

# SENATO DELLA REPUBBLICA

XVIII LEGISLATURA

---

Doc. CXLIII  
n. 2

## RELAZIONE

SULLO STATO DI AVANZAMENTO DEGLI INTERVENTI  
E DELLE AZIONI PREVISTI DAL PIANO STRAORDINARIO  
PER LA PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY  
E L'ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI IN ITALIA

(Anno 2019)

*(Articolo 30, comma 3-bis, del decreto-legge 12 settembre 2014, n. 133, convertito,  
con modificazioni, dalla legge 11 novembre 2014, n. 164, e articolo 1, comma 202,  
della legge 23 dicembre 2014, n. 190)*

**Presentata dall'ICE – Agenzia per la promozione all'estero  
e l'internazionalizzazione delle imprese italiane**

—————  
**Comunicata alla Presidenza il 17 dicembre 2019**  
—————

PAGINA BIANCA



# 20 19

## RELAZIONE ANNUALE

Stato di Avanzamento degli Interventi e delle Azioni relative al Piano Straordinario per la Promozione del Made in Italy e l'Attrazione degli Investimenti.

Art. 30, comma 1, della legge n. 164 dell'11 novembre 2014 e comma 202 della L. n. 190 del 23 dicembre 2014 (Legge di stabilità 2015)

 Camera dei Deputati ARRIVO 23 Dicembre 2019 Prot: 2019/0001785/TN 

**ITCA**   
ITALIAN TRADE AGENCY





# RELAZIONE ANNUALE 2019



Il presente documento è stato predisposto dall'Agenzia ICE  
Ufficio di Coordinamento Promozione del Made in Italy - Ufficio Pianificazione Strategica e Controllo di Gestione  
*redattori* Antonio Ventresca, Giovanni Bifulco.

**Layout grafico e impaginazione**

Ufficio Coordinamento Promozione del Made in Italy | Nucleo Grafica



# INDICE

<b>PREMESSA</b>	<b>7</b>		
<b>CONTESTO</b>	<b>8</b>		
<b>LINEE DI INTERVENTO</b>	<b>11</b>	<b>PRINCIPALI AZIONI PROMOZIONALI 2018 - 2019</b>	<b>14</b>
<b>IL QUADRIENNIO 2015 - 2018</b>	<b>12</b>	<b>IL PIANO STRAORDINARIO 2019</b>	<b>38</b>







# PREMESSA

Il "Piano Straordinario per la Promozione del Made in Italy e l'Attrazione degli Investimenti Esteri" è stato varato dal Governo con Decreto - Legge n. 133 del 12/09/2014 a supporto dell'internazionalizzazione del sistema produttivo italiano, con l'obiettivo di rilanciare il Made in Italy sui mercati internazionali.

L'impianto strategico del Piano è finalizzato all'incremento dell'export e all'attrazione degli investimenti esteri, facendo leva sulle potenzialità presenti nel nostro sistema produttivo e sulle opportunità offerte dall'evoluzione dello scenario internazionale.

Il Piano viene declinato nelle sue varie linee di attività con decreti del Ministro dello Sviluppo Economico, d'intesa con il Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e il Ministro delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali.

A dare concreta attuazione al Piano sono chiamati i seguenti soggetti: ICE - Agenzia, Ministero dello Sviluppo Economico, Assocamerestero, Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, Consorzi per l'internazionalizzazione.



# CONTESTO

## L'ITALIA NELLO SCENARIO ECONOMICO GLOBALE

Nel 2018 l'attività economica mondiale è cresciuta del 3,6 per cento, un tasso inferiore alle attese e alla crescita dell'anno precedente (3,8%). La decelerazione del PIL ha coinvolto sia le economie avanzate (attestatesi al 2,2%, in particolare per via dell'andamento in Giappone e nei paesi dell'Eurozona), sia le economie emergenti/in via di sviluppo (4,5%). L'area asiatica ha rappresentato la componente più dinamica, in primo luogo per via di India e Cina, mentre tassi più contenuti sono stati conseguiti in America centro-meridionale, in Medio Oriente e in Africa.

Per il 2019 le ultime stime del Fondo Monetario prevedono un'ulteriore decelerazione dell'economia globale, che si fermerebbe al 3,2%.<sup>[1]</sup> Contribuiscono al rallentamento le crescenti tensioni commerciali tra Stati Uniti e Cina, che rischiano di estendersi anche ai rapporti con l'Unione Europea, mettendo in difficoltà il funzionamento delle catene globali del valore, nel cui ambito si svolge l'80% del commercio mondiale<sup>[2]</sup>. Vi si aggiunge l'incertezza sull'attuazione della Brexit, le tensioni geopolitiche, il rallentamento dell'economia cinese e la crisi del settore auto in Germania<sup>[3]</sup>.

Il recente inasprimento nei rapporti commerciali ha influito sugli scambi mondiali di beni e servizi, contribuendo al clima di incertezza e inducendo le imprese a riorganizzare le catene di fornitura. Nel 2018 i flussi commerciali sono aumentati del 3,7%, mentre per l'anno in corso il Fondo Monetario stima un ulteriore rallentamento (2,5%). La crescita prevista per il 2019 è peraltro inferiore alla variazione del prodotto mondiale, in netta controtendenza rispetto agli anni passati, quando gli scambi si espandevano ad un ritmo che era circa il doppio di quello del PIL.

Nei paesi avanzati il commercio internazionale dovrebbe aumentare del 2,2 per cento, un tasso decisamente inferiore rispetto all'anno precedente (3,1%). Nei paesi emergenti/paesi in via di sviluppo la dinamica risulterebbe di poco più sostenuta (2,9%), con un netto rallentamento in confronto al 2018 (4,7%).

1 FMI, World Economic Outlook, aggiornamento a luglio 2019, scaricabile da: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2019/07/18/WEOupdateJuly2019>

2 Unctad, World Investment Report, 2013.

3 FMI, World Economic Outlook, aprile 2019.



Nel 2018 in Italia si è verificato un indebolimento degli scambi rispetto all'anno precedente, condiviso in larga parte con le economie europee. Nell'intero anno le esportazioni in valore sono aumentate del 3,1%, mentre le importazioni del 5,6%. Il rallentamento sembra proseguire anche nell'anno in corso: le esportazioni nei primi sei mesi sono aumentate del 2,7% e le importazioni dell'1,5%. Secondo le previsioni di Prometeia,<sup>4</sup> le esportazioni italiane di beni cresceranno nel 2019 del 2% e nel biennio 2020-2021 dell'1,9% e del 2,9%, sfiorando i 500 miliardi di euro nel 2021. Nonostante il rallentamento atteso, l'export si manterrà nello scenario di previsione una delle componenti più dinamiche per l'economia nazionale arrivando a contare il 33% del PIL italiano nel 2021, con un contributo delle esportazioni riconducibili ai servizi pari al 6,2% del PIL.

Tornando al consuntivo 2018, analizzando i singoli settori, relativamente all'export spicca l'ottimo andamento del comparto dei prodotti petroliferi raffinati (+12,5%), seguiti dai prodotti della metallurgia (+6,7%), dai computer e apparecchi elettronici (+6,7%) e dagli articoli farmaceutici (+4,7%). Fra le importazioni, oltre ai prodotti petroliferi raffinati (+23,9%), aumenti superiori alla media sono stati registrati dalla carta e prodotti di carta (11,6%) e dai prodotti della metallurgia (+10,2%).

Invece, in riferimento ai singoli mercati, si è evidenziato un aumento degli scambi italiani rispetto alla media con i paesi UE (+4,1%), che assorbono in larga parte le esportazioni italiane. In particolar modo si è manifestato un balzo delle esportazioni verso i Paesi Bassi (+10,7%) e verso la Slovenia (+10,3%). Per quanto concerne i mercati extra-UE, i più dinamici per l'Italia sono stati l'India (+11%), la Svizzera (+8,7%) e il Sud Africa (+8,6%). Dal lato delle importazioni italiane, a fronte di un aumento di quelle provenienti dagli Stati Uniti (+6,4%), si è registrata una flessione negli acquisti dal Canada (-2,6%), dalla Spagna (-3,5%) e dal Regno Unito (-3,5%).

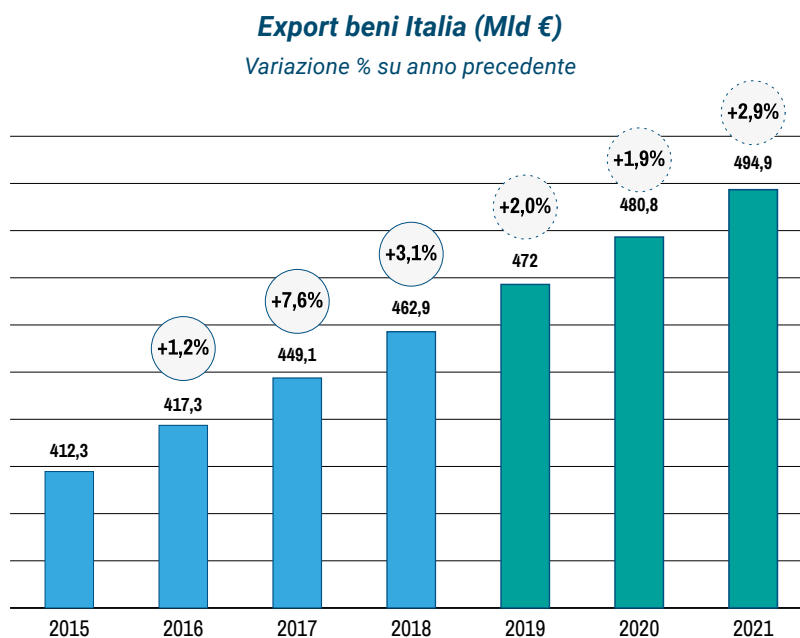
La quota di mercato mondiale delle esportazioni italiane di merci, sia in valore che in volume, è rimasta sostanzialmente invariata negli ultimi cinque anni, dopo una diminuzione tendenziale nei due decenni precedenti. Hanno influito sulla capacità di tenuta delle esportazioni italiane, da un lato, il rallentamento della spinta espansiva dei paesi emergenti; dall'altro, un'evoluzione più favorevole della domanda mondiale, che si è orientata verso i prodotti di specializzazione dell'industria italiana.

Con riguardo alle imprese esportatrici, in tutto circa 126.000<sup>5</sup>, va rilevato che il 90 per cento è costituito da imprese con meno di 50 addetti, cui si deve circa il 22 per cento delle esportazioni. All'altro estremo, le imprese

4 Aggiornamento a luglio 2019.

5 Numero di imprese esportatrici, riferito al 2017, calcolato in base ai nuovi criteri di rilevazione definiti dalla Legge 27 febbraio 2017 n.19.

con più di 250 addetti rappresentano l'1,5 per cento del totale e realizzano quasi il 48 per cento delle esportazioni italiane. Tra queste due classi si trovano le medie imprese, quelle del cosiddetto "quarto capitalismo", la cui incidenza sulle esportazioni rappresenta poco meno del 30 per cento. Nel 2017 (ultimo dato disponibile) il numero delle imprese esportatrici ha registrato una leggera flessione, mentre è aumentato il valore medio esportato. In particolare, appare in diminuzione il numero di micro-imprese. In controtendenza invece si osserva la crescita quantitativa delle PMI e delle imprese di dimensioni maggiori.



Fonte: elaborazioni su dati ICE-ISTAT, 2019-2021 previsione Prometeia

# LINEE DI INTERVENTO

Il "Piano Straordinario per la Promozione del Made in Italy e l'Attrazione degli Investimenti Esteri", 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 della Legge 164 dell'11 novembre 2014 (legge di conversione del D.L. 133 del 12 settembre 2014, cosiddetto "Sblocca Italia"):

- 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.



# IL QUADRIENNIO 2015 - 2018

Nel quadriennio 2015 – 2018, la strategia promozionale del Piano ha visto un finanziamento complessivo affidato all'ICE Agenzia pari a 436,5 milioni sono così sintetizzabili (per macro-linea di attività/risorse complessive destinate nel quadriennio):

- a) **Formazione PMI (risorse destinate: 18,6 mln €)**  
Nel quadriennio, sono state organizzate 61 tappe del roadshow info-formativo di sistema "Italia per le Imprese", con la partecipazione di oltre 8mila aziende che hanno potuto usufruire di oltre 13mila incontri B2B. In generale, le iniziative formative sono state 261, a vantaggio di 7 mila partecipanti (di cui 5 mila imprese) e con un tasso di placement dei giovani formati pari al 90%.
- b) **Potenziamento fiere italiane (risorse destinate: 122 mln €)**  
Nel complesso, sono state direttamente supportate circa 200 edizioni di fiere internazionali settoriali italiane, con azioni di incoming che hanno visto la partecipazione di 26 mila operatori esteri nell'ambito di oltre 210 mila B2B organizzati.
- c) **Valorizzazione produzioni di eccellenza (risorse destinate: 25,8 mln €)**  
Sostegno a circa 60 iniziative promozionali (Winter e Summer Fancy Food NY, PLMA, Gulfood Dubai, Hong Kong International Wine Forum, World Food Mosca, degustazioni vino in Nord America) con oltre 1.700 imprese coinvolte.
- d) **Grande Distribuzione Organizzata (risorse destinate: 74,1 mln €)**  
L'azione si è concentrata in alcuni mercati prioritari (USA e Canada, Giappone, UK, Russia, Svizzera e Paesi ASEAN) coinvolgendo oltre 6.830 imprese e 1.485 nuovi buyers, con acquisti aggiuntivi di prodotti di qualità italiana per un importo di 466 milioni di euro.
- e) **Realizzazione iniziative durante l'Esposizione universale 2015 (risorse destinate: 4 mln €)**
- f) **Promozione strategica (risorse destinate: 52,9 mln €)**  
La strategia di valorizzazione del brand Italia, avviata con il video di enorme successo internazionale Italy the Extraordinary Common Place, è stata fin dall'inizio pensata in una logica multimedia e multicanale; tra le campagne più importanti si ricordano: Food&Beverage Nord America a contrasto dei fenomeni di Italian sounding; promozione mondiale del comparto agroalimentare con la campagna The Fifth Element; la



campagna, con focus in Cina ed USA, Italian Wine Taste the Passion; la campagna The extraordinary Italian Tech per la promozione degli Innovation Days negli Stati Uniti.

g) e-Commerce (risorse destinate: 19,8 mln €)

Accordi con grandi marketplace e/o aggregatori di offerta online: progetto Amazon, con un'azione di accelerazione della presenza sui marketplace USA, UK, Germania, Francia e Spagna che ha coinvolto 600 imprese, di cui 350 a "zero export"; progetto YOOX, con 120 imprese italiane, di cui 46 newcomer nel canale online; progetto "OCADO – the online supermarket", con 300 imprese; ed il progetto "HelloITA" sul portale Alibaba, per un totale di 94 store online di altrettante aziende italiane.

h) Azioni promozionali innovative per l'acquisizione e la fidelizzazione della domanda estera (risorse destinate: 96,3 mln €)

Fidelizzazione della domanda nei settori "Fashion" ed "Alta Tecnologia" con più di 470 eventi strategici all'estero, coprendo oltre 60 Paesi target e coinvolgendo circa 12.400 imprese, in particolare PMI. Particolare attenzione è stata rivolta al cluster delle imprese start up ed innovative.

l) Attrazione degli investimenti esteri (risorse destinate: 19 mln €)

Oltre ad un riassetto della governance del sistema (nuovo assetto integrato tra ICE Agenzia ed Invitalia, sinergie – anche tramite Accordi ad hoc – con il sistema regionale), l'attività ha puntato sull'aumento della visibilità internazionale delle opportunità di investimento nel Paese, attraverso: la creazione di una rete di 9 desk esteri; azioni di comunicazione strategica (con le tappe del roadshow Attrazione IDE); partecipazione a fiere ed eventi strategici internazionali. I progetti di investimento seguiti e finalizzati sono passati dai 92 del 2015 ai 138 del 2018 (+ 50%), con un impatto in termini di posti di lavoro creati salito del 201% (dai 4.311 del 2015, ai 12.999 del 2018) e generando un livello di spese in conto capitale (capex) passato da 2,9 a 4,2 miliardi di dollari (+41%).

Un ulteriore importo pari a 4 mln € è accantonato in un fondo di riserva per modifiche o integrazioni al piano a seguito di eventuali esigenze geoeconomiche sopravvenute.



# PRINCIPALI AZIONI PROMOZIONALI 2018 - 2019

Di seguito vengono illustrati i più rilevanti interventi promozionali di ICE Agenzia, ripartiti per linee di intervento, realizzati a valere sul Piano Straordinario nel corso dell'anno solare 2018 e nei primi sei mesi del 2019.

## A) Iniziative straordinarie di formazione e informazione sulle opportunità offerte dai mercati esteri alle imprese in particolare piccole e medie

La più rilevante iniziativa promozionale realizzata nell'ambito della Linea di intervento A) è il Roadshow per l'internazionalizzazione delle imprese. Pianificato dalla Cabina di regia per l'Italia internazionale, l'evento è patrocinato dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale ed è promosso e sostenuto dal Ministero dello Sviluppo Economico. Oltre all'ICE-Agenzia, a SACE e a SIMEST, l'iniziativa si avvale dell'intervento di Confindustria, Unioncamere, Rete Imprese Italia e Alleanze delle Cooperative Italiane. Alcune tappe del Roadshow vedono, inoltre, la partecipazione di altri organismi che operano a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese.

Obiettivo dell'iniziativa è affiancare le aziende sui temi dell'internazionalizzazione, per sostenere quelle realtà che intendono aprirsi ai mercati esteri per individuare nuove opportunità di business. Ciascun evento si apre con una sessione plenaria, che vede l'intervento di esperti nel settore dell'internazionalizzazione, che illustrano opportunità e strumenti per accedere ai mercati esteri. Le imprese, in base a un calendario prestabilito, incontrano successivamente, nel corso della giornata, gli specialisti di settore per la messa a punto di piani di internazionalizzazione.

Nel 2018 sono state organizzate 8 tappe, alle quali hanno partecipato 652 imprese, con una media di 82 aziende a tappa. Sono stati organizzati 1.136 incontri con tutti i partner, di cui 180 con Agenzia ICE, che effettua check-up aziendali volti a definire veri e propri piani di formazione e assistenza personalizzati. La predisposizione di un piano d'azione personalizzato persegue l'obiettivo di accompagnare l'impresa nel processo di internazionalizzazione, proponendo servizi mirati al suo stadio di sviluppo. A titolo incentivante, anche nel 2018, alle aziende partecipanti al Roadshow che incontrano i funzionari ICE, è stata proposta - a seconda dello stadio di sviluppo aziendale - l'erogazione a titolo gratuito di un servizio di formazione (Export Now) o di ricerca partner in un mercato estero, attraverso la rete degli Uffici ICE.





A partire dal 2019, in parallelo all'attività formativa a cura del competente Ufficio ICE, viene offerta alle imprese la possibilità di usufruire di uno sconto su tutti i servizi a catalogo ICE, in funzione della loro effettiva partecipazione ad una tappa del Roadshow. I risultati di questa attività di marketing sono evidenti: negli anni di realizzazione del Roadshow oltre il 60% delle aziende che si sono sedute ai tavoli Agenzia ICE, ha continuato la relazione usufruendo di servizi dedicati all'internazionalizzazione, di formazione o di ricerca di un partner estero.

Nello specifico, durante il Roadshow 2018, delle oltre 180 imprese che hanno avuto un incontro con Agenzia ICE per la definizione di un servizio di assistenza personalizzato in un mercato estero, 65 hanno poi beneficiato del servizio di ricerca partner; mentre sono state 121 le imprese che hanno proseguito il rapporto con l'Agenzia ICE usufruendo del servizio di formazione.

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 Agenzia ICE di assistenza / consulenza e formazione, ne sono state affiancate altre pensate per specifici target, come il desk specializzato per le imprese interessate a progetti di E-commerce, per la presentazione degli strumenti promozionali e formativi Agenzia ICE dedicati all'export attraverso i canali digitali. Si tratta di attività progettate per le piccole e medie imprese italiane allo scopo di presidiare un canale in forte crescita che registra incrementi di fatturato a doppia cifra ogni anno e che offre importanti opportunità commerciali soprattutto nei mercati europei, cinese e nordamericano. Altro desk specifico attivato nel corso degli anni di Roadshow è stato quello per le "Start-up innovative", in favore delle quali l'Agenzia ICE realizza iniziative promozionali dedicate ed incentivate.

Il gradimento delle aziende al progetto Roadshow è confermato dai dati di customer satisfaction rilevati in maniera diretta presso 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 2018 è stato del 98% mentre il giudizio espresso sugli incontri effettuati con l'Agenzia ICE è stato pari a 4,4 su 5 (Valori da 1 a 5, con 1 = del tutto insoddisfacente e 5 = molto soddisfacente). L'efficacia del Roadshow è comprovata anche dal suo impatto in termini di comunicazione: nel solo 2018 sono stati raccolti 368 tra articoli, interviste radio, servizi tv, approfondimenti e redazionali, mentre la copertura mediatica dal 2014 è di oltre 4.200 uscite stampa.

Nel corso del 2019 sono stati realizzati i seguenti Roadshow:

- Lamezia Terme - 27 marzo 2019
- Alessandria - 16 aprile 2019
- Modena - 29 maggio 2019



- Latina - 03 luglio 2019

mentre i prossimi in programma sono:

- Napoli - 1 ottobre 2019
- Campobasso - 23 ottobre 2019
- La Spezia - 14 novembre 2019
- Vicenza - 4 dicembre 2019

Attraverso il sito [www.roadshow.ice.it](http://www.roadshow.ice.it), le aziende italiane interessate possono consultare i programmi delle precedenti edizioni dei Roadshow e conoscere le sedi e le date dei prossimi eventi.

## B) Supporto alle più rilevanti manifestazioni fieristiche italiane di livello internazionale

Obiettivo primario dell'intervento è la valorizzazione dei grandi eventi di visibilità delle eccellenze italiane, allo scopo di rilanciare l'immagine della produzione italiana nel mondo e di rafforzare la presenza sui mercati esteri delle singole aziende, con ricadute positive sui livelli occupazionali.

A livello europeo le manifestazioni fieristiche italiane, secondo dati UFI (Unione Fiere Internazionali), si posizionano mediamente al secondo posto per numero di visitatori esteri; le manifestazioni a più diretta concorrenza si svolgono in Germania e Francia.

Gli interventi di potenziamento configurano un sostegno ad ampio raggio, rivolto ai principali eventi fieristici rappresentativi dell'eccellenza italiana, sia nei settori dei beni di consumo (food e non-food) che dei beni strumentali.

Nel periodo 2015/2018 le fiere italiane hanno potuto contare su un supporto pari a 124 milioni di euro. Nel quadriennio passato, è stato dato supporto a 180 diverse edizioni di manifestazioni fieristiche.

Nel 2018, sono state sostenute 55 manifestazioni, che hanno visto la partecipazione di circa 4.800 operatori esteri e l'organizzazione di 38.000 incontri B2B.

Per il 2019, con uno stanziamento di 29 milioni di euro, è previsto il finanziamento di 67 edizioni di 55 fiere, con un forte impegno sul sistema Moda (circa 2/3 dello stanziamento), seguito da Tecnologia e Food & Beverage.

Tra i principali eventi sostenuti dal piano di potenziamento, si ricordano: Salone del Mobile, Cersaie, Milano Unica, VicenzaOro, Pitti, Vinitaly, Cibus, Mido, Micam, White, Homi, Marmo+mac, Cosmoprof, Ecomondo, Bimu.



Oltre a tali grandi eventi, fortemente consolidati a livello internazionale nei rispettivi settori, ICE - Agenzia fornisce il proprio supporto anche a poli fieristici "di nicchia" come:

- Ferrara (restauro)
- Cremona (strumenti musicali)
- Genova (nautica)
- Vicenza (gioielleria)
- Arezzo (gioielleria)
- Bari (agroindustria)
- Parma (agroalimentare)
- Firenze (moda)
- Carrara (marmo)
- Roma (audiovisivo ed innovazione)

Per ognuna delle manifestazioni selezionate viene messa in campo una serie di azioni di supporto che prevedono in particolare:

- un piano di comunicazione sui media nazionali e internazionali,
- massicci piani di ospitalità di buyers provenienti da diversi Paesi del mondo ed inviti a giornalisti di testate specializzate e non,
- organizzazione di eventi speciali "su misura" che coinvolgano anche i territori e i marchi più noti e prestigiosi del "Made in Italy",
- presenze collettive ed istituzionali a principali fiere estere, come veicolo per la diffusione della conoscenza della manifestazione italiana all'estero.



### 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;

Tale linea di intervento vede un ampio volume di attività promozionale, finalizzata al sostegno sui mercati internazionale delle esportazioni italiane di prodotti agroalimentari e di vini.

L'Industria alimentare italiana rappresenta il secondo settore produttivo dopo il settore metalmeccanico e contribuisce per circa l'8% al PIL nazionale. Il fatturato totale nel 2018 è stato di 140 miliardi di Euro per l'industria alimentare (+2%). Il valore complessivo delle esportazioni di prodotti appartenenti al settore agro-alimentare è arrivato, al 2018, a superare i 41 miliardi di euro.

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

#### ***Elenco delle principali attività promozionali 2018 - 2019 in favore dei settori agroalimentari e vini, finanziate a valere sulla Linea C) del Piano Straordinario (in ordine decrescente di stanziamento):***

Iniziativa	Paese	Settore
PROMOZIONE VINO IN USA EVENTI TRADE E FORMAZIONE	STATI UNITI	VINO DI UVE
WINTER E SUMMER FANCY FOOD 2019	STATI UNITI	ALIMENTARI E BEVANDE
PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A PLMA AMSTERDAM 2019	PAESI BASSI	PRIVATE LABEL
PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A PLMA CHICAGO 2019	STATI UNITI	PRIVATE LABEL
VALORIZZAZIONE VINO ITALIANO IN CANADA 2019-2020	CANADA	VINO DI UVE
PLMA AMSTERDAM 2020 - ANTICIPO AREA ESPOSITIVA	PAESI BASSI	PRIVATE LABEL
PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A WORLD FOOD 2019	RUSSIA	ALIMENTARI E BEVANDE
AZIONI COLLATERALI A SUPPORTO DELLA PRESENZA ITALIANA A HONG KONG INTERNATIONAL WINE & SPIRITS FAIR	CINA	VINO DI UVE



PARTECIPAZIONE A EVENTI IN CANADA	CANADA	ALIMENTARI E BEVANDE
I LOVE ITALIAN WINES CHINA TOURS 2018-2019	CINA	VINO DI UVE
PROMOZIONE VINO IN CINA - AZIONI OFFLINE E WINE SHOPS	CINA	VINO DI UVE
PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A IFE 2019	REGNO UNITO	ALIMENTARI E BEVANDE
PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A PROWINE HONG KONG 2019	CINA	VINO DI UVE
PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A VINISUD/VINOVISION PARIS 2019	FRANCIA	VINO DI UVE
PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A ANTAD/ALIMENTARIA 2019	MESSICO	ALIMENTARI E BEVANDE
BORSA VINI IN CENTRO E SUD AMERICA	VARI AMERICA CENTRALE E MERIDIONALE	VINO DI UVE
AZIONI PROMOZIONALI IN FAVORE DEL VINO IN GIAPPONE 2019	GIAPPONE	VINO DI UVE
BORSA VINI E AZIONI PROMOZIONALI NEL SUD-EST ASIATICO	VARI PACIFICO	VINO DI UVE
PARTECIPAZIONE A EXPO AGROFUTURO MEDELLIN 2019	COLOMBIA	ALIMENTARI E BEVANDE
INCOMING A B2CHEESE	ITALIA	ALIMENTARI E BEVANDE
AZIONI PROMOZIONE SETTORE LATTIERO CASEARIO IN COLLABORAZIONE CON ASSOLATTE	VARI MONDO	PRODOTTI LATTIERO CASEARI
PARTECIPAZIONE E AZIONI COLLATERALI A BUDAPEST WINE SHOW 2019	UNGHERIA	VINO DI UVE

Tra le iniziative più importanti realizzate a valere sulla linea di intervento C) del Piano Straordinario, si segnala il "Summer Fancy Food" di New York, che si è tenuto tra il 23 ed il 25 giugno 2019.

Al Padiglione Italiano, il più ampio dell'area internazionale, hanno partecipato oltre 300 aziende che hanno presentato l'intera gamma del Made in Italy agroalimentare sotto il segno distintivo "The Extraordinary Italian Taste".

La manifestazione conferma la positiva performance dell'export agroalimentare italiano negli USA: nel 2018 le vendite hanno totalizzato 5,18 miliardi di dollari, in crescita del 7,9% rispetto al 2017. L'Italia è il primo fornitore degli USA, con quote di mercato elevate, in numerosi comparti quali: vino, pasta, olio di oliva, formaggi, aceto balsamico e acque minerali.

Nell'ambito della campagna "I love ITALian wines" per la promozione del vino italiano in Cina, sono stati realizzati numerosi corsi sui vini e liquori italiani, che si sono tenuti nelle città di Pechino, Shanghai, Canton, Chengdu,



Shenzhen, Xi'an, Nanning, Changsha, Wuhan, Tianjin, Qingdao, Wenzhou e Zhengzhou, formando più di 660 promotori cinesi del vino italiano nella "Terra di Mezzo".

