The authentic Made in Italy

150

Target di aziende (superabile)

PRINCIPALI VANTAGGI DELLA COLLABORAZIONE:

Pacchetto di servizi erogati da Agenzia ICE relativi alla formazione e all'assistenza alle aziende partecipanti per quanto riguarda il mercato thailandese:



Assistenza da parte degli uffici ICE per la ricerca di importatori locali.



Attraverso il proprio importatore,³ **creazione del profilo e della vetrina virtuale** sul marketplace Lazmall con una **gestione illimitata dei prodotti** e l'assistenza da parte della Rete degli uffici dell'Agenzia ICE in Thailandia ove necessario.



Servizio di mediazione culturale e di storytelling per il Made in Italy sulla vetrina Lazmall con il contributo di esperti thailandesi



Investimento in campagne di digital advertising per i prodotti italiani con il progetto "LAZADA-ITA Authentic Italian Promotion 2020-2021", sulle riviste specializzate nei settori focus del progetto e sulle riviste lifestyle per la promozione del Made In Italy in base al target di riferimento, principalmente su Lazada Thailand e canali di social media come Facebook, Instagram, Line e YouTube



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



TANNICO



IN CORSO

Fondata nel 2012, è la **piattaforma di vini italiani più grande al mondo** ed ha tra i suoi **obiettivi principali la rivoluzione del commercio vinicolo tramite lo spostamento sull'e-commerce**.

Piattaforma di food-tech che ha attratto i maggiori investimenti in Italia: **oltre €8mln**

Due servizi rivolti alle cantine:

Tannico Intelligence: piattaforma di analisi di marketing

WinePlatform: supporto sul piano logistico e tecnologico

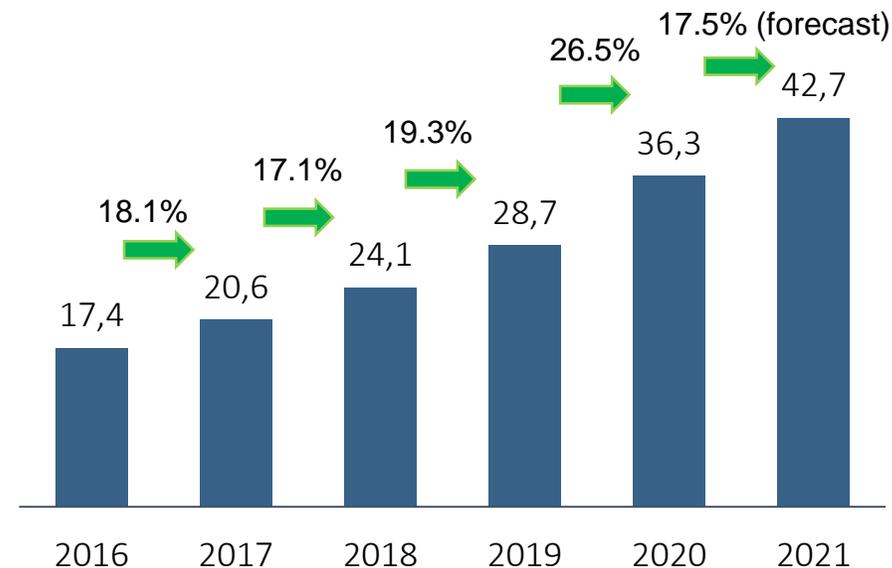
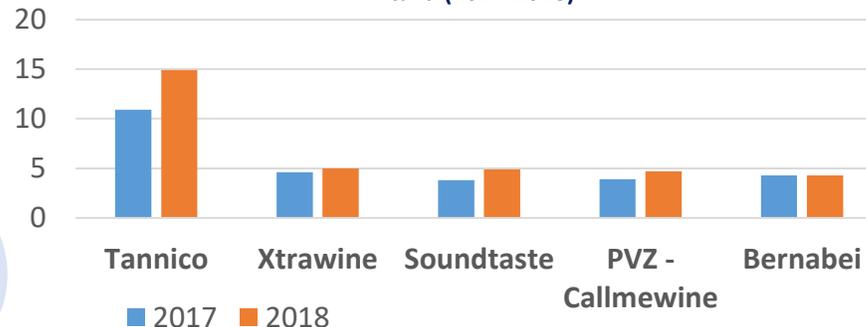
16.000+ prodotti in vendita²

2500 cantine in catalogo²

Oltre 1Mln di bottiglie spedite nel mondo²

250.000 bottiglie nel magazzino di Arese (MI)²

Maggiori piattaforme di e-commerce vinicolo per fatturato in Italia (2017-2018)³



Fatturato annuo dell'e-commerce in milioni di dollari con tassi di crescita¹

18

Paesi raggiunti





Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



IN CORSO - in corso scouting

www.ice.it/manomano

INFO GENERALI

Fondato nel 2013, è lo **specialista dell'Home Improvement online**, presente in 6 Paesi (Francia, Belgio, Italia, Spagna, Gran Bretagna e Germania) e con 7 milioni di clienti attivi. L'accordo con Agenzia ICE riguarda la piattaforma B2C **manomano.fr**