A Pechino e Canton i corsi sono seguiti dagli eventi di comunicazione offline2online "I love ITALian wines" che rilanciano sulle piattaforme web cinesi anche attraverso main blogger e loro live streaming, il messaggio di "Italia primo paese produttore al mondo di vino e quello con la più ampia varietà di vitigni". Con questi eventi e la diffusione sui canali cinesi del video "Italian wines: taste the passion", diffuso sui principali network digitali della "Terra di Mezzo" e sugli smartphone di una clientela ben targettizzata, saranno raggiunti oltre 300 milioni di contatti in Cina, il 75% in modalità digital.

Sempre a valere sugli stanziamenti previsti nella Linea di Intervento C), si è tenuta nel maggio 2019 la manifestazione PLMA ad Amsterdam, dedicata alla diffusione di prodotti alimentari e non alimentari che vengono prodotti per "conto terzi" ed immessi sul mercato attraverso la distribuzione organizzata, con il marchio commerciale del distributore.

Sono state complessivamente 183 le aziende italiane che hanno partecipato alla manifestazione, evento espositivo di assoluta rilevanza per gli operatori economici del Private Label, soprattutto per i grandi buyer delle maggiori catene della GDO europea, statunitense, canadese e giapponese.

Le imprese italiane erano ripartite in due gruppi in base alla merceologia: nella sezione "Food" erano presenti 144 aziende operanti nei comparti dell'agro-alimentare (aceto, olio, prodotti dolciari e da forno, pasta, conserve, ecc.) e dei prodotti deperibili (surgelati, latticini, insaccati, ecc.). Inoltre, nella sezione "Non Food", esponevano 39 società relative ai comparti dei prodotti per la pulizia e cura della persona, prodotti per la casa, piccoli oggetti usa e getta.

## D) Sostegno alla penetrazione dei prodotti italiani nei diversi mercati, anche attraverso appositi accordi con le reti di distribuzione

La Linea di Attività D) stanziava risorse destinate alla promozione del Made in Italy attraverso la Grande Distribuzione Organizzata (GDO), che si configura come un fenomeno globale in continua crescita, capace di conquistare quote di mercato di importanza strategica attraverso una presenza radicata ed un ruolo preponderante nel retail.

La limitata presenza di prodotti italiani nelle catene della grande distribuzione organizzata costituisce per l'Italia un ostacolo significativo alla promozione del Made in Italy nei mercati internazionali.

Proprio per favorire la penetrazione sistematica dei mercati esteri da parte delle produzioni italiane di qualità, in particolar modo per quelle di aziende di piccole e medie dimensioni, a partire dal 2015 è stata introdotta nel Piano straordinario di promozione del Made in Italy e attrazione degli investimenti esteri una specifica linea di intervento



D). Lo stanziamento previsto consente all'Agenzia ICE di fornire supporto alle aziende italiane, tramite la stipula di partnership con alcune tra le più importanti catene della GDO operanti nei principali mercati esteri.

Al fine di inserire "a scaffale" i marchi Made in Italy, soprattutto quelli ancora non presenti nei mercati internazionali e quelli di aziende di medie e piccole dimensioni, la GDO costituisce una componente strategica per sostenere le aziende italiane nella conquista di quote di mercato maggiori, anche grazie all'integrazione con le attività e-commerce.

Attraverso le partnership realizzate nel settore della GDO, l'Agenzia ICE si prefigge di raggiungere i seguenti obiettivi:

- Incrementare il numero e il valore delle vendite di prodotti Made in Italy
- Promuovere la visibilità e la riconoscibilità del marchio Made in Italy
- Consolidare e migliorare le performance dei marchi già esistenti
- Inserire nuovi brand e nuovi prodotti
- Promuovere l'immagine del Made in Italy attraverso il potenziamento della comunicazione

Gli accordi realizzati dall'Agenzia ICE in ambito GDO prevedono la partecipazione attiva della controparte straniera che si impegna a co-finanziare una campagna promozionale e ad acquistare nuovi prodotti di marchi italiani non ancora commercializzati dalla catena.

La realizzazione di tali accordi si affianca ad altre attività che ne integrano e rafforzano l'efficacia, tra cui:

- Scouting di potenziali aziende in possesso dei requisiti necessari per accedere ai mercati internazionali
- Organizzazione di incontri tra produttori italiani e potenziali retailer esteri sia in Italia che all'estero durante fiere, workshop, incontri B2B, visite di delegazioni commerciali, etc.
- Promozione di una corretta comunicazione rivolta ai retailer e ai consumatori esteri circa l'autenticità dei prodotti italiani
- Campagne promozionali di prodotti italiani sulle piattaforme web attraverso gli strumenti digitali e integrazione delle attività tradizionali con le attività e-commerce per la realizzazione di promozioni multichannel
- Monitoraggio dei risultati rispetto agli obiettivi prefissati

Nel 2018 le azioni dell'Agenzia ICE in ambito GDO hanno interessato sia il settore agroalimentare che il sistema moda e persona, concentrandosi principalmente in Stati Uniti d'America, Canada, Regno Unito, Svizzera, Giappone, Corea del Sud, Cina e Hong Kong.



Complessivamente, nel 2018 l'Agenzia ICE ha portato a termine 18 iniziative che hanno coinvolto circa 5.828 punti vendita, alla presenza di più di 1.400 aziende, di cui 300 nuove.

Negli Stati Uniti d'America, per il settore agroalimentare risultano di particolare interesse le attività condotte nel quadro dell'accordo siglato con Walmart, prima catena al mondo per fatturato vendite (fonte Deloitte), in 1<sup>a</sup> posizione nella classifica 50 GDO USA e presente su tutto il territorio statunitense con più di 3.000 punti vendita. L'accordo con Walmart ha consentito di portare a scaffale 46 nuovi prodotti. Grazie all'accordo, è stata inoltre realizzata una linea di prodotti a marchio Walmart importati direttamente dall'Italia, che determinerà un ulteriore incremento delle nostre esportazioni di prodotti in private label.

Oltre a quella con Walmart, l'Agenzia ICE ha contribuito all'attuazione di numerose altre promozioni negli Stati Uniti, coinvolgendo alcune tra le più importanti catene statunitensi tra cui Meijer, Schnuck's, H.E.B., Wakefern, Rouses, Hy-vee e Sam's Club. Complessivamente, queste attività promozionali hanno contribuito a introdurre nel mercato statunitense più di 300 nuovi prodotti italiani e più di 100 nuovi fornitori in oltre 700 punti vendita.

La più importante attività condotta nel 2018 in territorio statunitense per il sistema moda-persona riguarda il settore della gioielleria a cui hanno preso parte 138 aziende italiane di cui 53 newcomers. L'Agenzia ICE ha realizzato in tal senso attività promozionali di successo in partnership con alcune rinomate catene tra cui Macy's, Ben Bridge, Costco, Ross Simon, Saks 5th e Neiman Marcus, interessando oltre 1.500 punti vendita e avvalendosi ampiamente dei canali di vendita e-commerce.

Per il settore moda, inoltre, sono state realizzate azioni sia con alcune catene leader nella vendita di prodotti di alta qualità, come ad esempio Bergdorf Goodman, che con affermati Independent Retailers. Particolare attenzione è stata posta all'introduzione di nuovi marchi e all'integrazione delle attività in store con quelle online, così come alla vendita attraverso le piattaforme di e-commerce. Particolarmente interessanti in questo senso risultano le attività di promozione condotte con il partner Bergdorf Goodman a cui hanno partecipato 129 aziende italiane di cui 47 nuove. La campagna promozionale si è sviluppata in modalità omnichannel grazie a una copertura orizzontale sui principali social media, campagne pubblicitarie online, email, promozioni negli store e inserzioni nella rivista dedicata BG. Sul sito BG.com sono stati inoltre presentati 11 Lookbook attivi per tutta la durata della promozione. I Lookbook sono stati creati sulla base di immagini della Milano Fashion Week in modo da consentire ai visitatori di cliccare direttamente sui prodotti desiderati per acquistarli online.

Nel Regno Unito, l'attività promozionale in ambito GDO per il settore agroalimentare e vini si è perfettamente integrata con le attività e-commerce, grazie all'accordo siglato con il partner OCADO, principale player britannico per le vendite online per il settore di riferimento. Nel 2018, sono state portate avanti tre campagne promozionali





online che hanno contribuito ad aumentare del 10% le vendite di prodotti italiani. Nel solo maggio 2018 il banner promozionale dell'Agenzia ICE nella pagina OCADO ha ricevuto 1,5 milioni di visualizzazioni, aumentando considerevolmente il tasso di conversione visualizzazioni/azioni (+140%).

Anche in Canada l'integrazione tra attività online e offline si è rivelata una strategia di successo. In particolare, nel 2018 l'Agenzia ICE ha portato avanti attività promozionali in-store con la GDO Longo's articolando il progetto in sinergia con la piattaforma online Grocery Gateway.

Tra le iniziative di successo in Europa è da segnalare l'iniziativa realizzata in Svizzera con il partner Manor, il principale gruppo di grandi magazzini elvetico. L'iniziativa portata avanti dall'Agenzia ICE è iniziata a gennaio 2018 con una promozione a doppia pagina sulla rivista Manor. La collaborazione tra Agenzia ICE e Manor ha contribuito a rafforzare la visibilità dei prodotti biologici italiani, oltre che a favorire le vendite.

Nei mercati asiatici, come ad esempio in Giappone e in Corea del Sud, sono state realizzate importanti iniziative riguardanti il sistema moda-persona. L'iniziativa realizzata con il partner sud-coreano Galleria merita una menzione a parte, considerato l'ambito di azione della promozione. Sebbene la promozione fosse incentrata prevalentemente sulla moda uomo, l'iniziativa è stata anche un'occasione per promuovere all'interno della Prosecco Reception tutta una serie di alimenti e bevande tipici del lifestyle italiano.

## F) Realizzazione di campagne di promozione strategica nei mercati più rilevanti e di contrasto al fenomeno dell'Italian sounding;

***Le iniziative promozionali più significative realizzate a valere sulla Linea F) nel periodo 2018 - 2019 sono le seguenti (in ordine decrescente di stanziamento):***

Iniziativa	Paese	Settore
CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE FOOD & BEVERAGE	STATI UNITI	ALIMENTARI E BEVANDE
CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE FOOD & WINE NEGLI USA	STATI UNITI	ALIMENTARI E BEVANDE
CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE FOOD & WINE IN CINA	CINA	ALIMENTARI E BEVANDE
CAMPAGNA PROMOZIONE STRATEGICA E CONTRASTO ITALIAN SOUNDING IN PAESI VARI MONDO	ITALIA	PLURISETTORIALE
PARTECIPAZIONE ISTITUZIONALE A CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO - II EDIZIONE	CINA	PLURISETTORIALE

CAMPAGNA PROMOZIONE STRATEGICA E CONTRASTO ITALIAN SOUNDING IN NORD AMERICA	VARI NORD AMERICA	PLURISETTORIALE
MECCANICA USA 2018-2019. COMUNICAZIONE STRATEGICA	STATI UNITI	MACCHINE ED APPARECCHI MECCANICI
PROGETTO FORMAZIONE USA	STATI UNITI	VINO DI UVE
CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE FOOD & WINE IN GIAPPONE	GIAPPONE	ALIMENTARI E BEVANDE
PROMOZIONE DEI FORMAGGI ITALIANI IN GIAPPONE	GIAPPONE	PRODOTTI LATTIERO CASEARI
AZIONI DI COMUNICAZIONE E A SUPPORTO MODA ITALIA E SHOES FROM ITALY TOKYO 2019	GIAPPONE	SISTEMA MODA
PROGETTO EURASIA - COMUNICAZIONE STRATEGICA	VARI MONDO	MACCHINE ED APPARECCHI MECCANICI
AZIONI A SUPPORTO DI MILANO UNICA CINA (EDIZ. MARZO 2019)	CINA	TESSILI
AZIONI DI SUPPORTO ALLA MANIFESTAZIONE OBUV MIR KOZHI - 2 EDIZIONI	RUSSIA	CUOIO, ARTICOLI DA VIAGGIO, BORSE, CALZATURE, ARTICOLI DA CORREGGIAIO E SELLERIA
DESK INNOVAZIONE PARIGI E SINGAPORE	VARI MONDO	PLURISETTORIALE, BENI A TECNOLOGIA AVANZATA
MACHINES ITALIA MAGAZINE E AZ. ORIZZONTALI/MECC IND. LE/PLURISETT	VARI MONDO	MACCHINE ED APPARECCHI MECCANICI
MONITORAGGIO STRATEGICO E SUPPORTO A PROGETTI DI FILIERA IN PERÙ	PERU'	MACCHINE ED APPARECCHI MECCANICI
PROTOCOLLO D'INTESA MISE - DANTE ALIGHIERI: FORUM ITALIA ARGENTINA	ARGENTINA	PLURISETTORIALE

Nell'ambito della Linea F) è da sottolineare l'importante ruolo promozionale assegnato alle campagne di comunicazione (Stati Uniti, Cina, Giappone), che hanno notevole rilievo per la diffusione, presso gli operatori commerciali ed i consumatori finali, della qualità dell'autentico "Made in Italy", opposto all'"Italian Sounding" che produce annualmente danni stimati in circa 100 miliardi di euro in mancate esportazioni.

Sempre all'interno della Linea F), ICE - Agenzia organizzerà a novembre 2019 la partecipazione alla seconda edizione della China International Import Expo, che si terrà a Shanghai, in cui l'Italia sarà uno dei Paesi "ospiti d'onore".

La partecipazione italiana alla CIIE si svolgerà nove mesi dopo la firma del Memorandum d'Intesa sulla cooperazione nel progetto "Belt and Road", siglato da Cina e Italia durante la visita di Stato a Roma del presidente cinese Xi Jinping nel marzo scorso, e che rappresenta un nuovo punto di partenza nella storia delle relazioni tra i due Paesi.

Il "Padiglione Italia" alla CIIE consentirà ai visitatori cinesi di sperimentare la qualità del "Made in Italy", anche attraverso la tradizione artistica del nostro Paese e la sua architettura rinascimentale, rappresentate grazie ai mezzi forniti dalle tecnologie più avanzate.

Oltre alle attività connesse all'allestimento ed all'animazione del Padiglione ufficiale italiano, ICE - Agenzia coordinerà la realizzazione di alcuni seminari tematici, riguardanti i seguenti argomenti:

- Innovazione industriale e sostegno alle Start - Up,
- Città intelligenti ed urbanizzazione,
- Salute, benessere e turismo,
- Design, architettura e stile di vita,
- Qualità e sostenibilità in agricoltura e nell'industria alimentare.

## G) Sostegno all'utilizzo degli strumenti di e-commerce da parte delle piccole e medie imprese;

La strategia digitale Agenzia ICE (<https://www.ice.it/it/e-commerce>) è uno dei punti chiave delle attività a sostegno del Made in Italy sui mercati internazionali, dominati dalla crescente importanza del marketing omnichannel in cui le vendite retail, attraverso i canali digitali, sono destinate a superare nel 2019 i 3.400 miliardi di dollari (fonte: Statista), rispetto ai 2.800 miliardi del 2018.

L'obiettivo di ICE è duplice: agevolare ed incentivare l'accesso delle aziende italiane (soprattutto PMI) ai canali distributivi online (marketplace internazionali e retailer digitali), e generare traffico in grado di sostenere la performance economica degli store gestiti dalle nostre imprese, assicurando visibilità ed engagement tra i consumatori millennial, con un focus su Cina, USA, Unione Europea - Paesi che guidano la crescita del commercio elettronico internazionale.

La strategia si articola su tre linee guida:

- accordo con i maggiori marketplace globali per generare traffico sui negozi virtuali italiani presenti sulle piattaforme;



- partnership con retailer digitali (c.d. e-tailer) che acquistano prodotti italiani e li promuovono all'estero sulle proprie piattaforme attraverso piani marketing omnichannel concordati con ICE;
- estensione degli accordi GDO e retail tradizionali ai canali e-commerce dei partner internazionali coinvolti.

L'Italia sconta un ritardo importante: siamo in quart'ultima posizione davanti solo a Grecia, Bulgaria e Romania nella classifica della Commissione Europea in base ai parametri del Digital Economy and Society Index (DESI) 2018, che considerano connettività, capitale umano, utilizzo di internet, integrazione con le tecnologie digitali e digital public services.

Solo il 7.9% delle nostre piccole e medie imprese vende online, contro la media dell'UE pari al 17.2%. L'Italia è in ritardo ma possiede un grande potenziale, che ICE Agenzia intende liberare con una strategia efficace, concreta e rivolta a potenziare i canali B2B e B2C con iniziative promozionali mirate.

Le piccole e medie imprese hanno pertanto nel piano promozionale dell'ICE un ecosistema che consente innanzitutto di sviluppare skills fondamentali per accedere ai canali digitali, grazie al fitto calendario di iniziative di formazione che ICE organizza su tutto il territorio (riepilogate sul sito [www.expotraining.ice.it](http://www.expotraining.ice.it)), e ai progetti promozionali sulla distribuzione.

Nelle attività con i marketplace spicca il progetto HelloITA, attivo sulle piattaforme TMall e TMall Global di Alibaba Group, il più grande marketplace della Cina, che ha già generato quasi 20 milioni di visitatori unici e quasi 100mila follower, con un flusso di traffico importante per i circa cento brand italiani presenti. Inoltre nel marzo 2019 HelloITA è risultato primo classificato nella speciale classifica di Alibaba che analizza le diverse categorie in cui concorrono i marchi più prestigiosi presenti nella piattaforma cinese, confrontando le rispettive performance in base all'aumento dei follower, alla creazione dei contenuti e alla interazione con i fan. HelloITA ha ottenuto il primo posto, in termini di interazione con i fan in tutte le categorie dei marchi ed al primo posto nella creazione contenuti.

Negli accordi con i retailer digitali, dove sono invece previsti investimenti ad opera delle controparti nel buying di prodotto e nell'inserimento di nuovi prodotti ed aziende italiane nei propri cataloghi digitali, sono state siglate partnership con players internazionali importanti. Tra queste meritano una menzione la partnership con Yoox, che ha visto l'acquisto di quasi 3mila referenze di 120 PMI emergenti italiane (di cui 46 nuove aziende totalmente newcomer) per uno shop in shop attivo da fine settembre 2018 per un anno in Cina e negli Stati Uniti, che ha generato traffico e vendite per brand emergenti della moda italiana. Inoltre, per il mercato UK ed il settore agroalimentare, spicca l'accordo con Ocado.com, top retailer digitale britannico: il progetto ha generato l'incremento del 15% delle referenze italiane presenti ed un raddoppio del cash added value dei prodotti italiani al termine della promozione.



A maggio 2019, è stata presentata la campagna promozionale che ICE - Agenzia organizza a seguito di un apposito accordo con il gigante dell'e-commerce Amazon. Nello specifico, tale azione punta a sostenere le piccole e medie imprese italiane sui portali Amazon attivi in Regno Unito, Francia, Germania, Spagna e USA.

Amazon e Agenzia ICE, con questo progetto, selezioneranno almeno 600 nuove aziende, di cui 350 nella condizione di zero export (meno di 25mila euro di fatturato sui mercati internazionali). I venditori presenti nella vetrina Made in Italy di Amazon otterranno un flusso aggiuntivo di traffico, per un periodo di 18 mesi, generato dalle campagne di advertising finanziate dall'Agenzia ICE, allo scopo di incrementare la loro visibilità sugli store digitali.

"Made in Italy" di Amazon è una vetrina (presente su Amazon.it, Amazon.co.uk, Amazon.de, Amazon.fr, Amazon.es e Amazon.com) che dà visibilità ai prodotti realizzati da aziende artigiane, piccole e medie. La vetrina prevede percorsi dedicati all'interno delle sezioni "Cucina e cantina" (Food & Wine), "Casa e arredo" (Design), "Abiti e accessori" (Fashion) e "Bellezza e benessere" (Beauty), oltre ad alcune regioni italiane.

Al fine di formare ed agevolare le PMI italiane ad utilizzare efficacemente tale innovativo canale distributivo, sono state messe a loro disposizione numerose risorse: pagina web ([www.ice.it/it/amazon](http://www.ice.it/it/amazon)), guide online su come operare al meglio nell'e-commerce, canali di contatto con funzionari ICE, presentazioni nel corso dei Roadshow, eventi di formazione offline e online (webinar). In merito, Amazon fornisce l'accesso, a tutti i propri venditori, a materiale consultabile online su come sviluppare al meglio il percorso di vendita (<https://services.amazon.it/supporto/eventiwebinar.html>).

Oltre alle attività di promozione del "Made in Italy" sui principali portali di e-commerce, nel 2019 proseguiranno i corsi formativi ([www.exporthaining.ice.it/it/](http://www.exporthaining.ice.it/it/)) sul territorio, arrivando a servire oltre 1.200 aziende in format progettati in maniera specifica per l'acquisizione delle competenze necessarie a vendere ed esportare online con successo. Un vero e proprio ecosistema di training e promozione che punta ad incrementare in maniera incisiva il numero delle PMI italiane che esportano attraverso i canali online. Un programma di formazione ed accompagnamento orientato a trasformare le conoscenze in competenze, addestrando le imprese e le loro risorse ai temi più rilevanti per l'export online come il web marketing, la redazione di business plan digitali efficaci, il social media marketing, e molto altro ancora.



## H) Realizzazione di tipologie promozionali innovative per l'acquisizione e la fidelizzazione della domanda dei mercati esteri;

### **Principali iniziative 2018 - 2019 finanziate a valere sulla Linea di attività H), elencate in ordine decrescente di stanziamento:**

Iniziativa	Paese	Settore
GLOBAL START UP SCALE UP PROGRAM - FASE INCUBAZIONE ESTERA	VARI MONDO	PLURISETTORIALE, BENI A TECNOLOGIA AVANZATA
AZIONI DI SUPPORTO AL SALONE DEL MOBILE DI SHANGHAI 2019	CINA	MOBILI
AZIONI DI SUPPORTO AL SALONE DEL MOBILE DI MOSCA 2019	RUSSIA	MOBILI
COLLETTIVA ALLA FIERA GIFA DUESSELDORF 2019 (COMPLETAMENTO)	GERMANIA	MACCHINE PER LA METALLURGIA
FIERE ED AZIONI DI PROMOZIONE DEL SETTORE MODA IN CINA	CINA	SISTEMA MODA
AZIONI DI SUPPORTO AL SETTORE AGROALIMENTARE IN COLLABORAZIONE CON CONFARTIGIANATO	VARI MONDO	ALIMENTARI E BEVANDE
AZIONI DI PROMOZIONE DELL'ECOSISTEMA INNOVATIVO ITALIANO IN RUSSIA	RUSSIA	PLURISETTORIALE, BENI A TECNOLOGIA AVANZATA
CENTRO TECNOLOGICO LAVORAZIONE MARMO IN PAKISTAN	PAKISTAN	MACCHINE LAVORAZIONE MARMO
PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A ADIPEC 2019	EMIRATI ARABI UNITI	MACCHINE E APPARECCHI PER INDUSTRIE CHIMICHE, PETROLCHIMICHE E PETROLIFERE
COMUNICAZIONE VERTICALE	STATI UNITI	MACCHINE ED APPARECCHI MECCANICI
DESK E AZIONI ORIZZONTALI MACHINES ITALIA	VARI MONDO	MACCHINE ED APPARECCHI MECCANICI
PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A ICFF NEW YORK 2019	STATI UNITI	MOBILI, ALTRE INDUSTRIE MANIFATTURIERE



AZIONI DI PROMOZIONE FILIERA CALZATURE-PELLETTERIA NEGLI USA	STATI UNITI	CUOIO, ARTICOLI DA VIAGGIO, BORSE, CALZATURE, ARTICOLI DA CORREGGIAIO E SELLERIA
AZIONI A FAVORE DEL RESTAURO - SALONE INTERNAZIONALE DEL RESTAURO 2019	ITALIA	RESTAURO
PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA JIS MIAMI ED. OTT. 2019	STATI UNITI	GIOIELLERIA E OREFICERIA
COLLETTIVA A FIERE MODA DONNA USA	STATI UNITI	ARTICOLI DI VESTIARIO; PELLICCE
AZIONI A FAVORE DEL SETTORE DEL RESTAURO	VARI MONDO	RESTAURO
PROGETTO RESTAURO CUBA	CUBA	RESTAURO
PROMOZIONE OCCHIALERIA ITALIANA IN AMERICA	STATI UNITI	MONTATURE PER OCCHIALI
CERAMICS OF ITALY A MAISON & OBJET 2019	FRANCIA	PIASTRELLE E LASTRE IN CERAMICA PER PAVIMENTI E RIVESTIMENTI
COLLETTIVA A FIERE MODA DONNA USA	STATI UNITI	SISTEMA MODA
CENTRO TECNOLOGICO SULL'INDUSTRIA CALZATURIERA IN PAKISTAN	PAKISTAN	MACCHINE E APPARECCHI PER L'INDUSTRIA DELLE PELLI
CENTRO TECNOLOGICO SULL'INDUSTRIA TESSILE IN PAKISTAN	PAKISTAN	MACCHINE TESSILI
FORUM SULLA COOPERAZIONE ITALO-CINESE SU MERCATI TERZI	CINA	PLURISETTORIALE
PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA MAISON&OBJET 2019 - SETTORE ARTIGIANATO	FRANCIA	MOBILI, ALTRE INDUSTRIE MANIFATTURIERE
PARTECIPAZIONE COLLETTIVA AL SIL 2019	FRANCIA	BIANCHERIA INTIMA (LINGERIE)
PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA AMBIENTE DI FRANCOFORTE	GERMANIA	MOBILI, ALTRE INDUSTRIE MANIFATTURIERE
AZIONI PREPARATORIE PER EXPO DUBAI 2020	EMIRATI ARABI UNITI	PLURISETTORIALE, PREVALENTEMENTE BENI STRUMENTALI



L'iniziativa di maggiore impatto in termini di stanziamento, all'interno della linea H), è il Global Start Up Program, che intende attuare misure specifiche per il sostegno e lo sviluppo delle imprese emergenti italiane, il cui prodotto o servizio presenti potenzialità a livello internazionale.

ICE – Agenzia organizza, in favore di 120 start up innovative italiane, un percorso destinato a rafforzare le loro capacità tecniche, organizzative e finanziarie per affrontare nuovi mercati con particolare riferimento a ICT (blockchain, intelligenza artificiale, cyber security, industria 4.0, fintech); automotive e robotica (batterie e auto elettriche, guida autonoma, future mobility, applicazioni per il car sharing 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 progetto intende, nella prima fase, implementare e consolidare le competenze tecnico-manageriali (sui temi di scale - up internazionale, proprietà intellettuale e project work) delle start up; nella seconda fase, favorire nuove opportunità di business e di attrazione di investimenti internazionali, tramite formazione specialistica con forte caratterizzazione pratica indirizzata al management delle start up; stage all'estero da 3 a 6 mesi presso incubatori selezionati nei Paesi focus (Regno Unito, Stati Uniti d'America, Cina, Giappone, Corea del Sud e Slovenia), finanziato attraverso l'erogazione di un contributo.

Un'altra iniziativa di consistente impatto promozionale nell'ambito della Linea di attività H) sono le azioni di supporto al Salone del Mobile a Mosca, le cui ultima edizione si è tenuta nell'ottobre 2018.

La versione moscovita del Salone del Mobile di Milano rappresenta l'appuntamento internazionale più importante per il mercato russo e dei Paesi CSI nel settore dell'arredo e del design, cui hanno partecipato nel 2018 ben 239 aziende italiane, a rappresentare una vasta offerta merceologica che spazia dagli arredi agli imbottiti, agli apparecchi per l'illuminazione, le cucine, i mobili per ufficio, l'arredo-bagno, i prodotti tessili ed i complementi d'arredo.

L'Agenzia ICE sostiene il Salone del Mobile.Milano Moscow con numerose attività a supporto e promozione tra cui l'incoming, che nel 2018 ha visto la presenza di 170 operatori del settore, selezionati da 27 città' della Federazione Russa e da Bielorussia, Armenia, Georgia, Azerbaijan, Kazakhstan e Uzbekistan che hanno partecipato ad un ampio programma nutrito di visite alle aziende ed oltre 4.400 incontri B2B programmati.

Intensa anche la campagna pubblicitaria finanziata per promuovere la presenza italiana tramite inserti e pagine pubblicitarie sulle maggiori riviste economiche specializzate, diffuse nella Federazione Russa fino alle Regione Siberiana. Le attività di comunicazione sono state realizzate anche via web sui portali russi specializzati nel settore arredamento e interior design più' visitati e diffusi.





La linea di attività H) ha consentito ad ICE - Agenzia di organizzare una collettiva italiana, presso la GIFA di Düsseldorf (25 - 29 giugno 2019), manifestazione di riferimento a livello globale nel settore della tecnologia per fonderia e metallurgia. Grazie alla consolidata collaborazione con l'associazione di categoria AMAFOND, è stata coordinata la presenza di 41 aziende espositrici, che hanno presentato le seguenti tecnologie: macchinari, impianti, forni per fusione, pressofusione e prodotti di consumo per tutti i tipi di fonderie, sia per il settore dei metalli ferrosi che non ferrosi.

Nel corso di GIFA 2019, la partecipazione italiana ha incluso un'esposizione di sculture, accessori architettonici, arredi urbani e sistemi di illuminazione, destinati a confermare la duttilità ed eleganza dei manufatti in metallo, che migliorano l'estetica e la funzionalità delle moderne metropoli.

Un particolare risalto è stato dato alla ricorrenza dei 500 anni dalla morte di Leonardo da Vinci, uno dei più grandi geni dell'umanità. All'interno del Padiglione Italia, è stato proiettato un video sulla storia del Cavallo di Leonardo, progetto di una fusione in bronzo di un cavallo di otto metri di altezza, dedicato a Francesco Sforza, progettato da Leonardo da Vinci dal 1482 al 1493.

Nell'ambito del Progetto "Machines Italia", destinato a promuovere la meccanica strumentale italiana negli Stati Uniti, a novembre 2019 verranno realizzati gli Innovation days, il cui obiettivo è evidenziare la capacità delle imprese e della ricerca italiane di applicare le tecnologie più avanzate all'industria manifatturiera.

L'iniziativa si svolgerà sullo sfondo di due importanti eventi statunitensi: la conferenza annuale IMECE a Salt Lake City, organizzata dall'Associazione degli Ingegneri Meccanici Americani (ASME) e la fiera Fabtech di Chicago, organizzata dalla Società Statunitense degli Ingegneri Meccanici (SME). Il programma di lavoro sarà articolato in una serie di momenti che consentiranno di interagire con controparti di grande interesse, sia sul versante della ricerca e dell'innovazione industriale sia su quello commerciale.

A favore del settore arredamento, la Linea H) ha fornito gli stanziamenti relativi alla realizzazione, nel maggio 2019, di una collettiva italiana in occasione della fiera ICFF – International Contemporary Furniture Fair di New York, evento di riferimento negli USA per il mobile contemporaneo e di design. La collettiva italiana, organizzata in collaborazione con Confartigianato e CNA, ha accolto 21 aziende, che rappresentano le migliori proposte dell'artigianato italiano per i settori dell'oggettistica da regalo, complementi di arredo, illuminazione e tessile.

A sostegno delle aziende italiane produttrici di articoli di abbigliamento, la Linea H) ha incluso le risorse promozionali necessari per la realizzazione della collettiva organizzata da ICE - Agenzia presso la 31esima edizione della China International Fashion Fair (CHIC), che si è svolta dal 12 al 14 2019 scorsi all'interno del National Exhibition & Convention Center di Shanghai ed ha richiamato nei tre giorni di Fiera oltre 103.000 visitatori da tutta la Cina.



I prodotti della moda italiana sono apprezzati dal consumatore cinese per qualità, ampiezza di gamma, design, stile, innovazione e artigianalità: spesso, essi rappresentano un target di riferimento per i cinesi che seguono le tendenze dei mercati internazionali.

L'Agenzia ICE ha interamente gestito e organizzato il padiglione italiano – collocato nella Hall 2 dell'Overseas Pavilion all'interno della sezione internazionale "Fashion Journey" – su una superficie complessiva di oltre 1.000 mq con una presenza di 19 aziende rappresentative dell'intero paniere di prodotti fashion - dagli accessori (borse, scarpe, foulard, cappelli, etc.) all'abbigliamento moda donna, uomo e bambino. L'Agenzia ICE ha sostenuto gli espositori italiani anche attraverso un programma di B2B in Fiera, realizzato con operatori cinesi selezionati e invitati dagli Uffici ICE di Pechino, Canton e Hong Kong.

Nel comparto dell'impiantistica ed attrezzature per l'estrazione e raffinazione degli idrocarburi, la Linea H) del Piano Straordinario ha finanziato la partecipazione collettiva di aziende italiane alla manifestazione ADIPEC ad Abu Dhabi (novembre 2018), che rappresenta il più importante evento nell'area MENA (Middle East & North Africa) per il settore dell'Oil & Gas.

L'Italia vanta una lunghissima tradizione di presenza nel settore dell'Oil & Gas degli Emirati Arabi Uniti con esportazioni annuali dal valore di oltre 600 milioni di euro e con interessi molto diversificati nelle fasi upstream, midstream e downstream. Nell'edizione 2018 di Adipece, ICE - Agenzia ha accompagnato trentadue aziende italiane specializzate nei diversi segmenti della catena del valore delle attrezzature e dei servizi per l'industria del petrolio e del gas, che desiderano inserirsi o consolidare la propria presenza in uno dei mercati più importanti al mondo. Lo spazio ICE ha accolto rappresentanti di tecnologie di prospezione, valvolame, attrezzature, automazione industriale, strumenti di misura e servizi accessori.

Il mercato degli Emirati Arabi Uniti è l'obiettivo di una prima serie di attività di ICE Agenzia a sostegno della partecipazione italiana all'Expo 2020 di Dubai. A valere sulla linea H) del Piano straordinario sono state attivate tre azioni: un desk di assistenza alle imprese presso ICE Dubai, il sito <http://itaforexpo2020.com/> e delle newsletter mensili, che informano gli operatori economici italiani delle gare bandite dall'organizzatore dell'Expo e delle opportunità dello strategico mercato emiratino.

L'Expo 2020 di Dubai (20 ottobre 2020 – 10 aprile 2021) avrà come slogan "Connecting Minds, creating the future" e si svilupperà su tre filoni tematici: Mobility, Opportunity, Sustainability. I Paesi partecipanti sono ad oggi 192 e, complessivamente, sono in costruzione 204 padiglioni con annessi servizi (ospitalità, ristoro, trasporti, ecc.).

In considerazione del rilievo globale dell'Expo (previsti 25 milioni di visitatori) e dell'ampia copertura mediatica che l'evento comporterà, ICE – Agenzia intende collaborare con il Commissariato Generale con l'obiettivo condiviso



di promuovere i seguenti settori del “Made in Italy”: energie alternative, mobilità sostenibile, ambiente e gestione delle risorse idriche, infrastrutture, smart building, arredamento, ho.re.ca., filiera agroalimentare, nautica e industria crocieristica, moda e beni di consumo, sanità e biomedicale, cybersecurity, aerospazio.

Sempre a valere sulla Linea di Attività H), con l’obiettivo di sostenere l’internazionalizzazione delle aziende innovative italiane, ICE-Agenzia organizza una partecipazione collettiva di start-up ed incubatori-acceleratori italiani alla prossima edizione del Consumer Electronics Show che si svolgerà a Las Vegas dal 7 al 10 gennaio 2020.

L’evento, organizzato dall’Associazione di Categoria di settore Consumer Technology Association (CTA), è da oltre 40 anni un imperdibile appuntamento nel quale imprenditori e innovatori presentano, in anticipo anche di anni rispetto all’arrivo sul mercato, le nuove soluzioni tecnologiche. Il Consumer Electronics Show rappresenta una piattaforma globale nella quale le startup innovative hanno la possibilità di confrontarsi con il mercato statunitense, da sempre il principale mercato mondiale per l’elettronica di consumo.

## L) Sostegno ad iniziative di promozione delle opportunità di investimento in Italia, nonché di accompagnamento e assistenza degli investitori esteri in Italia.

Le strategie di ICE - Agenzia per l’attrazione degli investimenti esteri si focalizzano nel perseguimento dei seguenti obiettivi:

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

Su queste linee strategiche, l’attività è stata impostata, con focus verso la raccolta dell’offerta (potenziata dalla collaborazione Agenzia ICE-Invitalia avviata a fine 2017 a seguito dell’Accordo tra le due strutture) e la “lead generation”; la produzione di profili settoriali a maggiore potenziale per l’Italia, la mappatura delle esigenze degli investitori stranieri, la gestione della relazione con gli investitori con servizi di assistenza ed after-care al fine di



migliorare la “retention”, gli studi ed analisi, l’elaborazione e diffusione dei risultati attraverso prodotti editoriali e strumenti web dedicati.

Asset strategico del nuovo impianto è la Rete di Desk AIE, avviata già da ottobre 2015, per intercettare operatori esteri, mappare le esigenze e fornire supporto durante tutto il ciclo dell’investimento, nelle principali piazze finanziarie e commerciali. I Desk si avvalgono della collaborazione di professionisti per lo scouting della domanda, lead generation di potenziali investitori esteri, studio del mercato locale e promozione del sistema Paese. Accanto a questo, dal 2018 si è iniziato a strutturare competenze all’interno di alcuni uffici Agenzia ICE (c.d. FDI Units) in Paesi che esprimono alto potenziale di investimento in Italia, anche con l’inserimento di figure analyst di supporto, che svolgono anch’essi attività di scouting. A fine 2018 sono state aperte le prime due “FDI Units” pilota in Svezia e Svizzera. Altre seguiranno nel 2019, fino a coprire, tra desk e units, i Paesi che esprimono l’80% degli attuali investimenti in Italia.

Le attività di promozione di opportunità di investimenti esteri in Italia hanno incluso nel 2018 azioni ed eventi in Italia e all’estero. In particolare:

- Roadshow Invest in Italy, seminari istituzionali o tecnici 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 2018 sono stati realizzati ben 7 Roadshow, a San Francisco, Dubai, Boston, New York, Seoul, Berlino e Tokyo, registrando un totale di oltre 300 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 Farindustria e Assobiotech e con la presenza di oltre 20 imprese italiane); Annual Investment Meeting – AIM di Dubai (in collaborazione con Cassa depositi e prestiti, Porto di Trieste ed Invitalia Venture e con la presenza di uno stand informativo); BIO International Convention di Boston (USA) nel settore delle biotecnologie; German-Italian Innovation Conference – G.I.I.C. di Berlino nel settore della digitalizzazione dell’Amministrazione e Servizi pubblici, per presentare progetti regionali di investimenti nella “Digital Economy”.
- Programma di formazione integrata che ha previsto un’attività congiunta tra Agenzia ICE, Regioni, MISE e MAECI su marketing territoriale, assistenza e customer care e workshop tematici volti al miglioramento della “capacity building” delle amministrazioni territoriali.
- Partecipazione a manifestazioni fieristiche promozionali, 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 2018 è stata consistente ed ha potuto contare sulla la presenza di importanti soggetti pubblici italiani del settore immobiliare: cinque attori di livello “centrale” quali Agenzia del Demanio, Cassa depositi e prestiti, Difesa Servizi, FS Sistemi Urbani, Invimit e dieci realtà territoriali – Friuli Venezia Giulia, Lazio, Liguria, Marche, Piemonte, Puglia, Sicilia, Toscana, Trentino, Veneto insieme alla principale associazione di categoria ANCE-Associazione Nazionale dei Costruttori Edili.

Il Padiglione Italia ha inoltre visto la presenza della Città Metropolitana di Bologna, nonché della Regione Lombardia con il Comune di Milano e con 14 soggetti privati. Nel Padiglione Italia, sono stati presentati e promossi 5 progetti per Partner e circa 350 progetti pubblicati su [www.investintialyrealstate.com](http://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 200 tra investitori, fondi, developers con una media di circa 30 appuntamenti per ciascun partner.

La manifestazione MAPIC 2018 è stata organizzata, in collaborazione con il Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali (CNCC), 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.investintialyrealstate.com](http://www.investintialyrealstate.com) che ha portato all’individuazione di 10 asset a vocazione commerciale tra ex caserme, aree industriali da valorizzare, aree ferroviarie in disuso, terminal aeroportuali, ecc. per un totale di 30 progetti promossi in fiera.

- Eventi e seminari dedicati all’attrazione degli investimenti in Italia ed all’estero. Tra gli altri: International Hotel Investment Forum - IHIF di Berlino (Germania) in partnership organizzativa con Confindustria Alberghi per investimenti alberghieri, Transport Logistics di Shanghai in collaborazione con Assoport e UIR; Evento di Incoming di investitori esteri del settore manifatturiero e Presentazione delle opportunità di investimento in 8 Regioni italiane “Manufacturing: Why Invest in Italy” al World Manufacturing Forum di Cernobbio (Italia).
- Attività di comunicazione: integrazione del portale istituzionale [www.investintialy.com](http://www.investintialy.com) all’interno del portale [www.ice.it](http://www.ice.it), come sezione dello stesso e sviluppo e crescita della vetrina [www.investintialyrealstate.com](http://www.investintialyrealstate.com), la banca dati dell’offerta di beni immobili pubblici in dismissione e valorizzazione; aggiornamento di “Invest in Italy”, guida a carattere promozionale sull’attrattività del Paese, con dati sul contesto economico, politiche di attrazione investimenti esteri e leve strategiche e di “Doing Business in Italy”, guida a carattere tecnico mirata



alle esigenze di informazione e di indirizzo dell'investitore straniero, tradotta in 7 lingue (inglese, spagnolo, francese, russo, cinese e giapponese); Newsletters e Profili settoriali in occasione di eventi promozionali; Profili dedicati a specifici settori (automotive, fintech, food & beverage, real estate, incentivi) per un totale di 21; Catalogo ITALY@MIPIM2018 per la presentazione delle opportunità di investimento in Italia nel campo della riqualificazione urbana, riconversione di ex-aree industriali, interventi di sviluppo alberghiero, residenziale ed infrastrutturale.

- Stipula di nuovi protocolli 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 Agenzia ICE che ha stimolato la stipula di nuovi Protocolli tra MISE, ICE, Regioni e Province autonome. Agenzia ICE 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 2018 sono stati sottoscritti gli Accordi con il Piemonte, il rinnovo dell'Accordo con la Toscana e Piani Operativi con l'Emilia-Romagna, Friuli Venezia Giulia e Toscana per creare un coordinamento delle strategie di intervento e delle attività per l'attrazione di IDE con il territorio oltre ad Accordi con Borsa Italiana, ASSOPORTI/UIR e Mitsubishi Bank e MOU con KOTRA (Corea del Sud) e Shurooq (EAU).
- Attività rivolte a rafforzare la costruzione e raccolta dell'offerta: la costituzione del Gruppo di Lavoro Integrato (GLI) ICE-Invitalia, prevista dall'accordo ratificato a settembre 2017 è stata nel frattempo completata con successo e 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. Per ciò che riguarda, ancora, la raccolta d'offerta, il portafoglio "Invest in Italy" ha raggiunto 19 progetti di infrastrutture e logistica, 345 proposte di immobili (tutti sulla piattaforma [www.investitalyrealestate.com](http://www.investitalyrealestate.com) che a fine 2018 evidenzia 62.578 visitatori, di cui 79,49% italiani e 20,51% esteri, 285.392 visualizzazioni e ben 21 immobili aggiudicati), 2 grandi progetti di manifattura e nuove tecnologie (Big Data Technopole e MIND) e circa altri 60 progetti raccolti per gli eventi di Cernobbio, Berlino e San Francisco.
- E' stato organizzato il 4 marzo 2019 a Torino il Convegno "Start-up Day" nel corso del quale il Ministro dello Sviluppo Economico e del Lavoro Luigi Di Maio ha presentato il Fondo Nazionale Innovazione, che con una dotazione finanziaria di partenza, prevista nella Legge di Bilancio 2019, di circa 1 miliardo di euro, sarà gestito dalla Cassa Depositi e Prestiti, attraverso una cabina di regia con l'obiettivo di riunire e moltiplicare risorse pubbliche e private dedicate al tema strategico dell'innovazione.



Altra attività strategica 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.

Nel 2018 sono stati intercettati e gestiti oltre 300 potenziali progetti di investimento, triplicando i numeri del 2017. Di questi 20 sono stati già finalizzati, 58 sono stati portati fino all'accompagnamento, gestito da Invitalia, mentre altri 70 sono ancora in fase di assistenza da parte del GLI.

Infine, 26 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.



# IL PIANO STRAORDINARIO 2019

La Legge del 30 dicembre 2018, n.145, recante il bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2019, ha stanziato 140 milioni di euro per la realizzazione del Piano.

Successivamente, il Decreto del Ministro dello Sviluppo Economico del 14 marzo 2019, d'intesa con il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e con il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, ha destinato i fondi alle diverse azioni previste dal Piano 2019 per la promozione straordinaria del Made in Italy e l'attrazione degli investimenti in Italia.

ICE - Agenzia attua i programmi per un valore complessivo di 130 milioni di euro, a valere sulle risorse del capitolo 7482 dello stato di previsione del MISE per l'esercizio 2019.

Sulla base dell'assegnazione a ciascuna tipologia di intervento stabilita dall'art. 1 del Decreto del 14 marzo 2019, ICE Agenzia predispone i seguenti programmi:

a. Iniziative straordinarie di formazione e informazione sulle opportunità offerte dai mercati esteri alle imprese in particolare piccole e medie	9 milioni di €
b. Supporto alle più rilevanti manifestazioni fieristiche italiane di livello internazionale	29 milioni di €
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	6,5 milioni di €
d. Sostegno alla penetrazione dei prodotti italiani nei diversi mercati, anche attraverso appositi accordi con le reti di distribuzione	21 milioni di €
f. Realizzazione di campagne di promozione strategica nei mercati più rilevanti e di contrasto al fenomeno dell'Italian sounding	23 milioni di €
g. Sostegno all'utilizzo degli strumenti di e-commerce da parte delle piccole e medie imprese	19 milioni di €
h. Realizzazione di tipologie promozionali innovative per l'acquisizione e la fidelizzazione della domanda dei mercati esteri	16 milioni di €
l. Sostegno ad iniziative di promozione delle opportunità di investimento in Italia, nonché di accompagnamento e assistenza degli investitori esteri in Italia	6,5 milioni di €





Il Decreto di Approvazione e Impegno della relativa Convenzione tra Ministero dello Sviluppo Economico ed ICE - Agenzia è stato emanato in data 5 giugno 2019 e successivamente ammesso alla registrazione da parte della Corte dei Conti in data 2 agosto 2019.

A seguito della registrazione, ICE - Agenzia ha predisposto i progetti-quadro relativi a ciascuna linea di attività, che **dovranno essere approvati dal MISE** per consentire l'avvio delle attività promozionali previste all'interno dei singoli progetti.

***Le iniziative inserite nel Piano Straordinario 2019 di ICE Agenzia sono complessivamente 388, così ripartite per Linea di intervento:***

LINEA DI INTERVENTO	NUMERO INIZIATIVE	QUOTA
A - FORMAZIONE E INFORMAZIONE	25	6,4%
B - POTENZIAMENTO FIERE ITALIANE	61	15,7%
C - VALORIZZAZIONE PRODUZIONI	34	8,8%
D - GDO	18	4,6%
F - COMUNICAZIONE	91	23,5%
G - E-COMMERCE	14	3,6%
H - TIPOLOGIE INNOVATIVE	114	29,4%
L - ATTRAZIONE IDE	31	8,0%
TOTALE	388	100,0%



***In termini di sistemi (macro-aggregazioni di comparti), la ripartizione delle attività programmate è la seguente:***

SISTEMA	NUMERO INIZIATIVE	QUOTA
MECCANICA ELETTRONICA	143	36,9%
MODA-PERSONA-TEMPO LIBERO	79	20,4%
AGRO-ALIMENTARE	54	13,9%
ATTRAZIONE INVESTIMENTI	30	7,7%
CASA-UFFICIO	25	6,4%
PLURISETTORIALE	22	5,7%
CHIMICA AMBIENTE	12	3,1%
COLLABORAZIONE INDUSTRIALE	12	3,1%
FORMAZIONE	11	2,8%
TOTALE	388	100,0%

Di seguito è riportata la distribuzione delle iniziative in base ai settori merceologici, tenendo presente che “plurisettoriale” include le attività che riguardano trasversalmente più comparti (es. formazione, GDO, e-commerce). Parallelamente, settori che in questa graduatoria riportano un numero limitato di iniziative potrebbero essere anche ricompresi nelle azioni in favore del “plurisettoriale”.

SETTORE	NUMERO INIZIATIVE	QUOTA
PLURISETTORIALE	59	15,2%
MACCHINE ED APPARECCHI MECCANICI	43	11,1%

ALIMENTARI E BEVANDE	28	7,2%
PLURISETTORIALE, BENI A TECNOLOGIA AVANZATA	26	6,7%
SISTEMA MODA	23	5,9%
VINO DI UVE	16	4,1%
CINEMATOGRAFIA E VIDEO	14	3,6%
MACCHINE PER L'AGRICOLTURA E LA SILVICOLTURA	13	3,4%
PLURISETTORIALE, PREVALENTEMENTE BENI DI CONSUMO	13	3,4%
GIOIELLERIA E OREFICERIA	10	2,6%
PLURISETTORIALE, PREVALENTEMENTE BENI STRUMENTALI	9	2,3%
MACCHINE AUTOMATICHE PER LA DOSATURA, LA CONFEZIONE E PER IMBALLAGGIO	8	2,1%
MACCHINE PER LA LAVORAZIONE DELLE MATERIE PLASTICHE E DELLA GOMMA	8	2,1%
AEROMOBILI E VEICOLI SPAZIALI	6	1,5%
COSTRUZIONI	6	1,5%
MATERIALI DA COSTRUZIONE	6	1,5%
MOBILI	6	1,5%
PRODOTTI AGRICOLI, ORTICOLTURA, FLORICOLTURA	6	1,5%
PRODOTTI FARMACEUTICI E PRODOTTI CHIMICI E BOTANICI PER USI MEDICINALI	6	1,5%
RESTAURO	6	1,5%
CANTIERISTICA NAVALE	5	1,3%
MACCHINE PER LA LAVORAZIONE DI PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE E TABACCO	5	1,3%
MONTATURE PER OCCHIALI	5	1,3%
PROFUMI E PRODOTTI PER TOILETTA	5	1,3%

CALZATURE E ACCESSORI	4	1,0%
MACCHINE PER LA LAVORAZIONE DEL LEGNO E MATERIE SIMILARI	4	1,0%
PIASTRELLE E LASTRE IN CERAMICA PER PAVIMENTI E RIVESTIMENTI	4	1,0%
ALTRO	3	0,8%
APPARECCHI MEDICALI E CHIRURGICI E APPARECCHI ORTOPEDICI	3	0,8%
EDITORIA, STAMPA, E RIPRODUZIONE DI SUPPORTI REGISTRATI	3	0,8%
MACCHINE UTENSILI (COMPRESSE PARTI E ACCESSORI)	3	0,8%
MOBILI, ALTRE INDUSTRIE MANIFATTURIERE	3	0,8%
TESSILI	3	0,8%
ATTREZZATURE ANTINQUINAMENTO	2	0,5%
BIOTECNOLOGIE	2	0,5%
MACCHINE E APPARECCHI PER L'INDUSTRIA DELLE PELLI	2	0,5%
MACCHINE EDILI, STRADALI E MOVIMENTO TERRA	2	0,5%
MACCHINE PER LA METALLURGIA	2	0,5%
PRIVATE LABEL	2	0,5%
ANIMALI (ZOOTECNIA)	1	0,3%
ATTREZZATURE PER GARAGES E AUTOFFICINE	1	0,3%
BEVANDE ALCOLICHE DISTILLATE	1	0,3%
CONCIA DEL CUOIO	1	0,3%
CUOIO, ARTICOLI DA VIAGGIO, BORSE, CALZATURE, ARTICOLI DA CORREGGIAIO E SELLERIA	1	0,3%
DISCOGRAFIA (REGISTRAZIONI SONORE)	1	0,3%
LOGISTICA	1	0,3%

MACCHINE E APPARECCHI PER INDUSTRIE CHIMICHE, PETROLCHIMICHE E PETROLIFERE	1	0,3%
MACCHINE LAVORAZIONE MARMO	1	0,3%
MACCHINE PER OREFICERIA, GIOIELLERIA, ARGENTERIA	1	0,3%
MOTOCICLI E BICICLETTE	1	0,3%
NANOTECNOLOGIE	1	0,3%
PRODOTTI DI PASTICCERIA CONSERVATI	1	0,3%
STRUMENTI MUSICALI	1	0,3%
TOTALE	388	100,0%

La tabella seguente riporta il numero delle iniziative programmate nel Piano Straordinario 2019, ripartite in base al Paese di realizzazione. Occorre precisare che il campo "Italia" indica interventi che si realizzano all'interno dei confini nazionali (es. formazione, informazione, potenziamento fiere) e che la dizione "Vari" si riferisce ad iniziative che riguardano più Paesi esteri contemporaneamente (es. GDO, e.commerce, comunicazione)

PAESE	NUMERO INIZIATIVE	QUOTA
ITALIA	84	21,6%
VARI MONDO	34	8,8%
STATI UNITI	33	8,5%
CINA	31	8,0%
RUSSIA	15	3,9%
VARI ALTRI PAESI ASIATICI	15	3,9%
FRANCIA	14	3,6%
EMIRATI ARABI UNITI	13	3,4%
GERMANIA	13	3,4%
GIAPPONE	10	2,6%
INDIA	9	2,3%



CANADA	7	1,8%
COREA DEL SUD	7	1,8%
REGNO UNITO	7	1,8%
VARI UNIONE EUROPEA	7	1,8%
VARI AFRICA	6	1,5%
AUSTRALIA	4	1,0%
MESSICO	4	1,0%
POLONIA	4	1,0%
SINGAPORE	4	1,0%
TURCHIA	4	1,0%
VARI EUROPA CENTRO ORIENTALE	4	1,0%
VARI AMERICA CENTRALE E MERIDIONALE	4	1,0%
ARGENTINA	3	0,8%
COLOMBIA	3	0,8%
SERBIA	3	0,8%
SPAGNA	3	0,8%
VIETNAM	3	0,8%
CUBA	2	0,5%
EGITTO	2	0,5%
MAROCCO	2	0,5%
PAKISTAN	2	0,5%
PERU'	2	0,5%
SUD AFRICA	2	0,5%
THAILANDIA	2	0,5%
VARI NORD AMERICA	2	0,5%
VARI PACIFICO	2	0,5%
ALGERIA	1	0,3%

ANGOLA	1	0,3%
ARABIA SAUDITA	1	0,3%
BANGLADESH	1	0,3%
BELGIO	1	0,3%
ETIOPIA	1	0,3%
GIBUTI	1	0,3%
GIORDANIA	1	0,3%
IRAN	1	0,3%
IRLANDA	1	0,3%
KAZAKISTAN	1	0,3%
KENYA	1	0,3%
LIBANO	1	0,3%
MALAYSIA	1	0,3%
MOZAMBICO	1	0,3%
MYANMAR	1	0,3%
PAESI BASSI	1	0,3%
SVIZZERA	1	0,3%
TANZANIA	1	0,3%
UGANDA	1	0,3%
UZBEKISTAN	1	0,3%
ZAMBIA	1	0,3%
TOTALE	388	100,0%



ICE Agenzia stima che le 388 iniziative promozionali, finanziate a valere sul Piano Straordinario 2019, vedranno la partecipazione di 8.148 operatori economici italiani. Nella tabella seguente, è indicata la ripartizione delle iniziative per tipologia e per numero di partecipanti italiani previsti.

TIPOLOGIA	NUMERO INIZIATIVE	QUOTA	PARTECIPANTI ITALIANI	QUOTA
PARTECIPAZIONI COLLETTIVE A FIERE	101	26,0%	1.957	24,0%
AZIONI DI COMUNICAZIONE VARIE	79	20,4%	1.342	16,5%
MISSIONI IN ITALIA	50	12,9%	-	0,0%
GIORNATE TECNOLOGICHE, SEMINARI, CONVEGNI	41	10,6%	2.167	26,6%
ALTRE INIZIATIVE	33	8,5%	487	6,0%
NUCLEI OPERATIVI, TASK FORCE, DESK	20	5,2%	-	0,0%
MOSTRE AUTONOME	18	4,6%	820	10,1%
CORSI DI FORMAZIONE	12	3,1%	646	7,9%
AZIONI PRESSO LA RETE DISTRIBUTIVA	9	2,3%	370	4,5%
PRESENZA ISTITUZIONALE A FIERE ESTERE	8	2,1%	39	0,5%
MISSIONI IMPRENDITORIALI	7	1,8%	60	0,7%
INDAGINI DI MERCATO	4	1,0%	-	0,0%
GIORNATE GASTRONOMICHE E DEGUSTAZIONI	3	0,8%	130	1,6%
SFILATE DI MODA E INIZIATIVE D'IMMAGINE	2	0,5%	130	1,6%
ANTICIPO AREA PER FIERE E MOSTRE, SPESE DI AVVIO	1	0,3%	-	0,0%
TOTALE	388	100,0%	8.148	100,0%





# LINEE PRINCIPALI DI INTERVENTO 2019

## LETTERA A) INIZIATIVE STRAORDINARIE DI FORMAZIONE E INFORMAZIONE SULLE OPPORTUNITÀ OFFERTE DAI MERCATI ESTERI ALLE IMPRESE IN PARTICOLARE PICCOLE E MEDIE:

### **GLOBAL START UP PROGRAM – 2<sup>A</sup> EDIZIONE**

Su indicazioni del MiSE, si prosegue con la seconda edizione del progetto avviato a maggio 2019, per la realizzazione di un percorso integrato (formazione, incubazione e promozione all'estero) per start up innovative italiane. L'obiettivo è consentire alle start up impegnate nello sviluppo d'innovazione di prodotti o di servizi di rafforzare le proprie capacità tecniche, organizzative e finanziarie per affrontare nuovi mercati. Il progetto, nella prima fase, implementa e consolida le competenze tecnico-manageriali delle start up; nella seconda fase estera attua il monitoraggio delle attività delle start up presso gli incubatori e fornisce coaching per consentire alle start up di interagire al meglio con gli incubatori stessi.