REQUISITI

- Prodotti che rientrano nella **lista** prodotti ammessi nel progetto
- Aziende **produttive** con sede legale e stabilimenti produttivi in Italia, i cui prodotti siano conformi alla normativa prevista per i prodotti Made In Italy;
- **sito aziendale e/o uso social networks** in lingua straniera (inglese e/o francese);
- I prodotti devono rispettare **le specifiche tecniche** richieste dalla piattaforma (foto in alta qualità su sfondo bianco, descrizione dei prodotti in francese, ecc.) ed inserite nella matrice datafeed di ManoMano;
- Catalogo con almeno **50** prodotti per articoli per animali, rubinetteria, sanitari, riscaldamento, elettricità e **15** prodotti per le altre categorie;
- **Stock minimo di 10 elementi** per singolo prodotto;
- Tutti i prodotti devono avere un codice EAN;
- Rispettare la Carta Qualità di ManoMano.

130

Target di aziende

2

Visibile in



PARTECIPAZIONE GRATUITA

PRINCIPALI VANTAGGI DELLA COLLABORAZIONE:

- iscrizione **per 12 mesi** e onboarding sulla piattaforma;
- campagna di **trade marketing** di 12 mesi;
- **un credito virtuale di €100,00** per sponsorizzare i propri prodotti all'interno della piattaforma e webinar dedicati per utilizzare al meglio la funzione "Sponsored Product";
- webinar con sessioni Q&A;
- **report** di competitività settimanali;
- per le imprese che lo desiderino supporto ICE per l'abbonamento **al servizio di logistica** offerto da ManoMano (Mano Fulfillment). I costi variabili relativi alle spedizioni e stoccaggio dei prodotti saranno a carico delle aziende;
- per le imprese che lo desiderino supporto ICE del **servizio di traduzione** dei messaggi ai clienti in lingua francese predisposto da ManoMano;
- offerte **sul servizio di assistenza** clienti in francese.



Due mondi a confronto

| | B2C | B2B |
|----------------------|---|---|
| Marketing | Emozionale – Engaging | Tecnico-commerciale |
| Prezzo | Prezzo fisso | Prezzo variabile (negoziazioni) |
| Pagamento | Garantito (Carta di pagamento o alla consegna) | Linea di credito |
| Processo decisionale | Singolo - Impulsivo | Multiplo - Razionale |
| Volume | Vendita singola | Grandi volumi e ampia varietà di prodotti |
| Valore | Basso | Alto |
| Spedizioni | Facili (via corriere) | Necessità di soluzioni logistiche flessibili e personalizzabili |
| Legislazione | Normativa non complessa | Forte impatto della normativa sulle vendite |



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



NASCE IL MADE IN ITALY PAVILION

ICE E ALIBABA INSIEME PER LE PMI ITALIANE



ACCORDO B2B PER IL MERCATO MONDIALE

Prima iniziativa a coinvolgere il commercio tra operatori economici professionali



Creazione di una sezione Made in Italy all'interno del **marketplace B2B** più grande al mondo, un luogo di incontro finalizzato a **promuovere** la più ampia gamma di categorie merceologiche dell'autentico Made in Italy tra i buyer internazionali



Le **300** aziende selezionate godranno di **condizioni preferenziali di accesso** alla piattaforma, **assistenza personalizzata** per creazione e avvio delle pagine aziendali, oltre a una **campagna di advertising altamente profilata**



PARTECIPAZIONE GRATUITA



TARGET 300 AZIENDE

- 100 Agroalimentare e Vini
- 100 Abbigliamento e Design
- 100 Tecnologia Industriale



856 AZIENDE AMMESSE
TARGET 950



ACCOUNT AZIENDALI

Creazione di un account sul portale Alibaba.com per ciascuna delle imprese aderenti, per un periodo di 12 + 12 mesi grazie all'accordo



PREMIUM MEMBERSHIP

Le aziende aderenti accederanno alle condizioni di supporto previste dalla Premium Membership



SUPPORTO PERSONALIZZATO

Le aziende aderenti riceveranno un supporto personalizzato e un programma di formazione con Account Manager dedicato



REQUISITI: Esistenza di un e-commerce attivo, Aziende produttive Made in Italy, Possesso di titoli di proprietà intellettuale



SETTORI AMMESSI: Beni di Consumo, Agroalimentare e Vini, Tecnologia e beni strumentali



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



Strategie promozionali di Agenzia ICE sui canali digitali

Seguiteci sul nostro sito!

www.ice.it/gdo-e-ecommerce

www.ice.it/alibaba/helloita

www.ice.it/amazon

www.ice.it/wechat

www.ice.it/flipkart

www.ice.it/jingdong

www.ice.it/gmarket

www.ice.it/it/lazada

www.ice.it/tannico

www.ice.it/manomano

GRAZIE!

Maurizio Forte

Carlo Angelo Bocchi

Francesca Galli

Sheila Fidelio

CONTATTI

ecommerce@ice.it

alibaba@ice.it

amazon@ice.it

wechat@ice.it

flipkart@ice.it

jd@ice.it

gmarket@ice.it

lazada@ice.it

tannico@ice.it

*Coordinamento Promozione del Made in Italy
Team GDO e E-commerce*