### **CORSI DI FORMAZIONE**

#### **CORSO ORIGINI IN COLLABORAZIONE CON MIB SCHOOL OF MANAGEMENT**

Il "Corso Origini" è un corso intensivo di export management e sviluppo imprenditoriale destinato a partecipanti stranieri di origine italiana (soprattutto di 2<sup>a</sup> e 3<sup>a</sup> generazione), realizzato in collaborazione con la School of Management di Trieste (MIB). Tale Business School è stata individuata in quanto da 17 anni proprietaria del "Corso Origini", originariamente previsto per gli oriundi della Regione Friuli Venezia Giulia. L'ICE-Agenzia è entrata come partner nelle ultime quattro edizioni, estendendo il Corso anche a oriundi di tutte le regioni italiane. Il percorso di studi è articolato in una prima fase in aula (presso l'ICE e presso il MIB) e una seconda fase caratterizzata da stage aziendale. Il progetto ha l'intento di far conoscere e promuovere, presso i giovani talenti esteri, la realtà imprenditoriale di alcune regioni italiane – scelte tra quelle che presentano la maggiore dinamica di export – sviluppando le tematiche del commercio internazionale, dell'internazionalizzazione di impresa e del trasferimento tecnologico. Grazie a questo programma, le aziende avranno l'opportunità di ospitare presso le proprie strutture



una figura capace di contribuire, anche attraverso l'elaborazione di un project work, allo sviluppo commerciale dell'impresa rispetto ai mercati di provenienza degli studenti (ad esempio: Argentina, Brasile, Canada, Sudafrica, Cile, Perù, USA).

#### **MASTER FOOD 2^ EDIZIONE**

Il Progetto Master Food è un percorso integrato per l'export a favore delle aziende della filiera del settore agroalimentare destinato a PMI, cooperative, start-up, consorzi e reti di impresa della Regione Emilia Romagna. Il progetto sarà sviluppato in un ciclo di incontri formativi su diverse tematiche della durata di circa 2 giornate ciascuno. Le tematiche che verranno affrontate riguarderanno il marketing tradizionale, marketing digitale e accesso ai nuovi canali, strumenti di comunicazione digitale, e-commerce, digital strategy, canali di distribuzione dei prodotti agroalimentari e bevande, certificazione di qualità, aspetti relativi alla contraffazione e al rafforzamento del marchio e della denominazione, protezione delle nuove varietà e dei relativi marchi, la protezione dei software, la contrattualistica internazionale, il trasferimento tecnologico e lo sfruttamento economico della ricerca anche tramite accordi tra Università e Poli tecnologici per la filiera del food. Sarà incluso, per la prima volta, uno study tour in Italia (Nord e Sud) di una delegazione estera composta da blogger, opinion leader, giornalisti e food and beverage manager del sistema HORECA.

#### **INVEST YOUR TALENT**

Il Programma "Invest Your Talent in Italy" è realizzato in collaborazione con Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, Uni-Italia e con il supporto di Unioncamere e Confindustria.

Gli obiettivi del progetto sono:

- offrire alle imprese uno strumento operativo a supporto dell'internazionalizzazione, attraverso la possibilità di inserire nella propria organizzazione giovani talenti stranieri, formati in Italia e specializzati nei loro settori operativi, al fine di un potenziale impiego in progetti di internazionalizzazione già avviati o di prossimo avvio;
- creare i presupposti per un maggiore livello di conoscenza reciproca tra l'Italia ed alcuni Paesi di elevato interesse per l'internazionalizzazione delle imprese italiane, basandosi su giovani professionisti stranieri che possano svolgere un ruolo di intermediatori culturali e imprenditoriali;
- promuovere l'internazionalizzazione del sistema universitario italiano come centro di eccellenza e, con esso, l'immagine scientifica e culturale del nostro Paese; stimolare le sinergie tra Università e imprese, per lo sviluppo di corsi di alta formazione che rispondano alle esigenze del mercato e di internazionalizzazione delle imprese.

Ogni edizione ha durata biennale, e prevede l'erogazione di borse di studio a studenti stranieri a copertura



dell'intero percorso, nel corso del quale i borsisti sono inseriti in corsi di alta formazione in lingua inglese presso Università italiane, ed hanno l'opportunità di effettuare uno stage presso aziende italiane, per mettere al servizio del Made In Italy le competenze perfezionate in Italia.

Conseguendo consensi crescenti nel tempo, in termini di costante incremento del numero di Paesi interessati ad aderire al progetto, e di numero di candidature registrate in ogni edizione, il progetto è giunto nel biennio 2019/2020 alla sua IV edizione, di cui ICE Agenzia ha curato la realizzazione della prima annualità nell'ambito del Piano Straordinario 2016.

Per dare seguito al Progetto, nell'ambito del Piano Straordinario Made In Italy 2019 si intende realizzare le iniziative di competenza ICE Agenzia per la seconda annualità della IV edizione.

#### **DIGITAL JOURNEY**

Il progetto, di assoluta novità, è diretto alla elaborazione di agili strumenti di formazione multimediali fruibili on line – costituito da differenti prodotti audio/video e materiale didattico caricati su apposita piattaforma ICE-Agenzia – in grado di attirare l'interesse delle PMI sulle principali tematiche attinenti i processi di internazionalizzazione e di trasferire alcuni concetti fondamentali con un linguaggio immediato ed accattivante (webinar, focus paese, guide online, tutorial, pillole formative).

Tali prodotti saranno consultabili sia singolarmente, secondo le tematiche di maggiore interesse, ma anche seguendo percorsi didattici di progressivo approfondimento.

L'obiettivo finale è quello di fidelizzare il visitatore occasionale, coinvolgendolo in un percorso di alfabetizzazione sull'internazionalizzazione, tarato sulle effettive esigenze formative del singolo utente e da seguire per tappe: un vero e proprio Digital Journey, attraverso il quale accompagnare gli utenti che, da "EXPLORER", acquisiscano le competenze per diventare "EXPORTERS".

Il pacchetto di strumenti formativi multimediali che si intende mettere in campo al servizio delle imprese sarà improntato alla filosofia del game e dovrà stimolare la partecipazione e il coinvolgimento attivo (engagement) stimolando leve motivazionali, riconoscimenti e progressioni di livello o status, anche in modalità condivisa con altri utenti (community on line).

#### **PERCORSI DI FORMAZIONE E ACCOMPAGNAMENTO PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DI RETI DI IMPRESA**

Il progetto, alla sua prima edizione, intende offrire a PMI e ad aziende artigiane del Nord-ovest intenzionate a creare una rete di imprese o già in rete un percorso di alta formazione diretto a creare le competenze necessarie per lo sviluppo delle attività sui mercati esteri.



Sono previsti incontri formativi specialistici, sui temi inerenti il marketing internazionale e/o le tecniche del commercio estero, oltre ad attività di accompagnamento/coaching per lo sviluppo di una rete d'impresa.

#### **DESIGN EXPORT LAB**

Il Design Export Lab è un prodotto esclusivo che ha l'obiettivo di far conoscere, orientare e sensibilizzare aziende, architetti ed interior designers stranieri al nostro Made in Italy e al contempo far entrare in contatto aziende italiane con alcune tra le più importanti committenze estere. Il percorso formativo prevede la realizzazione di una MasterClass rivolta ai professionisti esteri e realizzata da architetti italiani di fama internazionale, con l'obiettivo di far conoscere l'eccellenza del Made in Italy e dei prodotti utilizzati dagli architetti. In queste docenze, infatti, si crea una fidelizzazione ai prodotti del settore. Successivamente viene realizzata una fase di incontri B2B con le aziende italiane, tra le più rappresentative del design italiano, ed i componenti della delegazione estera partecipanti al Master.

#### **DIGITAL FOR EXPORT**

Il Progetto Digital for Export, giunto alla sua terza edizione, è un percorso formativo che ha come intento quello di fornire alle imprese una formazione incentrata totalmente sul mondo digitale applicato ai processi di internazionalizzazione. Il corso, in collaborazione con Confindustria Piccola Industria e Intesa Sanpaolo, consente alle imprese di acquisire gli strumenti fondamentali – «digital skills» - per attivare quelle nuove competenze necessarie per operare competitivamente sui mercati esteri. Il programma formativo è strutturato in tre fasi: una fase di audit (check-up aziendale) per analizzare i punti di forza, le criticità e gli elementi valoriali dell'azienda; formazione in aula su web-marketing, e-Commerce e social media marketing, accompagnate da momenti operativi (Laboratori Digitali) e una terza fase di coaching aziendale.

#### **CULTURAL EXCELLENCE**

Il Master (alla sua prima edizione) valorizza il tema della cultura del Made in Italy, quale leva strategica per la penetrazione dei mercati esteri, attraverso una piena conoscenza e consapevolezza delle eccellenze, non solo produttive, del nostro territorio, delle nostre arti e mestieri (bellezza e genius faber).

Il Master in modalità executive si pone l'obiettivo di preparare le imprese a narrare ed esaltare la cultura del saper fare tutto italiano e quella "bellezza" tutta italiana intrinseca in ogni prodotto - legato al territorio, alla sua cultura e tradizioni - (il bello e ben fatto). Tale narrazione sarà declinata per molteplici settori: dall'arredo, al food, al tessile, alla meccanica, coniugata alla cultura del saper fare tutto italiano.

Il Master offre ai partecipanti, grazie alle partnership con istituzioni, associazioni imprenditoriali e bancarie, un programma ricco di progetti pratici, seminari e opportunità per sviluppare e apprendere le nuove frontiere della comunicazione digitale, del neuromarketing, del marketing sensoriale volti ad influenzare le decisioni di acquisto del consumatore.



## AZIONI DI FORMAZIONE - SETTORE NUTRACEUTICA

Sono previste attività di formazione a vantaggio del settore

### SERVIZI ALLE IMPRESE

Prosecuzione delle attività di promozione del Catalogo dei servizi presso il grande pubblico e in particolare verso il target di clienti rappresentato dalle PMI italiane, sulla base dell'analisi degli input provenienti dai clienti e del monitoraggio della prima campagna di promozione e pubblicizzazione dei servizi ICE.

Analizzati i risultati della prima campagna, si prevedono ulteriori azioni di utilizzo degli strumenti digitali e delle campagne di comunicazione multicanale, per promuovere i servizi sul web, tramite motori di ricerca, canali social, banner e inserzioni online, video, DEM, affiancati ai tradizionali servizi di pubblicizzazione verso le PMI.

Attività digitali per le imprese

Le attività digitali saranno focalizzate sui servizi per le imprese italiane ed estere e sulle attività di marketing attivo.

1) Interventi sul portale ICE versione inglese:

- Proseguo del progetto di vetrina online
- Strumento di monitoraggio per le aziende italiane con vetrina per verifica accessi, contatti, ecc. da parte di operatori stranieri.
- Eventuale impostazione del servizio a pagamento per le aziende italiane (che deve garantire funzionalità aggiuntive alle imprese e risorse ICE dedicate al monitoraggio dei contatti da parte di operatori esteri, degli accessi alle vetrine, dei contenuti pubblicati ed eventuale produzione di reportistica per le imprese, ecc.)
- Miglioramento del motore di ricerca aziende italiane, per agevolare il reperimento da parte degli operatori esteri, per prodotto, descrizione, parole chiave.
- Presentazione automatica di vetrine italiane a operatori esteri registrati, sulla base del settore di attività e l'interesse di mercato.
- Il miglioramento degli strumenti di back-end per il monitoraggio dei contatti tra imprese estere e italiane, degli accessi da parte di operatori esteri alle vetrine in tutte le sezioni (profilo, prodotti, sito aziendale, ecc.).
- I miglioramenti del sistema di registrazione ed accoglienza degli operatori esteri sul nuovo portale internazionale.



- 2) Miglioramenti, elaborazioni, caricamenti, estrazioni dati, report, ecc. sulla banca dati operatori italiani ed esteri, sul cruscotto aziendale e su CRM.
- 3) Attività di sviluppo digitale per accordi e convenzioni (esempi interfaccia partner, banca dati, ecc.)
- 4) Funzioni a pagamento di Google Analytics.
- 5) Eventuale acquisto di licenze software (esempi: Adobe Office, editor grafici, ecc.)

ROADSHOW 2020. INCREMENTARE IL NUMERO DI IMPRESE ESPORTATRICI; ATTIVARE MAGGIOR COORDINAMENTO OPERATIVO CON LE ISTITUZIONI TERRITORIALI PREPOSTE AD ASSISTERE LE IMPRESE

#### **COORDINAMENTO MARKETING**

- Azioni di marketing territoriale
- Start Export
- Flying Desk: attività ICE per il rafforzamento della presenza sul territorio italiano

#### **PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY**

#### **TECNOLOGIA INDUSTRIALE**

- AZIONI DI COLLABORAZIONE CON UNIVERSITA' STANKIN/MECCANICA INDUSTRIALE/MACCHINE UTENSILI
- GLOBAL START UP PROGRAM - 2^ EDIZIONE
- Centri tecnologici Pakistan/IND LEGGERA/TESSILI PELLI MARMO
- WORKSHOP NUTRACEUTICA - BALCANI
- WORKSHOP E B2B IN RUSSIA - NUTRACEUTICA
- INCOMING OPERATORI NUTRACEUTICA A COSMOFARMA

#### **BENI DI CONSUMO**

- PROGETTO SPECIALE MODA GERMANIA 2020- Style Exchange in collaborazione con CNMI
- PROGETTO SPECIALE MODA GERMANIA 2020 - MOSTRA ITINERANTE SUI TESSILI TECNICI PRESSO LA NEONYT DI BERLINO

#### **AGROALIMENTARE**

- PARTECIPAZIONE A VITAFOODS - SETTORE NUTRACEUTICA



## LETTERA B) SUPPORTO ALLE PIÙ RILEVANTI MANIFESTAZIONI FIERISTICHE ITALIANE DI LIVELLO INTERNAZIONALE:

Si intende proseguire l'azione di supporto al settore fieristico nazionale, avviata nel 2015 e proseguita negli anni successivi, sostenendo gli eventi di maggior richiamo dei principali settori dell'export italiano, in maniera che assumano un ruolo sempre più centrale nel sistema fieristico internazionale. Si continuerà a far ricorso, come negli anni precedenti, a una serie di azioni mirate, che vanno dalle campagne di comunicazione, alle missioni di incoming di operatori esteri, agli eventi "speciali" di promozione su misura sia in Italia che all'estero, tra cui anche "l'internazionalizzazione" delle manifestazioni stessa su mercati esteri.

Come già avvenuto per le annualità precedenti, le fiere destinatarie dell'intervento sono state selezionate sulla base di specifici criteri, già stabiliti nel DM 7 aprile 2015 (il decreto che stabilisce contenuti e modalità di gestione del Piano per la promozione straordinaria per il 2015).

In particolare, in base all'art. 3, comma 4 del DM, potranno beneficiare dell'azione manifestazioni che siano il principale evento italiano per il settore di riferimento e che abbiano un numero complessivo di espositori superiore a mille, oltre che una percentuale di espositori esteri maggiore del 20% del totale; inoltre il numero di visitatori dovrà essere superiore a 100.000 di cui almeno il 20% esteri; sono infine sostenute le manifestazioni realizzate nell'ambito di un piano condiviso tra organizzatori di primari eventi nei settori interessati.

Rientrano in tale ambito anche le manifestazioni uniche o principali per filiera e per settore di rilevanza internazionale.

Gli interventi saranno destinati alla realizzazione di attività sia nel corso della manifestazione che a titolo di azione di supporto preliminari e successive da svolgersi in Italia e all'estero.

Di seguito, l'elenco delle maggiori manifestazioni fieristiche che beneficeranno dell'intervento:

### AGROALIMENTARE E VINI

- CIBUS
- VINITALY/SOL
- SIGEP
- MACFRUT
- SANA
- FIERA INTERPOMA
- FIERA BOVINO DA LATTE



**BENI DI CONSUMO**

- SOTTOSETTORE MODA-PERSONA-TEMPO LIBERO - CASA - UFFICIO
  - MICAM 2 EDIZIONI E FOLLOW UP
  - LINEAPELLE 2 EDIZIONI E FOLLOW UP
  - MIPEL 1 EDIZIONE E FOLLOW UP
  - EXPO RIVA SCHUH 1 EDIZIONE E FOLLOW UP
  - MIA-MERCATO INTERNAZIONALE DELL'AUDIOVISIVO DI ROMA
  - CREMONA MONDOMUSICA
  - HOMI
  - MIDO
  - POTENZIAMENTO MILANO UNICA ITALIA (2 EDIZ)
  - FIERA THE ONE MILANO 2 EDIZIONI FEBBRAIO E SETTEMBRE
  - COSMOPROF WORLDWIDE BOLOGNA
  - ORIGIN
  - RILANCIO DELLA SETTIMANA DELLA MODA UOMO
  - ALTAROMA 2 EDIZIONI
  - AZIONI DI PROMOZIONE DEI BRAND CONTEMPORARY CHE ESPONGONO AL WHITE
  - GREEN CARPET - AZIONI A FAVORE DI CAMERA DELLA MODA
  - PITTI IMMAGINE
  - VICENZAORO (2 EDIZ.)
  - OROAREZZO
  - SOTTOSETTORE CASA - UFFICIO
  - MARMO+MAC
  - PROGETTO FUOCO
  - SIA DI RIMINI
  - SALONE DEL MOBILE DI SHANGHAI
  - SALONE INTERNAZIONALE DEL RESTAURO
  - CERSAIE





**TECNOLOGIA INDUSTRIALE,**

- BIMU,MECC- INDUSTRIALE/MACCHINE UTENSILI
- EMO MILANO,MECC. INDUSTRIALE/MACCHINE UTENSILI
- LAMIERA,MECC. INDUSTRIALE/MACCHINE UTENSILI
- VICENZA ORO TECH,MECC- INDUSTRIALE/MACCHINE OREFICERIA
- BLAST ROMA,START UP INNOVAZIONE/START UP
- EXPODENTAL,STARTUP E INNOVAZIONE/MEDICALE
- COMPOTEC 2020,START-UP -INNOV./MATERIALI COMPOSITI
- MC EXPOCOMFORT,START-UP-INNOV./EFFICIENTAMENTO ENERG.
- SIMAC TANNING TECH,INDUSTRIA LEGGERA /MACCHINE PELLI
- MARMO +MAC,INDUSTRIA LEGGERA /MACCHINE LAV. MARMO
- CIBUS TEC,INDUSTRIA LEGGERA/FILIERA TRASF. ALIMENT.
- AB TECH EXPO RIMINI,INDUSTRIA LEGGERA/FILIERA TRASF. ALIMENT.
- INCOMING A MACFRUT,INDUSTRIA LEGGERA/FILIERA TRASF. ALIMENT.
- XYLEXPO,INDUSTRIA LEGGERA/MACCHINE LAV. LEGNO
- VITRUM,INDUSTRIA LEGGERA/MACCHINE VETRO
- ECOMONDO/KEY ENERGY RIMINI 2020,CHIMICA AMBIENTE/ENERGIA E AMBIENTE
- EIMA INTERNATIONAL,MOTORISTICA/MACCHINE AGRICOLE
- FIERAGRICOLA,MOTORISTICA/MACCHINE AGRICOLE
- SALONE NAUTICO DI GENOVA,MOTORISTICA / NAUTICA
- MISSIONE OP. ESTERI A SEATEC,MOTORISTICA / NAUTICA
- VERSILIA YACHTING RENDEZ-VOUS,MOTORISTICA / NAUTICA
- EICMA,MOTORISTICA / CICLO E MOTOCICLO
- AUTOPROMOTEC,MOTORISTICA / AUTOMOTIVE



## LETTERA 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;

Di seguito, l'elenco delle attività suddivise per sistema.

### **SISTEMA: AGROALIMENTARE E VINI**

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

#### **VINI E BEVANDE**

- PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A VINEXPO HONG KONG 2020
- PARTECIPAZIONE A ENOEXPO CRACOVIA 2020
- BORSA VINI IN PAESI VARI ASIA
- BORSA VINI IN REGNO UNITO E IRLANDA 2020
- AZIONI PROMOZIONALI DI SUPPORTO A SPIRITI E DISTILLATI
- BORSA VINI ITALIANI IN EUROPA DELL'EST
- AZIONI IN FAVORE DELLA HONG KONG INT. WINE & SPIRITS FAIR 2020
- PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE DEL VINO E DEGLI ALCOLICI ITALIANI IN CANADA

#### **PRIVATE LABEL**

- PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A PLMA CHICAGO 2020
- PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA PLMA AMSTERDAM 2020



### PRODOTTI AGROALIMENTARI

- PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A PRODEXPO MOSCA 2020
- PART. COLLETTIVA AD ANTAD / ALIMENTARIA MESSICO 2020
- ATTIVITÀ PROMOZIONE A GULFOOD DUBAI 2020
- PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A SEOUL FOOD 2020

Le manifestazioni fieristiche sopra elencate sono le principali nei rispettivi mercati e offrono importanti opportunità di contatto con canali distributivi e di incremento delle esportazioni. Le iniziative autonome sul vino (borse vini) sono iniziative sperimentate che consentono alle aziende partecipanti di incontrare sui diversi mercati le controparti commerciali più idonee allo sviluppo dei rapporti d'affari. Ove non ancora definito (Asia, Europa Est) i Paesi di svolgimento delle borse vini saranno individuati in base alle performance di mercato, alle prospettive per le aziende, alla valutazione degli esiti di precedenti iniziative e in funzione della domanda del settore produttivo nazionale. Potranno anche essere considerate iniziative itineranti su più mercati, se le condizioni lo rendessero opportuno.

### SISTEMA BENI DI CONSUMO

- Il comparto comprende varie filiere settoriali le cui principali iniziative sono di seguito riepilogate.

#### ARREDO DESIGN MOBILI, ARTIGIANATO E MATERIALI DA COSTRUZIONE

- CASAMEDINIT 2020 @ DESIGN SHANGHAI

Design Shanghai, organizzata dalla primaria società londinese Media10, si configura come il principale evento dedicato al design in Cina - dopo il Salone del Mobile di Shanghai - ed ospita una notevole quantità di brand e di designers italiani che collaborano attivamente con le aziende cinesi. In un'ottica di rafforzamento dell'immagine Made in Italy dei settori specifici nel mercato cinese, si ritiene opportuno prevedere l'organizzazione di una partecipazione collettiva delle aziende italiane afferenti alla macro area del Sistema Abitare.

#### PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A DOWNTOWN DESIGN DUBAI 2019

La fiera Downtown Design si terrà, come di consueto, nel "Design District" nel mese di novembre, zona di Dubai esclusivamente destinata alle nuove tendenze internazionali del design. I Paesi del Golfo in genere e nello specifico gli EAU presentano un mercato di grande opportunità per le eccellenze del settore, un mercato che ha conosciuto una rapida espansione negli ultimi anni, con una popolazione costituita da consumatori con alto potere di acquisto. L'ICE-Agenzia organizzerà la collettiva italiana dedicata ai prodotti di lusso Made in Italy.



#### **PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A MAISON ET OBJECT 2020**

La partecipazione alla M&O per l'edizione di gennaio 2020 si configura come una presenza oramai tradizionale delle aziende italiane ed è considerata un'iniziativa prioritaria nell'ambito delle attività promozionali a favore del settore complemento d'arredo. La fiera, nata nel 1995 si è sempre più affermata come un vero e proprio salone internazionale dell'art de vivre, luogo d'incontro di creatività, di innovazione e di soluzioni tecniche. Il carattere internazionale della fiera è dimostrato dall'alto numero di visitatori stranieri in costante crescita. La collettiva italiana si presenta usualmente su due padiglioni distinti che ospitano circa 15-20 espositori su un totale di circa 300 mq.

#### **AZIONI DI SUPPORTO CONTRACT ITALIANO CONFAPI**

Verrà organizzato, a supporto delle aziende del territorio, in un distretto ancora da definire, un incoming di buyer stranieri che prevederà incontri B2B e visite aziendali.

#### **FOLLOW UP DESIGN WEEK MESSICO**

Nell'ambito della Design Week Messico si propone di utilizzare i suddetti fondi per azioni di follow up a quelle già realizzate.

#### **PARTECIPAZIONE A COVERINGS 2020**

Coverings, 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. ICE-Agenzia in collaborazione con Confindustria Marmomacchine, prevede anche per l'edizione 2020, l'organizzazione di una collettiva di aziende italiane produttrici e proprietarie di cave e siti estrattivi di marmo e pietra naturale.

#### **AUDIOVISIVO ED EDITORIA**

##### **AZIONI DI SUPPORTO ALLA PARTECIPAZIONE ITALIANA A TORONTO INT'L FILM FESTIVAL**

Nato nel 1976 come Festival dei Festival (accoglieva una sorta di collezione di film partecipanti ad altre manifestazioni) il Toronto International Film Festival (TIFF), è divenuto nel tempo uno dei più importanti eventi cinematografici al mondo. Segue temporalmente il Festival di Venezia ed è oggi considerato piattaforma per eccellenza per la Première di nuovi film in Nord America. L'iniziativa sarà realizzata in collaborazione con Anica, Coordinamento Film Commission Italiane, Mibact e Luce Cinecittà.

#### **PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA LONDON BOOK FAIR 2020**



La London Book Fair è la seconda manifestazione per importanza a livello europeo, dopo la Buchmesse di Francoforte. Aperta solo a operatori di settore, è un appuntamento importante per lo scambio dei diritti editoriali. Si propone anche per il 2020 di assicurare la presenza della collettiva italiana.

#### **AZIONI A SOSTEGNO DELL'INDUSTRIA MUSICALE ITALIANA, USA 2019-2020**

In collaborazione con FIMI Federazione Industria Musicale Italiana si propone la prosecuzione delle azioni a supporto del settore nel mercato USA, consistenti nella presenza agli eventi più significativi del settore: presenza alla SXSW di Austin, la più importante fiera americana per numero di artisti, azioni di comunicazione in occasione degli appuntamenti itineranti di Hitweek e Billboard (premiazioni per produzioni musicali di grande successo), l'organizzazione di alcuni seminari e incontri di presentazione nelle varie città americane.

#### **PRODOTTI PERSONA, TESSILE E ABBIGLIAMENTO, CALZATURE**

##### **AZIONI DI SUPPORTO A OBUV MIR KOZHI – 2 EDIZIONI OTTOBRE 2019-MARZO 2020**

OBUV MIR KOZHI è la manifestazione di riferimento in Russia per i settori calzature e pelletteria: la fiera si svolge da 51 edizioni con due edizioni l'anno (ottobre-marzo/aprile) e registra abitualmente circa 180 espositori (di cui oltre 120 italiani), 5.000 visitatori, su una superficie di 4.500 mq. Si propone di sostenere le aziende italiane di settore con azioni di supporto quali campagna stampa, catalogo, lounge accoglienza, missioni buyer da altre aree della Federazione Russa.

##### **PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA COLOMBIATEX 2020**

Accanto alla quarta edizione della collettiva italiana di macchinari tessili, si propone di realizzare una partecipazione collettiva di un gruppo di imprese italiane del settore tessile. La fiera annuale si svolgerà presso il "Centro Internacional de Convenciones y Exposiciones Plaza Mayor di Medellín, si tratta della trentunesima edizione, registra un'affluenza di circa 21.000 visitatori, mentre gli espositori sono circa 600 provenienti principalmente dalla Colombia, India, Brasile, Spagna ed Italia.

##### **COLLETTIVA ITALIANA ALLA JIS DI MIAMI 2020**

Realizzazione della quinta edizione della collettiva italiana alla fiera americana JIS Miami, ed. di ottobre 2020, manifestazione fieristica di riferimento per il mercato del Nord e Centro America. Si prevede la partecipazione di circa 40 aziende italiane, di cui il 50% di newcomer. A disposizione di ciascuna azienda partecipante: organizzazione generale a cura ICE, stand allestito, azioni pubblicitarie su stampa e canali digital, catalogo, desk ICE di supporto in fiera.



## **PARTENARIATO INDUSTRIALE E COLLABORAZIONE CON LE OO. II.**

### **RESTAURO**

#### **AZIONI PER IL RESTAURO TURCHIA**

A seguito della collaborazione tra Assorestauro e VGM (Direttorato Generale) Turchia e successiva firma del MoU 2018 finalizzato alla collaborazione per la creazione di un cantiere pilota sul sito della Grande Moschea di Imrahor, visti anche i riscontri positivi dei due progetti precedenti già realizzati della Torre dell'orologio e Restauro della Sheik Suleiman Mesjide, si propone la realizzazione del cantiere pilota dedicato alla moschea di Imrahor al fine di favorire l'inserimento di prodotti tecnologici e servizi professionali italiani sul mercato turco.

#### **AZIONI DI RESTAURO IN LIBANO**

Quale follow up alle azioni realizzate in Italia in occasione del Salone di Ferrara e WS in Libano 2017 e successive attività organizzate nel 2018, si ritiene importante proseguire con l'attività di promozione del restauro in Libano anche in preparazione delle potenzialità di mercato che si potranno cogliere in Siria. ICE Beirut ha proposto di continuare l'attività con B2B e workshop e la costituzione di un centro per il restauro competente anche per la Siria e dedicato alla formazione di maestranze locali e siriane, da realizzare in collaborazione con la Cooperazione Italiana.

#### **STUDY TOUR RESTAURO**

A seguito delle iniziative di incoming già realizzate nel corso del 2018 e 2019, si propone il proseguimento delle attività tecnico formative a favore di operatori, professionisti e specialisti internazionali del settore restauro con un tour di visite ai cantieri, B2B con operatori italiani e presentazioni tecniche delle tecnologie e progetti di restauro realizzati da imprese italiane. L'incoming sarà realizzato nelle regioni dell'Italia meridionale che presentano realtà eccellenti di siti di restauro e applicazioni delle tecnologie e maestranze professionali italiane.

#### **AZIONI PREPARATORIE ALLA PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A DENKMAL MOSCA 2021**

La fiera Denkmal-International Trade Fair for Heritage Preservation, Restoration and Museum Technology riunisce tutti i settori che operano nell'ambito della tutela del patrimonio culturale: il restauro del legno, della carta, della seta, delle pietre preziose, come pure di dipinti, bronzi, pietre naturali e ceramica, cui si aggiungono il restauro di monumenti e memoriali, archeologia, allestimento dei musei, la conservazione di interi complessi quali centri storici, conventi e parchi naturali. Con l'iniziativa si intende dare seguito alle attività svolte in Russia negli ultimi anni portando avanti il processo di diffusione delle tecnologie e dei prodotti italiani e creando occasioni di incontro e confronto con le controparti estere. Per il raggiungimento degli obiettivi delineati, si realizzeranno azioni preparatorie alla partecipazione italiana alla fiera Denkmal (novembre 2021) presso il centro espositivo Gostiniy



Dvor, prevedendo la partecipazione a un programma di seminari organizzati dal Governo della Città di Mosca e dall'Unione Restauratori Russi, mirati a presentare l'eccellenza delle metodologie e tecnologie italiane.

#### **PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA HERITAGE ISTANBUL 2020**

La consapevolezza dell'importanza del restauro e della gestione conservativa dei beni è abbastanza recente in Turchia. La Heritage Istanbul rappresenta l'appuntamento fieristico settoriale più importante per gli addetti ai lavori. La Turchia dispone di un ricco patrimonio storico, culturale e artistico e in tale contesto si posiziona seconda soltanto all'Italia. Alla luce della positiva valutazione dell'evento espressa dalle aziende italiane partecipanti ad aprile 2019, si propone la partecipazione collettiva alla Heritage Istanbul 2020, con l'obiettivo di presidiare efficacemente la presenza italiana sul mercato turco. L'iniziativa sarà realizzata in collaborazione con Assorestaurato e CNA Restauro.

#### **SISTEMA TECNOLOGIA INDUSTRIALE**

In questo punto sono elencate le iniziative mirate alla valorizzazione delle produzioni di eccellenza e alla tutela all'estero dei marchi e delle certificazioni di qualità e di origine delle imprese e dei prodotti della tecnologia avanzata con l'obiettivo di espandere la presenza nei Paesi a maggior potenziale e favorire il radicamento delle aziende già attive sui mercati esteri di sbocco più "tradizionali". Si presentano di seguito le principali iniziative.

#### **AZIONI PREPARATORIE SALONE LE BOURGET 2021 / MOTORISTICA / AEROSPAZIO**

Il salone internazionale dell'aeronautica di Le Bourget, vetrina d'eccellenza per l'industria aerospaziale, è una manifestazione a carattere biennale e fornisce la più ampia gamma di specializzazioni provenienti da settori fondamentali del comparto. All'edizione del 2021, si prevede di organizzare una collettiva di start up e PMI Innovative, rappresentative dei distretti produttivi italiani.

#### **AZIONI A FAVORE DELLE START UP / START UP E INNOVAZIONE / START UP E ALTA TECNOLOGIA**

Riproposizione del format "Technology Day" su nuovi mercati ad alto potenziale per favorire la proiezione internazionale dell'ecosistema italiano delle Start Up Innovative.



**FOLLOW-UP CENTRI DI FORMAZIONE TECNICA**

Attività di approfondimento e di sviluppo della collaborazione attivata tramite la costituzione di centri tecnologici nei settori della meccanica strumentale.

**LETTERA D) SOSTEGNO ALLA PENETRAZIONE DEI PRODOTTI ITALIANI NEI DIVERSI MERCATI, ANCHE ATTRAVERSO APPOSITI ACCORDI CON LE RETI DI DISTRIBUZIONE****SISTEMA: AGROALIMENTARE E VINI**

Le attività in collaborazione con le GDO hanno l'obiettivo di favorire l'incremento delle vendite di prodotto alimentare italiano attraverso la distribuzione organizzata in diversi Paesi del mondo, sviluppando collaborazioni con catene distributive seguendo le linee guida definite per le promozioni con questo canale distributivo e con il canale e-commerce.

Le azioni programmate sviluppano le attività finora svolte e puntano a consolidare sui diversi mercati l'interesse delle catene distributive a realizzare campagne di promozione del prodotto italiano, di modo che si affermi sempre di più nelle abitudini dei consumatori locali.

Le principali iniziative in programma sono:

- AZIONI PROMOZIONALI IN FAVORE DEL VINO IN COREA DEL SUD
- AZIONI CON LA GDO IN POLONIA
- AZIONI CON LA GDO USA - HEB
- AZIONI DI PROMOZIONE DELL'ALIMENTARE ITALIANO CON GDO IN CINA
- AZIONI CON LA GDO IN USA - WALMART
- PROGETTO GDO EAU
- AZIONI CON LA GDO IN PAESI VARI ASIA
- AZIONI PROMOZIONALI IN FAVORE DEL VINO ITALIANO IN CINA
- CAMPAGNE PROMOZIONALI SUL VINO ITALIANO IN USA

I mercati sono stati individuati in funzione delle prospettive di crescita e dell'interesse rilevato negli scorsi anni da





parte delle catene distributive a realizzare campagne promozionali di prodotti italiani.

In generale, le attività saranno indirizzate a incrementare sia le vendite sia i fornitori, con settimane promozionali da realizzare con alcune tra le principali catene distributive dei mercati oggetto degli interventi.

I restanti fondi sono focalizzati sui paesi asiatici.

### **SISTEMA: BENI DI CONSUMO e COORDINAMENTO PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY**

Di seguito sono riepilogate le principali azioni individuate.

- BEAUTY MADE IN ITALY US CAMPAIGN - IV EDIZIONE
- AZIONI DI PROMOZIONE CON LA GDO IN CINA - PROGETTO SUNING
- AZIONI TRASVERSALI A SUPPORTO DEI PROGETTI GDO
- PROMOZIONE GIOIELLERIA IN CANADA
- PROMOZIONE GIOIELLERIA IN USA, ANCHE CON CANALI E-COMMERCE
- Si propone la prosecuzione dei progetti avviati nelle precedenti annualità con particolare riferimento al mercato nordamericano a cui sono dedicati.

Nell'ambito delle azioni di sostegno alla penetrazione dei prodotti italiani, si propone la quarta edizione del Progetto Beauty Made in Italy US Campaign.

Si propone anche la Promozione della gioielleria in Canada e Stati Uniti tramite la prosecuzione degli accordi in essere e nuove negoziazioni con Independent Retailers e GDO, per l'ampliamento della presenza italiana, l'ingresso di nuove aziende, il miglioramento delle condizioni contrattuali per le imprese nazionali, la promozione dell'immagine e della qualità del Gioiello Made in Italy. negli Stati Uniti d'America. Si prevedono azioni di supporto e collaterali alle promozioni.

Altro progetto di rilievo è quello in CINA in collaborazione con SUNING a cui si propone di destinare € 1.688.950,00.

Nel corso della Visita di Stato del Presidente cinese in Italia nel novembre 2018, è stato siglato un MOU tra ICE-Agenzia ed il Conglomerato Suning.

Questo gruppo, tra le principali aziende al mondo per fatturato (120 mld di USD) ha recentemente definito una strategia per l'anno 2020 nel quale include anche la crescita della presenza dei prodotti made in italy "autentici" nella loro nuova rete di alberghi e punti vendita.



Il loro business plan include l'apertura di 150 nuovi punti vendita in 3 anni, prevedendo anche l'acquisto di prodotti italiani e dando discreto spazio ad acquisti di nuovi prodotti.

La promozione sarà dedicata in prevalenza ai beni di consumo, ai prodotti alimentari e al settore moda e sarà una promozione sia in canali di vendita fisici che digitali (ecommerce).

Sono previste inoltre azioni trasversali a supporto dei progetti come seminari e attività di formazione per le aziende italiane nonché il monitoraggio e valutazione dei risultati delle azioni.

### **PROGETTO HIGH STREET**

- PROGETTO HIGH STREET IN VIETNAM
- PROGETTO HIGH STREET IN CINA
- PROGETTO HIGH STREET IN INDIA
- PROGETTO HIGH STREET A SEOUL – PROSECUZIONE
- PROGETTO HIGH STREET GIAPPONE – PROSECUZIONE

Il progetto prevede la creazione di spazi espositivi in cui realizzare iniziative, azioni di animazione e presentazione del prodotto italiano, allo scopo di rafforzare l'immagine del nostro Paese e creare un centro di aggregazione del Made in Italy nel Paese, potenziando gli effetti di promozione già normalmente svolti a favore dell'export italiano.

I settori di intervento saranno i beni di consumo: tessile, abbigliamento, accessori, arredo e design, calzature e pelletteria, cosmetica, gioielleria. Parallelamente sarà rappresentato anche il Food & Beverage, sia con promozioni periodiche, che con eventi, degustazioni e la predisposizione di un corner food permanente.

La capacità di attrazione sul pubblico sarà sostenuta da uno svolgimento periodico di azioni culturali, artistiche, etc. che potranno sostenere in maniera sinergica il contesto espositivo. Lo spazio dovrà divenire punto di riferimento di tutte le attività di promozione del Sistema Paese e contenitore privilegiato non soltanto di iniziative di stampo prettamente commerciale ma anche di quelle di promozione culturale, artistica, del turismo coinvolgendo oltre che ICE e Ambasciata tutti gli stakeholder (Istituto di Cultura, Enit, Camera di commercio italiana, Rappresentanze di aziende italiane nel Paese, Importatori di prodotti italiani).



## LETTERA F) REALIZZAZIONE DI CAMPAGNE DI PROMOZIONE STRATEGICA NEI MERCATI PIÙ RILEVANTI E DI CONTRASTO AL FENOMENO DELL'ITALIAN SOUNDING

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, pari al +2%. Secondo Federalimentare, la produzione 2018 ha confermato seppure a fatica i profili di crescita registrati nel corso dell'anno. Dicembre ha chiuso, infatti, con un -4,0% rispetto a dicembre 2017, a parità di giornate lavorative. Ne è derivato 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 con ben 822 Indicazioni Geografiche (299 prodotti DOP, IGP, STG, 523 vini DOCG, DOC, IGT) registrate a livello europeo. Secondo gli ultimi dati utili (2017) il valore della produzione in questo specifico comparto è di 15,2 miliardi di Euro (+2,6%) mentre l'export vale 8,8 miliardi di Euro (+4,7%), con una crescita del +5,8% su base annua e +140% nel decennio (quasi il doppio del passo dell'industria alimentare nel suo insieme).

### L'EXPORT

Il valore complessivo delle esportazioni di prodotti appartenenti al settore agro-alimentare è arrivato a superare nel 2018 i 41 miliardi di euro. Le esportazioni del settore hanno mostrato nel corso di questi ultimi anni un trend crescente che ha portato, come prima accennato, ad un valore complessivo nel 2018 pari a € 41.011.435.000, +1,4% rispetto al 2017. L'Industria alimentare italiana rappresenta il secondo settore produttivo dopo il Settore Metalmeccanico e contribuisce per circa l'8% del PIL nazionale. I primi 5 Paesi clienti per l'intero settore sono rimasti invariati negli anni dal 2016 al 2018. In particolare per quest'ultimo anno, la classifica vede in testa la Germania con un valore delle importazioni dall'Italia pari a € 6.963.728.000, seguita da Francia (€ 4.726.766.000), Stati Uniti (€ 4.180.687.000), Regno Unito (€ 3.397.402.000) e Spagna (€ 1.585.565.000). I 5 Paesi Top Performers sono invece Polonia (+6,3% al 2018 rispetto all'anno precedente), Francia (+4,3%), Canada (+4,1%), Stati Uniti (+4%), e Grecia (3,8%). In termini di area geografica, infine, la prima posizione spetta all'Unione Europea con il 66,07% del totale delle esportazioni, seguita da America Settentrionale (12,25%), Paesi Europei extra-UE (7,53%), Asia Orientale (5,69%), Medio Oriente (2,84%) ed Oceania (1,54%).

Obiettivo delle attività in programma è comunicare sui mercati internazionali, anche in collaborazione con associazioni di categoria, la qualità e salubrità delle produzioni eno-agroalimentari italiane, favorendo il contatto con i canali distributivi attraverso la realizzazione di eventi autonomi o attività di supporto a fiere internazionali. Le principali iniziative sono riepilogate di seguito.



**PRODOTTI AGROALIMENTARI**

ATTIVITÀ PROMOZIONE A WINTER E SUMMER FANCY FOOD

AZIONI DI PROMOZIONE DELL'ALIMENTARE ITALIANO IN EAU

PROMOZIONE DELLA SETTIMANA DELLA CUCINA ITALIANA NEL MONDO

PROGETTO PROMOZIONE AGROALIMENTARE IN PAESI VARI MONDO

AZIONI PROMOZIONALI IN OCCASIONE DEL WORLD PASTA DAY

AZIONI PROMOZIONALI IN COLLABORAZIONE CON ASSOCIAZIONE MIRABILIA E CONCORSO ERCOLE OLIVARIO

AZIONI COLLATERALI A FIERE IN THAILANDIA E MYANMAR

AZIONI PROMOZIONALI IN COLLABORAZIONE CON CNA E PROGETTO BREAKFAST ITALIANO

AZIONI PROMOZIONALI IN FAVORE DELLE CONSERVE VEGETALI ITALIANE IN COLLABORAZIONE CON ANICAV

AZIONI PROMOZIONALI IN COLLABORAZIONE CON ASSICA E PROMOZIONE EVENTI SALUMIAMO

AZIONI DI PROMOZIONE IN COLLABORAZIONE CON UNIONALIMENTARI

**VINI E BEVANDE**

AZIONI PROMOZIONALI IN FAVORE DEL VINO IN RUSSIA E CSI

AZIONI PROMOZIONALI IN FAVORE DEL VINO ITALIANO IN CENTRO E SUD-AMERICA 2020

6000 ANNI DI VINO ITALIANO IN GIAPPONE 2020

AZIONI PROMOZIONALI IN FAVORE DELLA BIRRA

AZIONI PROMOZIONALI IN FAVORE DEL VINO IN GERMANIA

AZIONI IN FAVORE DEL VINO ITALIANO IN MEDIO ORIENTE

Le azioni di comunicazione e promozione saranno mirate a richiamare l'attenzione e l'interesse degli operatori economici e dei consumatori verso le produzioni d'eccellenza italiane, anche in funzione di contrasto al fenomeno dell'Italian sounding, e saranno indirizzate verso Paesi individuati in base alle performance di mercato, alle prospettive di crescita per le aziende, alla valutazione degli esiti di precedenti iniziative e in funzione della domanda del settore produttivo nazionale nonché a seguito di condivisione con i partner associativi coinvolti. Potranno anche essere considerate iniziative su più mercati, se le condizioni lo renderanno opportuno.



## BENI DI CONSUMO

### ARREDO DESIGN MOBILI, ARTIGIANATO E MATERIALI DA COSTRUZIONE

#### PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ITALIAN LUXURY INTERIORS C/O HOMI CHINA ALLA FIERA "SHENZHEN INTERNATIONAL FURNITURE EXHIBITION" 2020

Nell'ambito del proprio processo di internazionalizzazione, Fiera Milano ha pianificato per il 2020 l'edizione di Homi China all'interno della Fiera "Shenzhen International Furniture Exhibition". ICE-Agenzia, in collaborazione con Confartigianato, realizzerà la collettiva "Italian luxury interiors" all'interno di questa manifestazione per il settore ARTIGIANATO.

#### AZIONI PER IL DESIGN DAY 2020

L'Italian Design Day è un'iniziativa del MAECI giunta alla terza edizione nel 2019. L'obiettivo dell'iniziativa è quello di promuovere il Made in Italy sui mercati esteri, attraverso la creazione di un appuntamento fisso che costituisca l'occasione per posizionare vetrine permanenti del Design. Si propone anche per il 2020 di contribuire alla realizzazione di una parte delle attività organizzate nel mondo.

#### PARTECIPAZIONE AMERICAN CONFERENCE OF ARCHITECTURE 2020:

Si propone una partecipazione collettiva annuale alla "AIA Conference on Architecture" realizzata dall'Associazione degli architetti USA. L'iniziativa comprende una parte seminariale ed una espositiva. La manifestazione è itinerante ed ogni anno ha luogo in una diversa località degli USA in collaborazione con l'Associazione degli architetti della città ospitante.

#### AZIONI DI COMUNICAZIONE PER IL SALONE DEL MOBILE DI MILANO 2020

Si propone di allocare il suddetto budget per la realizzazione di iniziative di promozione del Salone del Mobile di Milano edizione 2020, in particolare sul mercato americano.

## AUDIOVISIVO ED EDITORIA

### PARTECIPAZIONE A FESTIVAL E MERCATI DELL'AUDIOVISIVO IN CINA

Nell'ultimo decennio l'area asiatica ha sviluppato potenzialità di grande interesse per l'industria audiovisiva italiana. ICE-Agenzia intende proseguire, in collaborazione con ANICA, l'attività di promozione della presenza italiana ai principali festival e mercati cinesi, tra cui Beijing Film Festival, Shanghai Film e TV festival, Filmart, GZDOC, ecc.

#### AZIONI DI SUPPORTO ALLA CAMPAGNA OSCAR

L'iniziativa mira al supporto della candidatura italiana al Premio Oscar nella categoria Miglior Film Straniero. Ogni anno a settembre un'apposita commissione seleziona il film italiano candidato. A partire da ottobre inizierà una



campagna promozionale con azioni di comunicazione sui principali media americani ed eventi di networking in occasione delle proiezioni del film nei cinema USA. In particolare, le attività si svolgeranno nell'ambito della manifestazione "Cinema Italian Style" organizzata da Luce Cinecittà nella seconda metà di ottobre e di LA Italia, Film, Fashion and Art Fest, organizzata dall'Istituto Capri nel Mondo a fine febbraio alla vigilia della serata degli Oscar.

#### **PROMOZIONE SISTEMA AUDIOVISIVO ITALIANO IN EUROPA**

L'iniziativa vuole supportare la presenza italiana a festival, mercati ed eventi di settore in Europa che organizzino Focus sulla produzione italiana o che risultino particolarmente interessanti per la nostra industria. In queste occasioni potranno essere realizzati, in base alla tipologia di manifestazione, punti Italia, seminari, presentazioni, incontri b2b, delegazioni. Si prevedono azioni in particolare in Francia, Germania, Spagna, UK e paesi del nord Europa e dell'area scandinava, mercati che offrono le più interessanti prospettive ed opportunità di coproduzione e distribuzione per i prodotti audiovisivi italiani. Tali attività saranno realizzate in collaborazione con ANICA e Luce Cinecittà.

#### **PROMOZIONE INDUSTRIA AUDIOVISIVA ITALIANA AL TOKYO INTERNATIONAL FILM FESTIVAL**

Nell'area dell'Estremo Oriente ha recentemente assunto rilevanza prioritaria il mercato del Giappone, nel quale si registra crescente interesse verso il nuovo cinema italiano. La presente iniziativa intende sostenere, in collaborazione con ANICA, la partecipazione italiana alla 32<sup>a</sup> edizione di TIFF (Tokyo International Film Festival), che si svolgerà a Tokyo dal 28 ottobre al 5 novembre 2019, prevedendo iniziative a favore di produttori italiani che intendano avviare progetti di collaborazione con partner giapponesi. Fondato nel 1985, il Tokyo Film festival, ha acquisito negli anni un ruolo di prestigio a livello internazionale ed è l'evento cinematografico più importante del Giappone.

#### **EXPO 2020 / STAND ISTITUZIONALE CON EVENTI COLLATERALI ALLA FIERA DEL LIBRO DI SHARJAH 2019**

La Sharjah Book Authority ha una tradizione lunga e consolidata; è stata ospite d'onore al Salone del Libro di Torino 2019 e sarà ospite d'onore alla Bologna Children's Book Fair 2020. Di recente è stata istituita a Sharjah la prima Free Zone al mondo per l'editoria, cosa che ha attirato l'attenzione di molte società editrici internazionali. Si propone quindi l'organizzazione di uno stand istituzionale con eventi collaterali alla Sharjah International Book Fair 2019, in vista e in linea con la tematica di Expo 2020 "Connecting Minds".



**PRODOTTI PERSONA, TESSILE E ABBIGLIAMENTO, CUOIO E CALZATURE****AZIONI DI SUPPORTO E COMUNICAZIONE MODA ITALIA E SHOES FROM ITALY - 2 EDIZIONI (FEBBRAIO-LUGLIO 2020)**

Obiettivo dell'iniziativa è offrire un efficace supporto di comunicazione alle aziende italiane presso le edizioni di febbraio e luglio 2020 delle manifestazioni MODA ITALIA pelletteria e abbigliamento (56° edizione a febbraio 2020) e SHOES FROM ITALY (66° edizione a febbraio 2020). La precedente edizione di luglio 2019 ha visto la partecipazione di 122 aziende italiane di cui: 36 per le calzature, 42 per la pelletteria e 44 per abbigliamento. Questo evento è da oltre 30 anni punto di riferimento in particolare per i mercati del Giappone e dell'area asiatica, dalla quale vengono regolarmente invitate delegazioni di operatori. La tempistica organizzativa e la recente modifica di location e concept della Mostra rendono necessario avviare con anticipo i contratti relativi alle attività previste.

**PROMOZIONE SETTORE CALZATURE-PELLETTERIA AREA RUSSIA ED EX CSI**

Le attività previste coinvolgeranno l'area Russia ed ex-CSI per la promozione dei settori calzature-pelletteria nel secondo semestre 2020. Si prevede in particolare di realizzare attività di incoming estero su estero in Ucraina e/o Kazakhstan, collateralmente a iniziative di ASSOCALZATURIFICI-EMI che coinvolgono anche il settore abbigliamento, ed attività finalizzate alla promozione della presenza italiana alla fiera OBUV MIR KOZHI di Mosca, evento di riferimento settoriale per l'area ex-CSI, attraverso la realizzazione di un'area dedicata ad esposizione e BtoB.

**PROMOZIONE OCCHIALERIA IN PAESI ASEAN**

Si prevede la realizzazione di una partecipazione collettiva a un evento di rilievo locale, in prima ipotesi identificato nel salone Silmo Bangkok, in programma presso il centro fieristico IMPACT nel mese di giugno 2020.

**PROMOZIONE DEL SETTORE FILATI**

L'iniziativa si pone come obiettivo la promozione del settore dei filati, su proposta delle Associazioni di Categoria e dei Consorzi che rappresentano le aziende italiane di tale settore merceologico. Le attività previste comprendono seminari dedicati alle fiere del settore e organizzazione di workshop all'estero con aziende italiane e operatori esteri, supportate da azioni di comunicazione.

**WORKSHOP SETTORE ABBIGLIAMENTO IN PORTOGALLO/SPAGNA**

L'iniziativa ha come obiettivo la promozione del settore abbigliamento in Portogallo e Spagna e sarà organizzata sotto forma di workshop con la partecipazione di aziende italiane del settore e operatori esteri. Saranno previste inoltre azioni di comunicazioni volte a pubblicizzare l'evento.



**PARTECIPAZIONE COLLETTIVA FIERA MODA DONNA NEW YORK, FEBBRAIO - SETTEMBRE 2020**

Si prevede di organizzare la partecipazione di aziende italiane alle principali fiere del settore moda donna ed accessori a New York, quali Coterie, Edit, Stitch, Sole Commerce, organizzate da UBM e rivolte a segmenti diversi di mercato. Dette fiere si svolgono a New York due volte l'anno, a febbraio e a settembre, e vengono visitate dai più importanti dettaglianti americani provenienti da 47 Stati USA oltre che da altri importanti mercati.

**PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A FIERE MODA UOMO NEW YORK, GENNAIO - LUGLIO 2020**

Si prevede di realizzare una partecipazione di aziende italiane alle principali fiere del settore moda uomo ed accessori a New York, quali MRKet, Project, Tents. Organizzate da UBM, ente organizzatore di numerose manifestazioni fieristiche negli USA e nel mondo, sono rivolte a segmenti diversi di mercato. Si svolgono a New York due volte l'anno, a gennaio e a luglio, e vengono visitate dai più importanti dettaglianti americani provenienti da 47 Stati USA oltre a Canada e Australia.

**AZIONI DI PROMOZIONE DEI TESSILI TECNICI**

Si intende proseguire nella collaborazione con SMI e TexClubTec, organizzando una partecipazione collettiva alla Techtextil di Atlanta di maggio 2020, una sezione della mostra itinerante a Berlino in occasione di fiere di settore in Germania e una collettiva alla Techtextil di Francoforte di maggio 2021.

**AZIONI A FAVORE DELL'ARTIGIANATO TESSILI ABBIGLIAMENTO**

Si prevede di realizzare azioni a favore delle imprese artigiane del sistema Moda in collaborazione con le associazioni di riferimento nei diversi distretti produttivi.

**MANIFATTURA ITALIANA IN COLLABORAZIONE CON CNA**

Si prevede di realizzare un programma di azioni a favore delle imprese artigiane del sistema Moda in collaborazione con CNA. In particolare verranno organizzati incoming di stilisti e designer in occasione di manifestazioni in Italia, nonché presentazione di aziende associate nei diversi distretti produttivi.

**AZIONI DI SUPPORTO ALLA PRESENZA ITALIANA NELLA FIERA DI SHARJAH (APRILE 2020)**

Si prevede uno spazio Italian lounge a supporto di circa 30 aziende italiane che partecipano alla fiera. Lo spazio sarà attrezzato con dressing room per la prova dei gioielli da parte delle acquirenti emiratine, in funzione della componente B2C di questa fiera.





## **PROGETTO HIGH STREET IN GIAPPONE**

### **HIGH STREET GIAPPONE**

Il progetto prevede la creazione di uno spazio espositivo in cui realizzare iniziative, azioni di animazione e presentazione del prodotto italiano, allo scopo di rafforzare l'immagine del nostro Paese e creare un centro di aggregazione del Made in Italy nel Paese, potenziando gli effetti promozionali già attivi a favore dell'export italiano. I settori di intervento saranno i beni di consumo: tessile, abbigliamento, accessori, arredo e design, calzature e pelletteria, cosmetica, gioielleria. Parallelamente sarà rappresentato anche il Food & Beverage, sia con promozioni periodiche, che con eventi, degustazioni e la predisposizione di un corner food permanente. La capacità di attrazione sul pubblico sarà sostenuta da uno svolgimento periodico di azioni culturali, artistiche, etc. che potranno sostenere in maniera sinergica il contesto espositivo. Lo spazio dovrà divenire punto di riferimento di tutte le attività di promozione del Sistema Paese e contenitore privilegiato non soltanto di iniziative di stampo prettamente commerciale ma anche di quelle di promozione culturale, artistica, del turismo coinvolgendo oltre che ICE e Ambasciata gli stakeholder e le istituzioni nazionali (Istituto di Cultura, ENIT, Camera di commercio italiana, rappresentanze di aziende italiane nel Paese, Importatori di prodotti italiani).

## **RELAZIONI ESTERNE**

### **NARRATIVA ITALIA**

#### **AZIONI DI COMUNICAZIONE TEIJ**

Si intende migliorare l'immagine dell'Italia attraverso il rinnovamento della strategia di comunicazione promozionale. L'ideazione e la realizzazione di una campagna di promozione strategica richiede che venga innanzitutto individuata una strategia di comunicazione relativa alle aree merceologiche interessate ed ai Paesi coinvolti. L'obiettivo è quello dare supporto a nuove azioni di promozione e a quelle già avviate. L'attuazione della campagna avrà l'obiettivo di favorire la penetrazione in quei mercati dei prodotti made in Italy e contrastare in particolare il fenomeno dell'Italian Sounding.

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

### **BUSINESS FORUM ITALIA-CINA**

L'iniziativa accompagna lo svolgimento della Sessione annuale del Business Forum Italia-Cina, con cui data di realizzazione, contenuti e agenda concordati tra le parti. Il Forum è presieduto per la parte italiana da Cassa Depositi e Prestiti, mentre ICE-Agenzia svolge funzioni di segreteria tecnica assieme a Confindustria e alla controparte tecnica cinese.

### **AZIONI DI PARTENARIATO INDUSTRIALE CON ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA**



Si intende promuovere il tessuto industriale italiano rappresentato da diversi comparti produttivi in termini di know-how, formazione ed opportunità di trasferimento di tecnologia.

#### **AZIONI DI COLLABORAZIONE INDUSTRIALE IN EGITTO NELLE FILIERE MANIFATTURIERE**

L'iniziativa è finalizzata a individuare attraverso azioni di scouting sul territorio opportunità di collaborazione industriale nei conglomerati industriali egiziani per i settori manifatturieri.

#### **ASIAN DEVELOPMENT BANK**

L'iniziativa è volta a favorire la partecipazione delle imprese italiane alle opportunità di business offerte dalla Asian Development Bank nonché a presentare l'attività del nuovo Desk ADB, istituito presso la Banca Asiatica di Sviluppo di Manila.

#### **BANCA AFRICANA DI SVILUPPO - ATTIVITÀ DI PROCUREMENT**

L'iniziativa intende favorire la partecipazione delle imprese italiane alle opportunità di business offerte dalla Banca Africana di Sviluppo.

#### **COLLABORAZIONE INDUSTRIALE IN AMERICA LATINA, AZIONI DI FOLLOW UP**

L'iniziativa mira a promuovere opportunità commerciali per le aziende italiane tramite follow up ai Business Forum realizzati in Paraguay e Argentina tra aprile e maggio 2019).

#### **BELT AND ROAD INITIATIVE – BRI**

L'iniziativa intende favorire la partnership tra imprese italiane e controparti locali per attività di cooperazione in Paesi terzi; azioni di follow up al MOU MISE-NDRC.

#### **VISITE PRESSO BANCHE MULTILATERALI**

L'iniziativa prevede l'organizzazione della presenza ICE presso banche e istituzioni finanziarie multilaterali in occasione di eventi quali fiere, Business Opportunities Seminar (BOS) e incontri con specialisti.

### **SISTEMA TECNOLOGIA INDUSTRIALE**

La comunicazione strategica sui mercati più rilevanti è alla base delle attività inserite in questo programma, con l'obiettivo di rafforzare l'immagine della tecnologia italiana e contrastare attività di imitazione più o meno diretta. Il comparto comprende varie filiere settoriali le cui principali iniziative sono di seguito riepilogate.

### **INDUSTRIA LEGGERA**

#### **DRUPA 2020 / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE PACKAGE PRINTING, GRAFICA, CONVERTING LABELING**



La fiera internazionale DRUPA di Duesseldorf è un momento di grande importanza, immancabile per le aziende italiane del settore. L'iniziativa prevede la realizzazione di azioni di comunicazione utili a enfatizzare la presenza italiana, l'organizzazione di un punto istituzionale in occasione della fiera, con funzione informativa per i visitatori e di assistenza per gli espositori italiani, e la realizzazione di un seminario tematico, volto a dare visibilità alle aziende italiane e all'offerta tecnologica made in Italy.

#### **FOLLOW-UP PLAST - INDAGINI DI SETTORE / INDUSTRIA LEGGERA / LAVORAZIONE PLASTICA E GOMMA**

A seguito dell'incoming realizzato in occasione della Fiera PLAST 2018, si ritiene opportuna la realizzazione di mappature/profilazioni di differenti mercati, quali, ad esempio, Messico, Egitto e Cina, propedeutici ad individuare la tecnologia italiana che meglio si adatta alle esigenze dei suddetti Paesi.

#### **INDAGINI DI SETTORE / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE LAVORAZIONE PLASTICA E GOMMA**

D'intesa con l'Associazione di categoria AMAPLAST, in considerazione delle grandi potenzialità dei principali mercati della fascia subsahariana e del tessuto industriale non ancora completamente sviluppato e potenzialmente destinatario di interventi di rilievo, si ritiene utile la realizzazione di indagini di mercato, in particolare, in Nigeria, Ghana, Costa d'Avorio e Tanzania.

#### **SEMINARIO RICICLO / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE LAVORAZIONE PLASTICA E GOMMA**

In considerazione delle buone relazioni commerciali fra l'America latina e l'Italia e della preferenza generalmente riscontrata nell'area per i macchinari di fabbricazione italiana, soprattutto per il rapporto qualità/prezzo, si ritiene opportuno realizzare seminari di presentazione della tecnologia italiana per il settore del riciclo nei Paesi dell'area America centrale e meridionale.

#### **INDIA PROGETTO MEGA FOOD PARK / INDUSTRIA LEGGERA 1 / FILIERA TRASFORMAZIONE ALIMENTARE**

Il Ministero per il Food Processing indiano sta promuovendo la realizzazione, su tutto il territorio nazionale, di Mega Food Parks (MFP), stabilimenti collettivi destinati alla lavorazione, trasformazione e conservazione della produzione agricola delle aree circostanti, dotati di infrastrutture e servizi comuni. Per meglio conoscere le effettive necessità all'interno dei MFP di beni strumentali, si intende attivare presso la rete ICE in India una "Antenna Mega Food Park", punto centrale di raccolta di informazioni inerenti le opportunità commerciali in essere per la successiva diffusione alle imprese italiane, attraverso newsletter e/o seminari.

#### **ANUTEC MUMBAI / INDUSTRIA LEGGERA 1 / FILIERA TRASFORMAZIONE ALIMENTARE**

Il settore della trasformazione alimentare è uno dei più promettenti nel mercato indiano. Al fine di sfruttare le opportunità che qui si presentano per questo settore, si ritiene auspicabile favorire la partecipazione di aziende



italiane alla fiera ANUTEK di Mumbai, rassegna di settore di maggior successo in India e ottima vetrina per le aziende italiane interessate.

#### **EXPORT DAYS ANIMA 2019 / INDUSTRIA LEGGERA 1 / INCOMING OPERATORI E AZIONI A SUPPORTO**

Dopo la prima edizione realizzata nel 2018 con la partecipazione di circa 50 operatori stranieri e circa 250 partecipanti italiani, ICE-Agenzia, in collaborazione con l'associazione di categoria ANIMA, si propone la partecipazione a "Export Days ANIMA" (3-5 dicembre a Milano), evento dedicato alle aziende della meccanica, per creare relazioni di business e fornire nuove soluzioni nello sviluppo export. Si prevede l'organizzazione di una missione di circa 100 buyer stranieri, impegnati in sessioni B2B con imprese italiane, alla ricerca di tecnologie e partner nei settori acqua e ambiente, food technology, energia, oil&gas, impiantistica industriale, efficienza energetica e impiantistica civile.

#### **CENTRO DI FORMAZIONE TECNICA IN BANGLADESH / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE TESSILI**

Il Bangladesh è il terzo mercato di sbocco a livello mondiale della tecnologia tessile italiana. Si intende realizzare un centro di formazione equipaggiato con macchinari tessili italiani che possa essere impiegato per la formazione dei futuri tecnici e manager delle aziende tessili locali, per fidelizzarli all'utilizzo della tecnologia italiana e promuovere la nostra tecnologia tessile, rafforzando l'immagine del Made in Italy tra gli operatori locali.

#### **RUSSIA WORKSHOP VISITE CON UNIVERSITY OF DESIGN DI MOSCA / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE PELLI**

D'intesa con l'associazione Assomac si prevede l'organizzazione di stage di "Tecnologia calzaturiera" della durata di una settimana circa in collaborazione con la Moscow University of Design. Il programma prevede lezioni in aula presso la sede di Assomac a Vigevano e visite tecniche presso aziende produttrici di macchine ed accessori per calzature e calzaturifici, prevalentemente nello stesso distretto vigevanese. Il programma è propedeutico all'acquisizione di un diploma a carattere professionale e tecnico intende favorire la conoscenza approfondita della tecnologia Made in Italy di settore, anche attraverso ulteriori stage in concordati con i medesimi partner.

#### **AZIONI SUPPORTO IILF 2020 / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE PELLI**

La India International Leather Fair (IILF), principale fiera del settore delle macchine per calzature, conceria e pelletteria in India, è un appuntamento fisso per le aziende italiane del settore macchine lavorazione pelli. La presente iniziativa ha lo scopo di promuovere, come nelle precedenti edizioni, la partecipazione di aziende italiane a tale rassegna.

#### **SEMINARI TEMATICI E GUIDE/INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE LAVORAZIONE PLASTICA E GOMMA**

Il mercato cinese, pur mostrando ancora livelli di importazione elevati, ha già sviluppato una propria industria



costruttrice di macchinari che soddisfa per lo più la domanda di fascia medio-bassa. Si propone di realizzare, in collaborazione l'Associazione di categoria AMAPLAST, seminari tematici e guide fiscali ed agli investimenti in loco.

#### **AZIONI DI COMUNICAZIONE / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE LAVORAZIONE LEGNO**

In collaborazione con l'Associazione di categoria ACIMALL, si propone di realizzare azioni di comunicazione a favore del settore macchine lavorazione legno sui principali mercati di destinazione della tecnologia italiana del settore.

### **MECCANICA INDUSTRIALE**

#### **AZIONI DI COMUNICAZIONE A INTERPACK 2020 / MECCANICA INDUSTRIALE / MACCHINE PER IMBALLAGGIO E CONFEZIONAMENTO**

Interpack, principale fiera internazionale del settore, è un appuntamento di fondamentale importanza per le aziende italiane. Presso questa fiera ICE-Agenzia condividerà con l'Associazione di settore UCIMA uno stand istituzionale e realizzerà attività di comunicazione finalizzate a promuovere il Made in Italy di settore.

#### **EXPO 2020 - AZIONI PREPARATORIE / MECCANICA INDUSTRIALE / PLURISETTORIALE**

L'assegnazione a Dubai dell'Expo 2020 rappresenta un'ulteriore occasione di crescita per il Paese ospitante e, insieme, una grande opportunità per le aziende italiane interessate a sfruttare le potenzialità dell'evento, al quale sono attesi 25 milioni di visitatori e per la cui realizzazione è in programma una spesa di 8 miliardi di dollari. Si prevede quindi di proseguire l'attività del desk costituito presso l'Ufficio ICE di Dubai, che si propone come "one stop shop" per aziende e altri enti interessati alle opportunità di Expo 2020 e come supporto per la realizzazione di varie attività di comunicazione.

#### **DESK PROMOZIONALI AFRICA / MECCANICA INDUSTRIALE / PLURISETTORIALE**

L'iniziativa prevede l'attivazione o la prosecuzione dell'attività di desk con finalità informative e promozionali nei paesi dell'Africa Subsahariana. I Paesi in questione sono ritenuti di importanza strategica come potenziali destinazioni dell'export italiano e per le prospettive di sviluppo economico. I mercati interessati sono in prima istanza in Tanzania, Gibuti, Uganda, Kenya, Ruanda, Gabon, Costa d'Avorio, Camerun.

#### **DESK, AZIONI ORIZZONTALI E TECH AWARD 2020 / MECCANICA INDUSTRIALE / PLURISETTORIALE**

L'iniziativa prevede la prosecuzione delle attività orizzontali in area NAFTA attraverso i Desk del programma "Machines Italia" e del progetto "Technology Award", che offre ormai da diversi anni un momento di confronto fra i produttori della meccanica strumentale italiana e selezionate università tecniche estere



**USA/NAFTA COMUNICAZIONE VERTICALE 2020 / MECCANICA INDUSTRIALE / PLURISETTORIALE**

L'iniziativa intende dare seguito al progetto speciale "Meccanica USA", lanciato nel 2015 con la realizzazione azioni di comunicazione su vari media, a sostegno dei singoli settori della meccanica strumentale italiana.

**CIIE 2020 / MECCANICA INDUSTRIALE / INTERSETTORIALE**

ICE-Agenzia organizzerà l'area espositiva italiana presso l'evento negli spazi destinati ai singoli Paesi per la partecipazione istituzionale. In prima ipotesi l'area sarà strutturata per dare visibilità a varie tematiche, fra cui Italian life style, design, fashion, food & beverage, innovation & technology e start up.

**AZIONI DI SUPPORTO ALLA TECNOLOGIA ITALIANA**

Campagne di promozione strategica per il supporto all'immagine della tecnologia italiana presso operatori del settore, con particolare attenzione ai mercati a maggior tasso di innovazione.

**COMUNICAZIONE STRATEGICA SULLE TECNOLOGIE ITALIANE**

Azioni di follow up e approfondimento settoriale delle campagne di promozione strategica, per il supporto all'immagine della tecnologia italiana presso gli operatori delle filiere industriali utilizzatrici, mirate sia ai mercati maturi per il consolidamento delle posizioni attuali, sia ai mercati emergenti.

**DESK TECNOLOGIA IN ASIA**

Il progetto prevede l'utilizzo di risorse dedicate per potenziare il monitoraggio costante dell'evoluzione della domanda di tecnologia italiana, nonché per il potenziamento delle azioni di accompagnamento al radicamento della tecnologia stessa sui mercati che presentano interessanti prospettive di sviluppo sia quantitativo che qualitativo.

**MOTORISTICA****CENTRO TECNOLOGICO IN PERÙ / MOTORISTICA / MACCHINE AGRICOLE**

Si intende realizzare un Centro Pilota per la meccanizzazione agricola, che introdurrà un modello tecnologico moderno dimostrando il vantaggio di uso delle macchine agricole italiane attraverso formazione, assistenza tecnica sull'utilizzo e manutenzione delle macchine proposte e linee guida agronomiche, con l'obiettivo di incrementare la produttività e la redditività della filiera.



#### AZIONI DI COMUNICAZIONE IN USA / MOTORISTICA / MACCHINE AGRICOLE

Obiettivo dell'iniziativa è fornire ai produttori italiani opportunità di incontro con la domanda statunitense, sia quelli non ancora presenti sul mercato, o presenti solo in maniera marginale, sia quelli già stabiliti in esso. Si intende quindi intensificare le occasioni di presentazione della produzione italiana sul mercato statunitense.

#### AGRITECH EXPO CHISAMBA 2020/MOTORISTICA/MACCHINE AGRICOLE

Si intende organizzare per la seconda volta consecutiva la partecipazione di imprese italiane a questa fiera in Zambia, Paese che presenta importanti potenzialità per il settore, con l'obiettivo di favorire le opportunità commerciali che il mercato potrà offrire loro e sostenendone l'immagine presso gli operatori locali.

#### START UP - INNOVAZIONE

Programmazione in continuità con il progetto Innovation Days avviato nel 2016, dedicato alla promozione dell'innovazione tecnologica italiana applicata ai processi industriali.

#### INDUSTRIA 4.0 E CINA 2025

Si prevede la realizzazione di campagne strategiche per il consolidamento dell'immagine della tecnologia italiana sul mercato cinese, in risposta all'evoluzione delle domanda generata dallo sviluppo delle filiere industriali locali del settore manifatturiero.

#### TECHNOLOGY DAYS UZBEKISTAN, KAZAKHSTAN, MAROCCO, UCRAINA / TECNOLOGIE AVANZATE

Iniziativa organizzata in collaborazione con ANIE per promuovere le eccellenze delle tecnologie elettroniche ed elettrotecniche nel settore energetico. Il format è stato già sperimentato con successo in diversi Paesi e prevede l'organizzazione di un workshop con incontri B2B e visite aziendali.

#### EUROPEAN UTILITY WEEK, POWERGEN EUROPE E INCOMING ALL'OPEN DAY ANIE / TECNOLOGIE AVANZATE

Iniziativa organizzata in collaborazione con la Federazione ANIE. Si tratta di un evento di primo piano per il comparto delle utilities elettriche, dell'acqua e del gas e prevede la partecipazione di aziende con un programma specifico per le start up.

#### MOBILE WORLD CONGRESS 2020 / AZIONI A FAVORE DELLE START UP / START UP E INNOVAZIONE / START UP E ALTA TECNOLOGIA

Si rinnoverà anche nel 2020 l'appuntamento con il Mobile World Congress, principale fiera mondiale sul mondo della tecnologia mobile. Tutti i principali brand attivi nello sviluppo di smartphone, tecnologie di connettività, smart mobility, app e servizi saranno presenti a Barcellona dal 24 al 27 febbraio 2020 per presentare le novità



che animeranno la prossima stagione. In questo quadro si intende promuovere la presenza delle realtà innovative italiane con l'organizzazione di una partecipazione collettiva italiana.

#### **PROMOZIONE START UP / AZIONI A FAVORE DELLE START UP / START UP E INNOVAZIONE / START UP E ALTA TECNOLOGIA**

L'iniziativa mira a dare continuità al Progetto "Global Start Up Program", avviato nel 2019 con l'obiettivo di favorire la proiezione internazionale dell'ecosistema italiano delle Start Up Innovative con particolare attenzione al mercato del Regno Unito.

#### **DESK INNOVAZIONE / START UP E INNOVAZIONE**

Continuità del progetto di monitoraggio delle opportunità per le alte tecnologie innovative italiane sui mercati di maggior prospettiva.

#### **TECHNOLOGY DAYS**

Estensione ad altri mercati del format delle attività già in programma sui paesi dell'Asia centrale in materia di tecnologie innovative

#### **PROMOZIONE BIOTECH E START UP / STARTUP E INNOVAZIONE / BIOTECNOLOGIE**

Iniziative di promozione del comparto biotech con particolare attenzione all'universo delle start up e in collegamento con il progetto start up avviato e condiviso con il Mise, dedicato ai mercati extra-europei di maggior interesse.

#### **COMUNICAZIONE A FAVORE DELLA TECNOLOGIA IN BENELUX / STARTUP E INNOVAZIONE**

Iniziative di promozione del comparto biotech con particolare attenzione all'universo delle start up e in collegamento con il progetto start up avviato e condiviso con il Mise, mirato in particolare sui mercati maturi dell'Unione Europea.

#### **WORKSHOP ITINERANTE SETTORE ATTREZZATURE DENTARIE / STARTUP E INNOVAZIONE / DENTALE**

Il settore delle attrezzature medicali presenta importanti prospettive di sviluppo grazie alla tecnologia incorporata nel prodotto italiano. Si prevede di realizzare per questo settore eventi btob nei mercati del sud est asiatico.

#### **SMART CITY EXPO & WORLD CONGRESS DI BARCELONA / TECNOLOGIE AVANZATE**

L'iniziativa rappresenta l'evento principale a livello internazionale in ambito smart cities. Nelle ultime 4 edizioni sono aumentati costantemente il numero dei visitatori e degli espositori, in considerazione di tale opportunità l'iniziativa si conferma di grande interesse per le aziende italiane del settore.





**AZIONI DI SUPPORTO A IDEA MARRAKECH 2020 / STARTUP E INNOVAZIONE / MEDICALE**

Questa manifestazione a carattere itinerante, organizzata in collaborazione con UNIDI, si è svolta due anni fa in Etiopia mentre dal 2019 si prevede di svolgerla in Marocco, quest'anno a Casablanca e per il 2020 a Marrakech.

**AZIONI DI SUPPORTO A IDEM SINGAPORE 2020 / STARTUP E INNOVAZIONE / MEDICALE**

IDEM Singapore è la piattaforma di comunicazione per stringere e rafforzare rapporti commerciali con un mercato in forte crescita. Durante l'ultima edizione è stato registrato un numero record di 8.173 visitatori provenienti da 83 paesi. L'iniziativa sarà realizzata in collaborazione con UNIDI.

**SMART CITY KYOTO / TECNOLOGIE AVANZATE**

L'iniziativa prevede una missione di scouting sul territorio nel settore smart city. Si svolge ogni anno a Kyoto ed offre un punto di aggregazione importante per le aziende del settore.

**INFRASTRUTTURE****AZIONI DI SUPPORTO ALLA PRESENZA ITALIANA CROSS COUNTRY**

Per promuovere l'offerta italiana si prevede di effettuare azioni di comunicazione e di realizzare un prodotto agile in formato elettronico e cartaceo da distribuire anche in occasione delle missioni all'estero. Il piano di comunicazione verrà definito con le Associazioni di riferimento.

**PROSECUZIONE PROGETTO PROCUREMENT E AZIONI DI COMUNICAZIONE CANADA**

L'osservatorio "Gare e Appalti" è stato costituito il 1° luglio 2018 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 e EU, CETA. A tale scopo sono state attivate una serie di attività mirate di monitoraggio, analisi e segnalazione delle grandi opportunità che offrono i mercati pubblici in Canada. Le segnalazioni sono frutto di ricerche estensive e comprendono notizie e progetti considerati di maggior rilievo e potenziale interesse per le aziende italiane. L'iniziativa faro dell'osservatorio è la newsletter, che viene pubblicata ogni 3 mesi. L'osservatorio realizza anche materiali informativi in materia normativa, tecnica e commerciale per le imprese italiane.

**MISSIONI IN RUSSIA E BIELORUSSIA**

L'iniziativa ha l'obiettivo di far conoscere alle imprese italiane i progetti prioritari del Governo nei settori focus e di creare opportunità di partenariato per le aziende italiane della filiera infrastrutture, trasporti, energia e ambiente.

**AFRICA FOLLOW UP EVENTO TUNISIA**

Avendo già effettuato due missioni in Tunisia nell'arco di un anno - una settoriale (maggio 2018) ed una missione di sistema (aprile 2019) - si ritiene opportuno prevedere una missione in un altro Paese africano che potrebbe essere il Marocco o l'Egitto, data la rilevanza dei settori infrastrutture e costruzioni ed i progetti che il Governo intende realizzare nel breve e medio periodo.

#### China International Import Expo/CIIE 2019

Seconda edizione della manifestazione fieristica promossa dal Ministero del Commercio cinese e dalla Municipalità di Shanghai, patrocinata dal Presidente Xi Jinping, dedicata esclusivamente all'importazione di prodotti e servizi con la sola presenza di espositori stranieri.

L'Italia sarà ospite d'onore.

Dopo il successo della prima edizione, il China International Import Expo/CIIE si terrà quest'anno dal 5 al 10 Novembre 2019.

La manifestazione, promossa dal Ministero del Commercio cinese (MOFCOM) e dalla Municipalità di Shanghai, ospiterà le aziende straniere interessate a presentare i propri prodotti e servizi in Cina e si pone l'obiettivo di fornire nuove occasioni di business a Paesi e regioni di tutto il mondo, rafforzare la cooperazione e promuovere lo sviluppo dell'economia globale.

Nel 2018 hanno partecipato 150 Paesi e 3617 espositori, con la possibilità di presentare i loro prodotti e servizi a 600.000 operatori, tra i quali 400.000 buyer domestici e oltre 6000 esteri, su un'area espositiva di 270 mila metri quadrati.

Anche quest'anno, contestualmente alla fiera si svolgerà il Forum internazionale Hongqiao sulla liberalizzazione dei mercati, che sarà inaugurato dallo stesso Presidente Xi come avvenuto nel 2018, mentre i Paesi partner della RPC saranno invitati ad allestire propri Padiglioni nazionali nell'ambito di un'esposizione istituzionale d'immagine che accompagnerà la fiera commerciale.

La partecipazione nazionale italiana, curata da ICE-Agenzia, comprenderà l'allestimento di un padiglione d'immagine su un progetto originale elaborato per l'occasione. Il padiglione verrà arricchito da video e scenografie animate ed accompagnato dall'organizzazione di cinque seminari nell'ambito del programma collaterale ufficiale della manifestazione. Sarà realizzato inoltre un catalogo delle aziende italiane presenti in fiera, in formato cartaceo e digitale, che sarà messo a disposizione dei visitatori e degli operatori cinesi interessati.



## LETTERA G) SOSTEGNO ALL'UTILIZZO DEGLI STRUMENTI DI E-COMMERCE DA PARTE DELLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE;

### QUADRO DI RIFERIMENTO

Con le Linee Guida della Cabina di Regia del 27 ottobre 2016, a seguito dell'evoluzione dei canali di vendita commerciali, il concetto di retailer è stato allargato in modo da includere anche i retailer on line (cd. e-tailer) e sostenere le PMI italiane nell'utilizzo degli strumenti di e-commerce.

La GDO, operando in un contesto di altissima competitività, pratica politiche di scelta dei fornitori estremamente selettive e contrattualmente rigide, non negoziabili.

Il potenziale fornitore deve dapprima intercettare l'interesse della GDO che, sulla base dei propri piani di marketing, seleziona i fornitori a cui non resta che aderire di fatto a tutte le condizioni contrattuali imposte dalla catena distributiva. Quindi il sinallagma contrattuale è sbilanciato unilateralmente a vantaggio del distributore.

In questo particolare contesto di mercato l'Agenzia ICE è chiamata a realizzare piani di attività e azioni promozionali, concordate e condivise con gli stakeholder, che permettano una maggiore presenza anche numerica delle aziende italiane all'interno dei canali distributivi offline e on line con una maggiore capacità di intercettare l'interesse della distribuzione rispetto alla singola azienda ma sempre e comunque soggetta ai summenzionati piani strategici che sono condizionati da elementi di forte autonomia decisionale dettata dalla posizione dominante.

Infatti, in alcuni casi, a seconda della combinazione prodotto/mercato geografico è stato necessario prevedere procedure atte a selezionare piani di comunicazione e agenzie di intermediazione con il canale distributivo della GDO.

In altri casi e paesi, i canali distributivi non utilizzano intermediari oppure, come nel caso degli e-tailer possono essere basati fisicamente in paesi diversi rispetto a quelli serviti. Inoltre, le trattative richiedono sempre particolare riservatezza e, spesso, riguardano dati che non vengono resi pubblici. Pertanto, in linea generale, gli Uffici ICE coinvolti svolgono l'attività di analisi ed indagine di mercato, selezione e contatto dei soggetti sulla base di quanto previsto nell'ambito delle procedure negoziate, ritenendo esistenti i presupposti dell'eccezionalità delle stesse.

Le azioni con la GDO offline e on line, richiedendo un investimento rilevante e più che proporzionale delle catene coinvolte, richiamano spesso la scelta di una procedura in cui la selezione dei soggetti con cui avviare la negoziazione avviene sulla base di informazioni, desunte dal mercato, circa il possesso delle capacità economico-finanziaria e tecnico-organizzativa nonché le caratteristiche di rilevanza sia dimensionale che di posizionamento possedute dai concorrenti.



Elemento, già richiamato e da considerare è la riservatezza delle strategie di vendita delle catene ciascuna delle quali ha caratteristiche tecniche e commerciali tali da avere un proprio segmento di mercato fidelizzato. L'accesso a questi operatori permette alle aziende italiane beneficiarie dell'azione di garantirsi un target di clientela selezionato e difficilmente raggiungibile diversamente. Ciascuna catena ha, inoltre, differenti caratteristiche in termini di organizzazione aziendale, numero di punti vendita, distribuzione territoriale, target di riferimento e penetrazione di prodotti italiani. Analogamente per gli e-tailer, ciascun retailer ha differenti caratteristiche in termini di mercati serviti, caratteristiche dei prodotti trattati, gestione delle forniture, dei resi e dei pagamenti, target di clientela, tempistiche di consegna, azioni O2O (online to offline).

In tale quadro, il Piano straordinario per la promozione del Made in Italy e l'attrazione degli investimenti in Italia, presentato in occasione della Cabina di Regia per l'internazionalizzazione 2018, ha incrementato la quota di investimenti promozionali dedicati ai canali digitali della distribuzione e-commerce.

L'obiettivo raggiunto è stato quello di ampliare il numero delle imprese, in particolare piccole e medie, che operano nel mercato globale attraverso i principali canali distributivi online. L'Agenzia ICE ha già avviato numerose iniziative in questo ambito, tra le quali la collaborazione con l'etailer Yoox (Gruppo YNAP) per il settore moda, la partnership con la piattaforma inglese Ocado.com o cinese COFCO.com per il settore agroalimentare/vini, oppure il progetto HelloITA sui marketplace Tmall e Tmall Global (Gruppo Alibaba). Da ultimo le opportunità per le piccole e medie imprese italiane che derivano dalla collaborazione tra l'Agenzia ICE e Amazon, ovvero supportare le PMI italiane per promuovere il Made in Italy in Italia, Regno Unito, Francia, Germania, Spagna e USA, (600 nuove aziende di cui 350 zero export).

#### ARTICOLAZIONE DEL PROGETTO

Si intende realizzare un piano di sviluppo per le vendite all'estero, dedicato principalmente alle piccole e medie imprese italiane, all'interno della "vetrina Made in Italy" del partner digitale scelto dove i venditori presenti beneficeranno di un flusso aggiuntivo di traffico, per un periodo di 12/18 mesi, generato dalle campagne di advertising digitale finanziate dall'Agenzia ICE, allo scopo di affrontare la sfida della visibilità sugli store digitali.

Sulla base dell'esperienza maturata da Agenzia ICE in precedenti collaborazioni e-commerce, Agenzia ICE si propone di:

- aiutare le imprese a dare visibilità ai propri prodotti nei marketplace esteri, 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);



- supportare l'avvio di specifiche campagne di marketing online attraverso la predisposizione di un piano media per la promozione digitale della vetrina Made in Italy ;
- fornire un'esperienza di acquisto incentrata sul Made in Italy, attraverso la creazione di un nuovo store e la visibilità dedicata ai nuovi prodotti.

In aggiunta ed a completamento delle azioni di promozione e comunicazione, si intende formare in maniera più specifica le aziende italiane interessate ad essere presenti sulle piattaforme, mediante seminari ed incontri con professionisti del settore.

Di seguito, l'elenco delle attività suddivise per sistema.

### **SISTEMA: AGROALIMENTARE E VINI**

L'attività con i canali e-commerce hanno l'obiettivo di favorire l'incremento delle vendite di prodotto alimentare italiano in diversi Paesi del mondo, sviluppando collaborazioni con piattaforme distributive seguendo le linee guida definite per le promozioni con questo canale distributivo e con il canale GDO.

Di seguito sono riepilogate le principali azioni individuate per mercato di destinazione.

AZIONI DI PROMOZIONE SU CANALI DIGITALI NEL REGNO UNITO

AZIONI SU CANALI DIGITALI IN POLONIA

PROGETTO E-COMMERCE IN CINA

PROGETTO E-COMMERCE IN GIAPPONE

AZIONI DI PROMOZIONE DELL'ALIMENTARE ITALIANO IN RUSSIA E CSI

PROGETTO E-COMMERCE NEGLI USA

PROGETTO E-COMMERCE IN INDIA

PROGETTO E-COMMERCE IN CANADA

Le azioni programmate sviluppano le attività finora svolte e puntano a consolidare sui diversi mercati l'interesse delle catene distributive a sviluppare campagne di promozione del prodotto italiano, di modo che si affermi sempre di più nelle abitudini dei consumatori locali. Al tempo stesso mirano ad avviare, su nuovi mercati, iniziative di analogo potenziale.

Le attività saranno indirizzate a incrementare sia le vendite, sia i fornitori, con periodi promozionali da realizzare con alcune tra le principali piattaforme elettroniche dei mercati oggetto degli interventi.



**SISTEMA: BENI DI CONSUMO e COORDINAMENTO PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY**

Di seguito sono riepilogate le principali azioni individuate per mercato di destinazione.

Azioni di promozione su canali digitali in Europa

Progetto e-commerce moda e arredo Corea del Sud

Azioni di promozione sui canali digitali in Cina - progetto Wechat

Azioni di promozione della moda italiana in Russia e CSI

Progetto e-commerce in USA

In tale quadro, il progetto di maggior rilievo è quello in CINA.

WeChat è il maggiore social network cinese, di proprietà del gruppo Tencent, e coinvolge una base utenti di oltre un miliardo di account singoli di cui 980 milioni attivi ogni giorno.

Diversamente da quanto accade sui social network occidentali, WeChat è di fatto un ambiente internet parallelo che consente di condividere contenuti, comunicare, effettuare pagamenti online, visualizzare mappe, utilizzare servizi di geolocalizzazione, condividere post di foto e video personali. L'iniziativa prevede la realizzazione di uno spazio dedicato al Made in Italy all'interno di WeChat che promuove gli ambiti tradizionali dell'eccellenza italiana (tessile, alimentare, design e arredo, scarpe e accessori).

Sono previste inoltre azioni trasversali a supporto dei progetti e-commerce come seminari e attività di formazione per le aziende italiane nonché il monitoraggio e valutazione dei risultati delle azioni.



#### Progetto Agenzia Ice – Amazon

##### *Progetto in corso*

Il progetto Agenzia ICE – Amazon è un piano di marketing boost per la promozione del Made in Italy sul marketplace Amazon in USA, UK, Germania, Francia, Spagna, avviato nelle annualità precedenti.

Intende sostenere l'export digitale italiano attraverso la promozione di prodotti Made in Italy sul principale marketplace occidentale e aumentare in maniera significativa il numero delle aziende italiane che esportano nel marketplace Amazon, generando contemporaneamente un boost di traffico in grado di stimolare adeguatamente le vendite. Le aziende che partecipano al progetto beneficiano per 18 mesi di un flusso aggiuntivo di traffico e beneficiano degli effetti di campagne di advertising digitale mirate, finanziate dall'Agenzia ICE, che hanno lo scopo di generare visibilità e stimolare le vendite.

La partecipazione è gratuita e destinata ad almeno seicento aziende italiane con prodotti autentici "Made in Italy", di cui 350 a zero export.



## LETTERA H) REALIZZAZIONE DI TIPOLOGIE PROMOZIONALI INNOVATIVE PER L'ACQUISIZIONE E LA FIDELIZZAZIONE DELLA DOMANDA DEI MERCATI ESTERI;

### **SISTEMA BENI DI CONSUMO**

Il comparto comprende varie filiere settoriali le cui principali iniziative sono di seguito riepilogate.

### **ARREDO DESIGN MOBILI, ARTIGIANATO E MATERIALI DA COSTRUZIONE**

#### **DESIGN BUILD 2020**

Design Build rappresenta da oltre trent'anni l'unico evento in Australia dedicato al settore dell'edilizia/architettura/costruzione, dove ogni anno vengono presentate le ultime novità e tendenze del mondo del design. La fiera è suddivisa in tre aree dedicate ai materiali da costruzione, infissi interni e software e tecnologia. ICE-Agenzia in collaborazione con Confindustria Marmomacchine, prevede per la prima volta ed al fine di soddisfare la richiesta delle aziende del settore, per le quali l'Australia si configura come uno dei mercati di interesse, l'organizzazione di una collettiva di aziende italiane produttrici, nonché di quelle proprietarie di cave e siti estrattivi di marmo e pietra naturale.

#### **MOSTRA AUTONOMA CONTRACT ITALIANO GERMANIA**

Si intende organizzare una partecipazione di aziende italiane, con una formula diversa dalla tradizionale fiera, trattandosi di un mercato maturo quale quello tedesco. Verrà allestito uno spazio in cui sarà presentata una panoramica della produzione italiana in termini di tendenze e design. I dettagli sono ancora da definire con l'Ufficio di Berlino, che ha proposto l'iniziativa.

#### **PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA ICFF NEW YORK 2020**

L'ICFF-International Contemporary Furniture Fair di New York rappresenta uno dei più importanti appuntamenti fieristici dedicati al mobile e al settore casa ed è la principale piattaforma nel Nord America per il design internazionale. ICE-Agenzia sarà presente con una collettiva italiana a cui si prevede la partecipazione di circa 20 aziende in uno spazio di ca. 260 mq.

#### **PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA AMBIENTE FRANCOFORTE 2020**

Ice Agenzia in collaborazione con Confartigianato e CNA organizzerà per la seconda volta la collettiva alla Fiera Ambiente di Francoforte del 2020. Ambiente è tra i principali appuntamenti al mondo per il complemento d'arredo e





l'oggettistica, dove è possibile trovare le ultime tendenze e innovazioni del settore.

#### **AZIONI DI SUPPORTO AL REAL ESTATE FORUM CINA 2020**

L'evento che si propone, in collaborazione con FederlegnoArredo consisterà in più giornate di seminari dove i più importanti players del settore real estate cinese si confrontano con professionisti italiani nell'ambito della progettazione. L'iniziativa rientra nel progetto "contract forums", che va incontro al cambiamento del settore arredo segmento alto del mercato, che vede una crescente domanda nel settore contract.

#### **AZIONI DI SUPPORTO AL DESIGN HOSPITALITY FORUM ITALIA 2020**

L'evento proposto in collaborazione con FederlegnoArredo, prevede l'organizzazione di forum itineranti tra diverse località turistiche italiane e vuole coinvolgere i più importanti professionisti del settore provenienti da paesi dell'Unione Europea e dall'area del Mediterraneo.

#### **WORKSHOP B2B IN OCCASIONE DELLA BIENNALE DELL'ARCHITETTURA DI CHICAGO 2019**

In ragione del successo delle ultime due edizioni, si propone l'organizzazione dell'iniziativa tramite la realizzazione di incontri b2b mirati tra le aziende partecipanti e gli architetti/interior designer interessati alla produzione settoriale italiana (ceramica e lapideo). Questa tipologia promozionale è molto apprezzata dalle aziende in quanto hanno l'opportunità di incontrare numerosi decision maker di studi di architettura provenienti dal Nord America, mercato target per il prodotto lapideo e ceramico finito.

### **AUDIOVISIVO ED EDITORIA**

#### **AZIONI DI PROMOZIONE AUDIOVISIVO ITALIANO IN CENTRO E SUD AMERICA**

Con questa iniziativa si intende proseguire le azioni intraprese negli scorsi anni in Centro e Sudamerica con l'obiettivo di potenziare le opportunità di coproduzione e distribuzione dei film italiani, in particolare in Argentina, Brasile, Messico e Colombia. Si prevede di organizzare, in collaborazione con ANICA, la presenza italiana ai principali festival/mercati sudamericani, tra cui Ventana Sur, Festival di Mar del Plata e Pantalla Pinamar, Festival di Rio, Guadalajara Int' Film Festival, Cartagena Int' Film Festival, BAM-Bogotá Audiovisual Market etc. A seconda della manifestazione si prevede l'organizzazione di workshop di presentazione del sistema Italia per l'audiovisivo, l'organizzazione di missioni imprenditoriali con incontri B2B, azioni di comunicazione e realizzazione di Punti Italia.

#### **PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ITALIANA A HOT DOCS**

Il festival Hot Docs di Toronto è uno degli appuntamenti internazionali più importanti per il cinema documentario, primo mercato di coproduzione in Nord America e il principale punto di accesso per i produttori europei al mercato



nordamericano. Il festival è oggi la seconda rassegna al mondo dopo l'IDFA di Amsterdam con oltre 230 titoli in screenings da 51 Paesi. Gli appuntamenti di mercato si svolgono abitualmente nella prima settimana di maggio, con un intenso programma di conferenze, workshop e meeting rivolti a produttori e filmmaker da tutto il mondo. L'iniziativa intende consolidare i risultati conseguiti negli ultimi anni (l'Italia ha partecipato come Country Focus all'edizione 2019 con ben 9 titoli in concorso), accrescere la diffusione dell'offerta italiana sul mercato americano e le opportunità di coproduzione.

#### **PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ITALIANA AL MIPTV**

MIP è il principale mercato mondiale dei contenuti audiovisivi e si svolge due volte l'anno in Francia a Cannes in primavera (MIP TV) e in autunno (MIPCOM). La manifestazione è dedicata a tutti i contenuti audiovisivi, dai lungometraggi ai programmi per la TV tradizionale, dai prodotti per le nuove piattaforme multimediali (telefonia mobile, web tv, lptv, ecc.) a quelli realizzati con le tecnologie più recenti e si rivolge a broadcaster, produttori, distributori, nonché società che si occupano di home video, internet, telefonia mobile, licensing e merchandising. Ogni edizione di MIP registra la presenza di circa 13.000 partecipanti provenienti da 100 paesi, 5.000 buyers, 1700 espositori e 250 giornalisti, numeri che confermano l'importanza di questa manifestazione. Ormai da oltre un decennio ICE-Agenzia organizza, in collaborazione con APA (Associazione Produttori Audiovisivi), la partecipazione di una collettiva italiana realizzando un Padiglione Italia all'interno dell'area Riviera del Palais des Festivals. Si tratta dunque di un'iniziativa consolidata che per le imprese italiane di settore continua a rappresentare un'importante opportunità di contatto con le controparti internazionali.

#### **PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A MIFA**

Il MIFA, parallelamente al Festival International du Film d'Animation, è il più importante appuntamento internazionale per il mercato del film d'animazione in Europa. La manifestazione richiama, infatti, tutti i professionisti del settore dell'animazione e dei programmi per ragazzi destinati al cinema e alla televisione, tradizionale, via cavo e via satellite. Quello dell'animazione è un settore in piena espansione sia per il livello di audience sia per l'utilizzo di nuove tecnologie. In Italia, il comparto conta un'ottantina di aziende e circa 3mila addetti, per un fatturato annuo di oltre 100 milioni di euro di cui buona parte derivante da accordi di co-produzione internazionale e ritorni in investimenti sul territorio nazionale per circa 70 milioni di euro.

#### **AZIONI DI PROMOZIONE AUDIOVISIVO ITALIANO IN FRANCIA**

Primo mercato cinematografico in Europa Occidentale, la Francia è il paese con cui l'Italia realizza il maggior numero di coproduzioni. La presente iniziativa intende proseguire le azioni di promozione del cinema e dell'audiovisivo italiano sul mercato francese con l'obiettivo di incrementare la distribuzione di film italiani in



Francia e intensificare le co-produzioni tra i due Paesi. Si prevede di realizzare una serie di azioni di comunicazione, in particolare in occasione della manifestazione "De Rome à Paris", rassegna di cinema italiano organizzata annualmente dalla Direzione Generale Cinema del Mibac in collaborazione con Anica, Luce Cinecittà, Unefa- Unione Esportatori Italiani di Cinema e con il supporto di Cinema Espresso (Associazione per la promozione del cinema italiano in Francia). La rassegna include inoltre un programma di incontri B2B tra giovani autori e produttori italiani, esportatori e controparti francesi.

#### **AZIONI DI PROMOZIONE AUDIOVISIVO ITALIANO IN GERMANIA**

L'iniziativa prevede azioni di promozione del cinema italiano in Germania con l'obiettivo di incrementare la diffusione del prodotto italiano sul mercato tedesco e sviluppare i progetti di co-produzione tra i due Paesi. Si prevede in particolare di realizzare delle azioni di comunicazione in occasione del Festival del Cinema di Monaco (FilmFest Munchen), principale appuntamento estivo di settore in Germania, che registra ogni anno la presenza di oltre 2.000 operatori internazionali e più di 500 giornalisti. Il Festival presenta una media di 200 tra lungometraggi, documentari e TV movie. Si prevede inoltre di realizzare azioni di supporto all'organizzazione di una rassegna di film italiani a Berlino, in collaborazione con ANICA, insieme ad un programma di incontri B2B tra produttori italiani e buyer tedeschi.

#### **PROMOZIONE DELL'AUDIOVISIVO ITALIANO IN UK**

L'iniziativa intende sviluppare le azioni recentemente intraprese in UK con l'obiettivo di rafforzare la presenza dei prodotti audiovisivi italiani sul mercato inglese, accrescere i contatti con gli operatori locali e aumentare l'interesse per l'Italia da parte delle produzioni di area anglosassone. Si prevede di realizzare, in collaborazione con l'associazione Italian Film Commissions e l'Istituto Luce Cinecittà, azioni di promozione del Sistema Italia dell'Audiovisivo a FOCUS (Londra, 3-4 dicembre 2019) evento internazionale che si propone come momento di networking dedicato alle location, agli incentivi nazionali e regionali, e alle facilities e servizi per il cinema. Si prevede inoltre di realizzare azioni a favore della partecipazione italiana a Content London, evento dedicato principalmente ai contenuti televisivi, e al London Games Festival (aprile 2020), principale manifestazione dedicata al comparto videoludico.

#### **COLLETTIVA ITALIANA A GAME DEVELOPERS CONFERENCE**

La Game Developers Conference (GDC) è per gli sviluppatori di videogiochi uno degli appuntamenti internazionali più importanti, in quello che per il settore è il mercato più rilevante al mondo: gli USA. Alla luce degli ottimi risultati ottenuti nelle precedenti edizioni di GDC (2015-2019), l'Associazione di categoria AESVI ha proposto di ripetere l'iniziativa anche per il 2020. Il mercato del gaming rappresenta oggi un settore economico emergente, a cavallo



tra innovazione e creatività, dove l'Italia può giocare un ruolo importante. La produzione di videogiochi In Italia è un settore piccolo, ma in grande fermento. Il comparto è naturalmente vocato all'internazionalizzazione: il 93% degli sviluppatori italiani esporta in Europa, l'83% in Nord America, il 64% in Asia e il 58% in Sud America.

#### **TASK FORCE E AZIONI A SOSTEGNO PER IL SETTORE EDITORIA**

La presenza della Task Force editoriale presso l'Ufficio ICE di Chicago cura, mediante diverse tipologie di azioni, un'adeguata promozione dell'editoria italiana in uno dei mercati più importanti ma di difficile accesso. Il Desk è attivo nell'assistenza alle case editrici attraverso la vetrina [italbooks.com](http://italbooks.com), la partecipazione a manifestazioni nazionali di grande richiamo (ACTFL, Comic Con) e con attività di comunicazione sia sui canali tradizionali (pubblicazioni di settore) sia su piattaforme digitali.

### **PRODOTTI PERSONA, TESSILE E ABBIGLIAMENTO**

#### **PROMOZIONE OCCHIALERIA IN AMERICA**

Si propone la seconda edizione della Mostra di Occhialeria in Centro e Sud America con incoming di operatori dai Paesi delle aree limitrofe come prosecuzione di quanto realizzato in passato a Miami. La location potrà essere individuata in uno dei Paesi dell'area, come Panama. Si prevede la partecipazione di circa 20 aziende italiane. Si propone la partecipazione collettiva al DaTE USA, manifestazione che nasce dalla collaborazione di Mido con la rivista LYS che generalmente si svolge in Italia a Firenze, e che apre i battenti per la prima volta al di fuori del territorio nazionale in USA, con l'intento di presentare l'eccellenza dell'occhialeria mondiale sul mercato americano. Si prevede la partecipazione di circa 25 aziende italiane.

#### **PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A HONG KONG OPTICAL FAIR 2020**

Hong Kong Optical Fair 2020 è il principale appuntamento per il settore dell'occhialeria sul mercato asiatico. Si tratta della nona edizione della partecipazione collettiva italiana all'interno della fiera organizzata dall'Hong Kong Trade and Development Center (HKTDC), un appuntamento ormai consolidato per le aziende italiane del settore occhialeria. La fiera è il primo appuntamento di settore in Asia.

#### **UP BEAUTY BY WABEL 2020 – PARTECIPAZIONE UFFICIALE ITALIANA**

Up Beauty by Wabel, è un evento dedicato alla cosmetica innovativa con l'uso di ingredienti naturali, organici o locali. Le aziende partecipanti saranno selezionate dall'organizzatore Wabel in base ai requisiti utili per partecipare agli incontri con i retailers francesi ed internazionali: saranno ammessi a partecipare i brands impegnati nel rispetto dei valori etici comuni, quali: tracciabilità, cruelty free, formule green, sicurezza e trasparenza degli ingredienti, prodotti eco - compatibili, organici, naturali e vegani, produzione e logistica più intelligente, benessere



dei dipendenti dell'azienda. Si prevede la partecipazione di circa 40 aziende italiane.

#### **WABEL HOME, BEAUTY & PERSONAL CARE SUMMIT – PARTECIPAZIONE UFFICIALE ITALIANA**

Wabel è la principale piattaforma francese che agevola il contatto tra la grande distribuzione organizzata, francese ed internazionale, e le aziende, con particolare riferimento al private label. Essa organizza quattro sessioni annuali di incontri professionali a Parigi, presso l'Hilton Hotel Charle de Gaulle, articolati per settore. Le aziende italiane partecipanti al Summit HBPC saranno selezionate dall'organizzatore Wabel in base ai requisiti utili per incontrare la GDO europea ed internazionale: fatturato superiore ai 2 milioni di euro, precedente esperienza di fornitura in private label e di export verso un mercato europeo, possesso delle certificazioni di qualità. Il Summit sarà preceduto da due giornate formative preparatorie tenute dal management Wabel, dedicate alla presentazione del retail market in Europa ed ad uno store check dei beauty retailers parigini. È prevista la partecipazione di circa 40 aziende italiane.

#### **PARTECIPAZIONE A COSMOPROF INDIA 2020**

Cosmoprof India, la cui prima edizione si svolgerà a Mumbai nel mese di settembre 2020, è il principale appuntamento per il settore cosmesi sul mercato indiano. Alla prima partecipazione collettiva italiana parteciperanno otto aziende.

#### **PARTECIPAZIONE COLLETTIVA AL SIL 2020**

Si propone di organizzare una partecipazione collettiva al SIL 2020, come nelle annualità precedenti, in quanto continua a rappresentare la più importante manifestazione del settore intimo, lingerie e beachwear, in collaborazione con il Consorzio Italian Lingerie Export.

#### **MOSTRA AUTONOMA GIOIELLERIA CON B2B IN PAESI ASEAN PACIFICO 2020**

L'approccio al mercato del sud est asiatico prevede la realizzazione di una "due giorni" di mostra e workshop con B2B, contemplando anche un incoming di operatori dai diversi Paesi dell'Asean Pacifico.

#### **MOSTRA AUTONOMA GIOIELLERIA CON B2B IN EUROPA 2020**

Si prevede lo svolgimento dell'evento presso un prestigioso hotel di una capitale europea su due giornate, alle quali far partecipare circa 35 aziende italiane e circa 90 buyer provenienti dai principali mercati dell'Europa Centro Orientale, della Russia, dei Balcani, 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 coinvolgere operatori provenienti da Paesi nei quali il numero contenuto di interlocutori locali, seppur di elevato potenziale, non renderebbe percorribile un investimento promozionale diretto.

### **SISTEMA: PARTENARIATO INDUSTRIALE E RAPPORTI CON OO.II.**



### AZIONI DI PARTENARIATO INDUSTRIALE IN AMERICA LATINA

Nell'ambito del Progetto in capo all'Agenzia Italiana Cooperazione allo Sviluppo (AICS) del MAECI - approvato dalle controparti cubane - ICE Agenzia svolgerà un'azione sinergica attraverso la realizzazione del Progetto "CUBAFRUTTA – Rafforzamento della filiera di ananas e avocado a livello locale". L'attività prevede la realizzazione di uno studio di filiera, che fornirà indicazioni sulla tecnologia da adottare per rendere più efficienti i processi di produzione dalla terra al prodotto elaborato – con l'obiettivo ultimo di introdurre sul mercato cubano le aziende italiane fornitrici della relativa tecnologia (macchine lavorazione frutta); attività di promozione e commercializzazione in primis dell'avocado cubano in Italia promuovendo, inoltre, in tale contesto, la creazione di partnership commerciali con imprese e cooperative italiane.

### AZIONI DI COLLABORAZIONE INDUSTRIALE IN MEDIO ORIENTE

Progetto di scouting incentrato sulla collaborazione industriale - in primis per i mercati giordano/palestinese e iracheno - finalizzato all'approfondimento delle opportunità di business e all'individuazione di fiere e eventi in loco da proporre alle aziende italiane, anche attraverso seminari tecnologici rivolti a operatori e manager pubblici in settori sempre più considerati prioritari dai governi locali per il rilancio e l'adeguamento alle nuove necessità imposte dalla modernizzazione quali Oil&Gas, Infrastrutture/Costruzioni, Agricoltura/Agroindustria, Energia, Acqua e trattamenti rifiuti.

### COLLABORAZIONE INDUSTRIALE IN GIORDANIA, PALESTINA E IRAQ

L'iniziativa – attraverso azioni promozionali diversificate – intende promuovere la realtà produttiva italiana in Giordania, Palestina ed Iraq. In particolare, sulla base dell'interesse espresso dalle controparti locali si intendono realizzare azioni di informazione e formazione dedicate al settore conciario: trattamento acque reflue, risparmio energetico trasferimento tecnologia, etc. In particolare le attività formative saranno realizzate con l'Unione Italiana Conciaria (UNIC), con Il Politecnico Internazionale per lo Sviluppo Industriale ed Economico (PISIE), il Polo Tecnologico Conciario PO.TE.CO. nonché con la Stazione Sperimentale per l'industria delle pelli e delle materie concianti di Napoli.

### PROGETTO IMPORT STRATEGICO

Nell'ambito di tale Progetto si intende offrire un supporto all'internazionalizzazione delle aziende italiane anche attraverso politiche di sostegno all'import nelle forme di aggregazione all'acquisto, individuazione di nuove fonti di approvvigionamento, riduzione delle intermediazioni di altri Paesi. Sulla base di valutazioni elaborate congiuntamente con gli Uffici della rete estera verranno individuate le opportunità offerte dai Paesi fornitori di materie prime, commodities e semilavorati in aree come Paesi Ex Unione Sovietica, Sud America, Africa e Asia/medio Oriente.

## SISTEMA TECNOLOGIA INDUSTRIALE



Il comparto comprende varie filiere settoriali le cui principali iniziative sono di seguito riepilogate. Queste iniziative rispondono alla strategia di realizzare tipologie promozionali innovative per l'acquisizione e la fidelizzazione della domanda sui mercati esteri con l'obiettivo di incrementare il numero complessivo delle imprese esportatrici ed aumentarne il volume dell'export.

### **INDUSTRIA LEGGERA**

#### **PRINTECH VIETNAM 2020 / INDUSTRIA LEGGERA/MACCHINE PACKAGE PRINTING, GRAFICA, CONVERTING, LABELING**

Si intende realizzare una partecipazione di imprese italiane a questo evento fieristico dedicato alle esigenze del package printing, il converting, la cartotecnica e il labelling. La Fiera è giunta alla quarta edizione e si configura come una vetrina importante per gli operatori italiani del settore.

#### **PRINT4ALL CONFERENCE 2020 / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE PACKAGE PRINTING, GRAFICA, CONVERTING, LABELING**

Da considerarsi come tappa di avvicinamento alla grande manifestazione Prin4All 2021 di Milano, la Conference rappresenta un momento seminariale importante per la diffusione dell'immagine del Made in Italy all'estero. L'iniziativa prevede un incoming di operatori, giornalisti e altri profili attinenti al settore. Si tratta quindi di un'opportunità per "attendee" italiani e delegati esteri di allacciare ovvero consolidare contatti.

#### **FOCUS IMBALLAGGI ALIMENTARI EST EUROPA / INDUSTRIA LEGGERA / INDUSTRIA GRAFICA, CARTOTECNICA, CONVERTING, PACKAGE PRINTING**

L'iniziativa si compone di due attività: un'indagine sugli imballaggi alimentari nei mercati di Russia e Ucraina, ritenuta un importante strumento informativo per le aziende italiane, ed un seminario tematico di presentazione della tecnologia italiana in Russia. Quest'ultimo rappresenta un'occasione importante per diffondere sul mercato locale l'alto valore aggiunto della produzione tecnologica italiana.

#### **FOCUS CARTOTECNICA NEL MEA MARKET / INDUSTRIA LEGGERA / INDUSTRIA CARTARIA, CARTOTECNICA, CONVERTING E PACKAGE PRINTING**

L'iniziativa si compone di due attività, un'indagine di mercato in Marocco, Turchia, Egitto, Iran e Algeria, importante strumento informativo per le aziende italiane del settore, ed un seminario tematico in uno dei paesi sopra elencati, da considerarsi un fruttuoso momento di diffusione del livello qualitativo della tecnologia italiana.



**TIMBER WOODWORKING KAZAKHSTAN / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE LAVORAZIONE LEGNO**

L'Asia centrale rappresenta un'area di mercato emergente, pertanto, si intende realizzare dei seminari di presentazione delle tecnologie italiane per la lavorazione del legno, in occasione di fiere e convegni che si svolgeranno in loco.

**SEMINARIO BALCANI / INDUSTRIA LEGGERA / MACC. LAVORAZIONE LEGNO**

I Paesi balcanici hanno mediamente una grande disponibilità di materia prima, con foreste di specie arboree che ben si prestano all'uso nell'industria del legno, ma in molti casi hanno una limitata produzione locale di macchine per la lavorazione del legno, concentrata soprattutto sulla prima lavorazione. Si ritiene pertanto utile la realizzazione di seminari per presentare la tecnologia italiana, esistendo buone opportunità d'affari per le imprese italiane sia in termini commerciali (tecnologie per la produzione di mobili, infissi e case prefabbricate) che di collaborazione industriale ed assistenza tecnica.

**SEMINARIO ITINERANTE / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE LAVORAZIONE PLASTICA E GOMMA**

D'intesa con l'Associazione di categoria AMAPLAST, si ritiene opportuno organizzare dei seminari di presentazione della tecnologia settoriale italiana, viste le potenzialità dei Paesi della fascia sub sahariana (Nigeria, Ghana, Costa d'Avorio, Kenya, Etiopia) che presentano una popolazione giovane che aspira a consumi di livello occidentale.

**SEMINARI / WORKSHOP IN INDONESIA E PAESI LIMITROFI / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE CERAMICA**

I Paesi dell'area del Pacifico sono molto interessanti per i nostri produttori di macchinari per la lavorazione della ceramica e del laterizio; presentano, infatti, ottime prospettive di crescita con aumento delle costruzioni e della conseguente richiesta di maioliche/piastrelle e laterizi. Si prevede la realizzazione di alcuni seminari/workshop in Indonesia e paesi limitrofi, in cui le aziende italiane potranno presentare i loro prodotti migliori e venire in contatto con le controparti locali, e ove possibile anche visite presso locali aziende utilizzatrici di macchinari. L'iniziativa sarà organizzata in collaborazione con l'associazione di categoria ACIMAC.

**INDIAN CERAMICS 2020-COMPLETAMENTO / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE CERAMICA**

La fiera Indian Ceramics di Gandhinagar è la principale fiera di settore in India. Si propone di organizzare, in collaborazione con l'Associazione di settore ACIMAC, una collettiva italiana cui parteciperanno tra le 12 e le 16 aziende su una superficie media tra i 400 e i 600 mq. Oltre allo stand allestito, le aziende italiane usufruiscono di vari servizi: iscrizione al catalogo generale della fiera, realizzazione di una brochure della collettiva italiana, centro servizi con pc e stampante.

**CHINA GLASS 2020 / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE VETRO**



China Glass è la principale fiera di riferimento per il comparto in Cina. E' una fiera annuale, che si svolge ad anni alterni a Pechino e Shanghai. Nel 2020 si svolgerà a Shanghai nel mese di aprile (date da definire). Le aziende italiane hanno un grande interesse verso la Cina, alla collettiva italiana partecipano ogni anno in media 28/30 aziende su una superficie di circa 1.100/1.300 mq. Le aziende hanno la possibilità di partecipare utilizzando l'allestimento ICE o anche solo di prenotare l'area nuda realizzando poi un allestimento personalizzato, che dovrà essere approvato da ICE-Agenzia e che dovrà contenere comunque elementi di grafica comuni a tutta la collettiva (totem e appendimenti con la scritta Italia). Oltre allo spazio in collettiva tutte le aziende partecipanti usufruiscono dei seguenti servizi: inserimento nel catalogo generale della fiera, realizzazione di una brochure della collettiva italiana, inserzioni su stampa di settore cartacea e on line, assistenza in loco di ICE-Agenzia e dell'associazione di settore GIMAV.

#### **GLASSTEC DUESSELDORF 2020 / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE VETRO**

GLASSTEC è la fiera di riferimento mondiale per il settore delle macchine lavorazione vetro, attira tutti gli operatori del comparto, si configura pertanto come un'ottima occasione per promuovere la presenza italiana che è di rilievo: le aziende del vetro piano occupano l'intero padiglione 16, mentre le aziende del vetro cavo occupano parzialmente il padiglione 13. Si utilizzeranno i fondi previsti per l'iniziativa per evidenziare la presenza delle aziende italiane mediante pubblicità in fiera, e si organizzerà un'azione di networking, dove ICE-Agenzia finanzia il noleggio della sala, delle attrezzature tecniche e delle hostess e interpreti.

#### **SEMINARIO / WORKSHOP IN AUSTRALIA / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE VETRO**

L'Australia è un continente lontano e ricco di opportunità. Un seminario/workshop permetterà alle aziende italiane di settore di presentarsi e di iniziare a conoscere più da vicino la realtà del Paese. Si cercherà di organizzare l'iniziativa in concomitanza con l'incontro annuale dell'associazione australiana delle aziende del settore vetro, inoltre se possibile, si organizzeranno visite aziendali presso utilizzatori.

#### **MIR STEKLA 2020 / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE VETRO**

MIR STEKLA è la più importante fiera per il settore macchine lavorazione vetro ed accessori in Russia. E' visitata anche da molti operatori dei Paesi limitrofi (ex repubbliche Sovietiche). Alla collettiva italiana partecipano tra le 10 e le 15 aziende, collocate su una superficie tra i 300 ed i 500 mq. Le aziende hanno la possibilità di partecipare utilizzando l'allestimento ICE, oltre allo spazio in collettiva le aziende partecipanti usufruiscono dei seguenti servizi: inserimento nel catalogo generale della fiera, realizzazione di una brochure della collettiva italiana, inserzioni su stampa di settore cartacea e on line, assistenza in loco di ICE-Agenzia e dell'associazione di settore GIMAV.

#### **GLASSBUILD AMERICA 2020 AVVIO ATTIVITÀ / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE VETRO**

GLASSBUILD, principale fiera di riferimento per il comparto negli USA, si svolge ad anni alterni a Houston e Las



Vegas. Nel 2020 si svolgerà a Las Vegas. Le aziende italiane del settore hanno un grande interesse verso gli USA, che da anni si confermano il principale mercato di sbocco per i loro macchinari. Alla collettiva italiana partecipano ogni anno in media 15/18 aziende su superfici di circa 900 mq. Le aziende hanno la possibilità di partecipare utilizzando l'allestimento ICE o anche solo di prenotare l'area nuda, realizzando poi un allestimento personalizzato da approvare a cura di ICE-Agenzia, con elementi di grafica comuni a tutta la collettiva (totem e appendimenti con la scritta Italia). Oltre allo stand tutte le aziende partecipanti usufruiscono dei seguenti servizi: inserimento nel catalogo generale della fiera e nella brochure della collettiva italiana, inserzioni su media di settore, assistenza in loco di ICE-Agenzia e dell'associazione di settore GIMAV. Con i fondi a disposizione su questa iniziativa si potranno avviare le attività di preparazione della fiera.

#### **SEMINARI TECNOLOGICI / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE LAVORAZIONE PLASTICA E GOMMA**

D'intesa con l'Associazione di categoria AMAPLAST, si ritiene opportuno incrementare la conoscenza della tecnologia italiana dei settori rispettivamente packaging e automotive in due Paesi emergenti (Kazakistan e Uzbekistan).

#### **FILIERA FOOD TECH e FOOD AND DRINK TECHNOLOGY AFRICA / INDUSTRIA LEGGERA / FILIERA TRASFORMAZIONE ALIMENTARE**

La Food and Drink Technology Africa è l'evento fieristico di riferimento per il settore della trasformazione alimentare. Si ritiene importante partecipare con le aziende interessate al settore e con l'occasione organizzare anche delle azioni preparatorie alla fiera.

#### **EXPOALIMENTARIA LIMA 2020 / INDUSTRIA LEGGERA / FILIERA TRASFORMAZIONE ALIMENTARE**

La fiera Expoalimentaria si sta consolidando come evento di riferimento in America Latina, nel comparto della produzione alimentare. Si ritiene importante organizzare una partecipazione collettiva italiana per cogliere l'opportunità dell'area.

#### **BAKERY CHINA 2020 / INDUSTRIA LEGGERA / FILIERA TRASFORMAZIONE ALIMENTARE**

La fiera Bakery China è la più importante rassegna cinese del settore della trasformazione alimentare e presenta un tasso di crescita costante dal 2010 in termini di superficie, visitatori ed espositori. La partecipazione collettiva italiana è la vetrina migliore per le aziende italiane del settore interessate alla Cina.

PRG. 095

#### **B1: SEMINARIO TEMATICO PACKAGE PRINTING E CONVERTING IN INDIA ED EAU / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE PACKAGE PRINTING, CONVERTING, LABELING**



La realizzazione dei seminari tematici mira a dare visibilità alle tecnologie italiane e contribuisce a rafforzarne l'immagine evidenziando i punti di forza e il livello qualitativo eccellente.

#### **CAITME 2020 / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE TESSILI**

L'Uzbekistan rappresenta per l'industria meccanotessile italiana un mercato importante e con interessanti prospettive di crescita per il futuro, grazie alle politiche del Governo locale tendenti ad incrementare progressivamente la trasformazione del cotone e lo sviluppo della produzione della seta. Si intende pertanto realizzare una partecipazione collettiva di aziende italiane all'edizione del 2020 della CAITME di Tashkent, al fine di consentire alle aziende italiane partecipanti di incrementare le proprie opportunità commerciali.

#### **SHOES AND LEATHER 2020 / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE PELLI**

La Fiera Shoes and Leather è una delle principali manifestazioni fieristiche a livello internazionale in Vietnam e presenta la migliore esposizione di macchinari, componenti e accessori nel settore delle calzature, pelletteria e conceria. Come nelle scorse edizioni verrà realizzata una partecipazione collettiva di aziende italiane e attività di supporto quali un catalogo della collettiva e inserzioni su stampa specializzata.

#### **AZIONI SUPPORTO ITMA 2020 SHANGHAI / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE TESSILI**

L'Asia è la principale area geografica di destinazione della produzione meccanotessile italiana e la Cina è in assoluto il primo mercato di sbocco. Per tale ragione la partecipazione delle aziende meccanotessili italiane è sempre molto consistente alla fiera ITMA Asia + CITME, principale rassegna di riferimento per il meccanotessile in Cina ed in tutta l'area asiatica. I regolamenti della manifestazione non consentono la realizzazione di collettive nazionali, ma soltanto dei cluster, denominati National Sector Group, nei vari padiglioni merceologici. Si intende pertanto realizzare delle azioni di supporto alla presenza italiana in fiera, al fine di rafforzare l'immagine del Made in Italy settoriale, in particolare: cartellonistica in fiera, conferenza stampa di presentazione del settore, inserzioni pubblicitarie su riviste specializzate.

#### **INCENTIVI ESPOSIZIONE MACCHINARI ITMA 2020 SHANGHAI / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE TESSILI**

La fiera ITMA Asia + CITME, che si svolge con cadenza biennale a Shanghai, in Cina, rappresenta la principale rassegna di riferimento per il meccanotessile in Cina ed in tutta l'area asiatica. I regolamenti della manifestazione impongono alle aziende espositrici l'obbligo di esporre in fiera macchinari o parti significative di esse. Questo aspetto costituisce indubbiamente per le PMI italiane partecipanti un costo notevole e per tale ragione si prevede l'erogazione di un contributo per la spedizione dei macchinari che possa alleggerire tali costi. Il requisito fondamentale è che detti macchinari siano spediti dall'Italia in regime di temporanea esportazione e rientrino in Italia a fine manifestazione.



**COVERINGS 2021 / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE LAVORAZIONE MARMO**

Gli Stati Uniti sono il primo mercato di destinazione per le aziende del settore macchine lavorazione marmo. Coverings è la fiera di eccellenza per i materiali di rivestimento e le relative tecnologie, pertanto la vetrina migliore per le aziende italiane.

**FORMAZIONE TECNICI E SEMINARIO TECNOLOGICO / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE LAVORAZIONE PLASTICA E GOMMA**

Per la sua vicinanza geografica, l'Egitto e gli altri Paesi del Nord Africa, si rivolgono in primo luogo ai costruttori italiani per i propri investimenti in tecnologia avanzata per la lavorazione delle materie plastiche e della gomma. Si ritiene pertanto molto opportuna l'organizzazione di un corso di formazione per tecnici e la realizzazione di un seminario per illustrare la tecnologia italiana del settore. Tutto ciò d'intesa con l'Associazione di categoria AMAPLAST.

**MISSIONE OPERATORI TESSILI DAL GIAPPONE / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE TESSILI**

Il Giappone rappresenta per l'industria meccanotessile italiana principalmente un concorrente sui mercati internazionali, ma allo stesso tempo costituisce anche un importante mercato di sbocco. Si intende realizzare una missione in Italia di 15/20 selezionati operatori tessili ai quali poter presentare la nostra tecnologia tessile. Verranno organizzate presentazioni aziendali seguite da incontri b2b presso la sede di ACIMIT e visite aziendali presso le aziende più rappresentative per illustrare il processo di produzione dei macchinari tessili.

**MISSIONE OPERATORI TESSILI DAL PAKISTAN / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE TESSILI**

Il Pakistan rappresenta per l'industria meccanotessile italiana uno dei principali mercati di sbocco a livello mondiale: le esportazioni settoriali hanno superato il valore di 85 milioni di euro nel 2018. Si intende realizzare una missione in Italia di 15/20 selezionati operatori tessili ai quali poter presentare la nostra tecnologia tessile. Verranno organizzate presentazioni aziendali seguite da incontri b2b presso la sede di ACIMIT e visite aziendali presso le aziende più rappresentative per illustrare il processo di produzione dei macchinari tessili. Obiettivo dell'iniziativa promozionale è di consolidare la nostra posizione commerciale su questo mercato.

**MISSIONE OPERATORI TESSILI DALLA POLONIA / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE TESSILI**

La Polonia rappresenta per l'industria meccanotessile italiana uno dei principali mercati di sbocco a livello europeo: le esportazioni settoriali hanno superato il valore di 42 milioni di euro nel 2018. Si intende realizzare una missione in Italia di 15/20 selezionati operatori tessili ai quali poter presentare la nostra tecnologia tessile. Verranno organizzate presentazioni aziendali seguite da incontri b2b presso la sede di ACIMIT e visite aziendali presso le



aziende più rappresentative per illustrare il processo di produzione dei macchinari tessili.

#### **AZIONI SUPPORTO COLOMBIATEX 2020 / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE TESSILI**

Per la partecipazione alla fiera Colombiatex 2020 di Medellin, come avvenuto nell'edizione 2019 della fiera, si mette a disposizione uno stanziamento per realizzare un allestimento di alta qualità e visibilità, riducendo nel contempo i costi di partecipazione per le aziende italiane. Ciò al fine di garantire un'immagine di qualità dell'area italiana, in una delle più importanti rassegne fieristiche del settore nel mercato sudamericano.

#### **SEMINARIO ITINERANTE / INDUSTRIA LEGGERA / MACCHINE LAVORAZIONE PLASTICA E GOMMA**

I Paesi del Sud America hanno da sempre buone relazioni commerciali con l'Italia ed i costruttori italiani di macchine per materie plastiche e gomma sono considerati fornitori preferenziali dai trasformatori locali, soprattutto in virtù del miglior rapporto qualità/prezzo rispetto ai diretti concorrenti tedeschi e della riconosciuta supremazia tecnologica rispetto ai competitors cinesi. Dato che l'industria costruttrice di macchinari non riesce a coprire tutte le esigenze locali, si ritiene opportuna l'organizzazione di un seminario itinerante in Argentina, Cile, Colombia ed Ecuador per illustrare le nuove tecnologie italiane.

### **MECCANICA INDUSTRIALE**

#### **ATTIVITÀ PROMOZIONALI IN AFRICA / MECCANICA INDUSTRIALE / PLURISETTORIALE TECNOLOGIA**

Si propone la partecipazione ad eventi fieristici ed organizzazione di attività di comunicazione nei Paesi dell'Africa Subshariana. In particolare, si prevede la partecipazione alla Salon Promote in Camerun e a fiere plurisetoriali nei paesi più dinamici : Nigeria, Senegal, Costa d'Avorio, Ghana, Ruanda.

#### **DJAZAGRO 2020 / MECCANICA INDUSTRIALE / MACCHINE PER IMBALLAGGIO E CONFEZIONAMENTO**

Djazagro è la principale fiera per il settore nel nord Africa. ICE-Agenzia organizza un padiglione di circa 700 mq al quale in genere partecipano circa 50 aziende. La partecipazione è sempre stata in crescita e viene sostenuta da una serie di azioni di comunicazione.

#### **PROPAK EAST AFRICA 2020 / MECCANICA INDUSTRIALE / MACCHINE PER IMBALLAGGIO E CONFEZIONAMENTO**

La Propak East Africa è una vetrina fondamentale per le aziende del settore nell'Africa Subsahariana, mercato di grande rilievo e in forte crescita. ICE-Agenzia, in collaborazione con l'Associazione Ucima organizza ormai da oltre 5 anni un Padiglione Italia.



**EXPO PACK MESSICO 2020 / MECCANICA INDUSTRIALE / MACCHINE PER IMBALLAGGIO E CONFEZIONAMENTO**

La Expo Pack Messico è la principale fiera di settore nell'America Centro Meridionale. La fiera è in costante crescita così come la partecipazione italiana che registra sempre più richieste da parte delle aziende. ICE-Agenzia, in collaborazione con Ucima organizza un Padiglione Italia e pone in essere una serie di attività di comunicazione finalizzate alla pubblicizzazione della presenza in fiera.

**AZIONI PREPARATORIE FUNDIEXPO 2021 / MECCANICA INDUSTRIALE / MACCHINE FONDERIA**

La Fundiexpo rappresenta l'evento leader nel comparto della fonderia sul mercato messicano e vede la presenza degli utilizzatori maggiormente interessanti per i fornitori di macchinari ed attrezzature per la fonderia. La manifestazione ha un carattere itinerante: le differenti sedi vengono infatti scelte in base alla collocazione dei distretti produttivi nel Paese, la prossima edizione tornerà al formato triennale e si svolgerà a Monterrey nel mese di ottobre del 2021. ICE-Agenzia, in collaborazione con AMAFOND, prevede l'organizzazione di una collettiva italiana e una serie di azioni di comunicazione e networking tra le quali sono previste la realizzazione del catalogo delle aziende italiane partecipanti alla collettiva e delle inserzioni su stampa settoriale.

**FIERA FILDA 2020 / MECCANICA INDUSTRIALE / PLURISETTORIALE**

La fiera di FILDA di Luanda in Angola è la principale manifestazione fieristica internazionale del Paese e vetrina privilegiata per tutti i paesi dell'Area CEMAC. Si ritiene opportuno specializzare la fiera sulla tecnologia industriale plurisetoriale e in particolare nelle categorie merceologiche attinenti alla meccanizzazione agricola, alla trasformazione alimentare, alla nautica da diporto e professionale, e ai macchinari in generale (lavorazione legno, marmo, metallo, plastica e vetro, tecnologie per stampa e imballaggio, produzione energia, trattamento acque e rifiuti). L'area destinata alla collettiva italiana sarà pari a circa 600 mq., interamente allestiti. Il servizio offerto da ICE sarà integrato da azioni di comunicazione su media locali e inserimento sul catalogo generale e della collettiva.

**FIERA ACTIF 2020 / MECCANICA INDUSTRIALE / PLURISETTORIALE TECNOLOGIA**

La fiera di ACTIF di Addis Abeba rimane ancora la principale manifestazione fieristica internazionale dell'Etiopia, Come per le edizioni precedenti l'area destinata alla collettiva italiana sarà pari a circa 700 mq., interamente allestiti all'interno del Padiglione centrale. Il servizio offerto da ICE sarà integrato con attività di comunicazioni su media locali e pubblicazione su cataloghi (generale e della collettiva).

**FIERA FACIM 2020 / MECCANICA INDUSTRIALE / PLURISETTORIALE TECNOLOGIA**

La fiera di FACIM di Maputo in Mozambico, è la principale manifestazione fieristica internazionale del Paese. Si ritiene opportuno specializzare la fiera sulla tecnologia industriale plurisetoriale e in particolare nelle categorie



merceologiche attinenti ai settori Oil&Gas, alla trasformazione alimentare, logistica e trasporti, e ai macchinari in generale (lavorazione legno, marmo, metallo, plastica e vetro, produzione energia, trattamento acque e rifiuti), arredamento e contract. L'area destinata alla collettiva italiana sarà pari a circa 200 mq., interamente allestiti. Il servizio offerto da ICE sarà integrato con attività di comunicazione su media locali e pubblicazione su cataloghi (generale e della collettiva).

#### **FIERA DITF 2020 E ATTIVITÀ COLLATERALI / MECC.Industr. / PLURISETTORIALE**

La fiera di DIFT - Dar Es Salaam International Trade fair in Tanzania è la principale manifestazione fieristica internazionale del Paese. Si ritiene di affiancare la presenza istituzionale in fiera con attività di comunicazione e informative con focus ai settori di particolare interesse. Saranno organizzati una serie di Workshop/Presentazioni di aziende italiane ed incontri B2B con controparti locali. I settori prioritari sono individuati in prima analisi nella meccanizzazione agricola, industria della trasformazione alimentare, materiali da costruzioni e attrezzature per il turismo. Gli incontri si potranno tenere sia nella capitale Dar es Salaam che nei principali distretti produttivi o località dove si concentrano le attività turistiche e alberghiere.

#### **FIERA FIHAV 2019 / MECCANICA INDUSTRIALE / PLURISETTORIALE TECNOLOGIA**

La Fihav – Fiera Internazionale dell'Avana, rappresenta ancora il principale evento fieristico plurisetoriale di livello internazionale per Cuba e vetrina privilegiata per l'intera area centroamericana. L'ultima edizione ha registrato la presenza di 70 paesi su oltre 24.000 mq di superficie espositiva. Da oltre 10 anni L'ICE Agenzia coordina la presenza di aziende italiane alla FIHAV di l'Avana. La collettiva italiana occuperà una superficie netta di circa 1050 mq., distribuita su due piani e suddivisa in stand individuali interamente allestiti che saranno assegnati alle aziende, consorzi e associazioni. Il servizio offerto da ICE sarà integrato con attività di comunicazione su media locali e pubblicazione su cataloghi (generale e della collettiva).

#### **KOREA PACK 2020 / MECCANICA INDUSTRIALE / MACCHINE PER IMBALLAGGIO E CONFEZIONAMENTO**

A seguito di una crescente richiesta da parte delle aziende di settore, si è deciso di inserire per la prima volta, una partecipazione italiana alla fiera Korea Pack. La fiera nel 2018 ha visto la partecipazione di 1.370 espositori e di oltre 64.000 visitatori.

#### **PROPAK INDIA 2020 / MECCANICA INDUSTRIALE / MACCHINE PER IMBALLAGGIO E CONFEZIONAMENTO**

L'India è un mercato molto interessante per le aziende del settore ma anche molto difficile. Su input del MISE negli ultimi anni si sta cercando di facilitare l'accesso delle aziende a questo mercato offrendo loro opportunità che possano creare rapporti commerciali.



**PROPAK CHINA 2020 / MECCANICA INDUSTRIALE / MACCHINE PER IMBALLAGGIO E CONFEZIONAMENTO**

La manifestazione è uno dei principali appuntamenti fieristici di settore in Cina. ICE-Agenzia, in collaborazione con Ucima, organizza un Padiglione Italia, supportato da una serie di attività di comunicazione finalizzate a pubblicizzare la presenza italiana in fiera.

**PACK EXPO CHICAGO 2020 / MECCANICA INDUSTRIALE / MACCHINE PER IMBALLAGGIO E CONFEZIONAMENTO**

La Pack Expo Chicago è la principale fiera di settore nel Nord America ed un imperdibile appuntamento internazionale per gli operatori del settore. ICE-Agenzia, in collaborazione con Ucima, organizza il Padiglione Italia, con lo scopo di consentire alle PMI del settore di partecipare ad una manifestazione molto costosa e di difficile accesso per le aziende individuali.

**EUROGUSS 2020 / MECCANICA INDUSTRIALE / MACCHINE FONDERIA**

Euroguss è una manifestazione a cadenza biennale dedicata alle tecnologie, processi e prodotti per il Die Casting (pressofusione), visitata da tutto il mondo dell'automotive tedesco nonché da numerosissimi operatori esteri. La manifestazione si tiene a Norimberga, presso il locale Ente fieristico, non lontano dagli impianti di moltissime aziende del settore automotive e subfornitura. Ice-Agenzia, in collaborazione con AMAFOND, prevede l'organizzazione di una collettiva italiana di aziende del settore. Con il budget previsto nel presente progetto verrà completato il pagamento dell'area opzionata e verranno realizzate azioni di comunicazione e networking che possono prevedere la realizzazione del catalogo delle aziende italiane partecipanti alla collettiva, inserzioni su stampa settoriale ed altre.

**FIERA AGRICOLTURA DI NOVI SAD 2020/MECCANICA INDUSTRIALE/FILIERA AGRICOLA**

La fiera di Novi Sad è la principale vetrina delle tecnologie legate alla filiera dell'agricoltura, della zootecnia e della trasformazione alimentare in Serbia ed una delle più importanti manifestazioni fieristiche dell'intera area balcanica. Lo spazio dedicato alla collettiva italiana occuperà un'area di oltre 400 m<sup>2</sup>, all'interno del padiglione n. 1 e sarà allestito sulla base del progetto personalizzato a cura di ICE-Agenzia. Si prevede la presenza di circa 20 aziende in rappresentanza dei seguenti settori: florivivaismo, agricoltura biologica, macchine ed attrezzature agricole, macchine e impianti per l'industria agroalimentare, macchine per lo stoccaggio e imballaggio, irrigazione. A supporto della partecipazione in fiera è prevista l'inserzione sul catalogo ufficiale della manifestazione e la realizzazione di un catalogo delle aziende italiane partecipanti.

**FIERA UGIF / MECCANICA INDUSTRIALE / PLURISETTORIALE TECNOLOGIA**

La fiera di UGIF di Kampala in Uganda è la principale manifestazione fieristica internazionale del Paese. Si





ritiene opportuno specializzare la presenza in fiera sulla tecnologia industriale plurisetoriale e in particolare nelle categorie merceologiche attinenti ai settori telecomunicazioni, trasformazione alimentare, ai macchinari in generale (lavorazione legno, marmo, metallo, plastica e vetro, produzione energia, trattamento acque e rifiuti), arredamento e contract e materiali per edilizia. L'area destinata alla collettiva italiana sarà pari a circa 150 mq., interamente allestiti. Il servizio offerto da ICE sarà integrato con attività di comunicazione su media locali e pubblicazione su cataloghi (generale e della collettiva).

#### **FIERA GIFT DI GIBUTI 2019 / MECCANICA INDUSTRIALE / PLURISETTORIALE TECNOLOGIA**

La fiera di GIFT di Gibuti è la principale manifestazione fieristica internazionale del Paese. Si ritiene opportuno specializzare la fiera sulla tecnologia industriale plurisetoriale e in particolare nelle categorie merceologiche attinenti ai settori delle telecomunicazioni, logistica e trasporti, pesca, trasformazione alimentare, produzione energia, trattamento acque e rifiuti, arredamento/ contract e materiali per edilizia. L'area destinata alla collettiva italiana sarà pari a circa 150 mq., interamente allestiti. Il servizio offerto da ICE sarà integrato con attività di comunicazioni su media locali e pubblicazione su cataloghi (generale e della collettiva).

### **MOTORISTICA**

#### **ROADSHOW ITINERANTE IN INDIA / MOTORISTICA / MACCHINE AGRICOLE**

Gli investimenti in India nel settore delle macchine agricole hanno registrato una crescita significativa specialmente negli ultimi 20 anni e questo trend è destinato ad aumentare anche nei prossimi anni. Questo roadshow sarà un'importante occasione per incontrare le controparti locali provenienti da diverse parti del Paese e consentire alle aziende italiane di cogliere le opportunità che questo mercato, così potenziale per questo settore, offre.

#### **CTT MOSCA 2020 / MOTORISTICA / MACCHINE EDILI, COSTRUZIONI E MOVIMENTO TERRA**

Fin dalla prima edizione nel 2000, la manifestazione «CTT» si è rapidamente imposta quale appuntamento principale all'interno della Federazione Russa dedicato al settore delle macchine per costruzioni civili e stradali, un punto di riferimento primario non solo per il grande mercato interno della federazione russa, ma anche per i mercati dell'Europa Orientale e della Comunità degli Stati Indipendenti con particolare riferimento a Bielorussia, Kazakhstan, Azerbaijan e Uzbekistan. Le imprese italiane partecipano regolarmente alla manifestazione e ad eccezione dell'ultima edizione nel 2019, ICE-Agenzia ha sempre supportato la presenza italiana con l'organizzazione di una partecipazione collettiva realizzata in collaborazione con le associazioni rappresentative del settore e conferma il proprio impegno anche in occasione dell'edizione 2020 in programma a Mosca dal 26 al 29 maggio 2020.



**CONEXPO 2020 / MOTORISTICA / MACCHINE EDILI, COSTRUZIONI E MOVIMENTO TERRA**

L'appuntamento triennale di Las Vegas con la fiera «CONEXPO-CON/AGG», in programma a Las Vegas dal 10 al 14 marzo 2020, rappresenta il più grande raduno internazionale dedicato all'intera filiera dell'industria delle costruzioni nel continente americano. ICE-Agenzia conferma il proprio impegno a supporto delle aziende italiane del settore che vedono nel presidio della manifestazione un appuntamento imprescindibile per il mantenimento del posizionamento competitivo sul mercato statunitense.

**AZIONI PREPARATORIE A IDEF 2021 / MOTORISTICA / AEROSPAZIO**

IDEF – Salone Internazionale dell'Industria della Difesa è la più grande fiera della Difesa nell'area euroasiatica e la quinta nel mondo. All'edizione del 2021, si prevede di organizzare una collettiva di aziende della subfornitura di aerospazio e difesa. L'iniziativa sarà in collaborazione con AIAD - Federazione delle Aziende Italiane per l'Aerospazio, la Difesa e la Sicurezza e MOD – Direzione agli Armamenti della Difesa Italiana, quest'ultimo in qualità di "testimonial dell'affidabilità e professionalità delle imprese italiane del comparto".

**PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA EXPOAGRO 2020 / MOTORISTICA / MACCHINE AGRICOLE**

Obiettivo dell'iniziativa è promuovere il comparto delle macchine ed attrezzature agricole, di cui l'industria italiana è leader a livello mondiale, in Argentina e nei Paesi circostanti in un momento storico di apertura del paese e di orientamento pro-business. L'iniziativa porterà ad un incremento della domanda di macchine ed attrezzature di nuova generazione e quindi ad un rafforzamento della cooperazione bilaterale con l'Italia.

**PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA KIEMSTA 2020 / MOTORISTICA / MACCHINE AGRICOLE**

La partecipazione con una collettiva italiana per la quarta volta consecutiva alla fiera risulta essenziale per presentare agli operatori coreani le nuove tecnologie italiane e trasmettere l'immagine delle macchine agricole di qualità. La fiera KIEMSTA - Korea International Exhibition of Machinery, Equipment, Science & Technology for Agriculture, nata nel 1992 con cadenza biennale e giunta alla sua tredicesima edizione, si è confermata punto di riferimento per la Corea del Sud per il settore delle macchine agricole e utile occasione di promozione dell'offerta italiana in un mercato meritevole della nostra continua e massima attenzione.

**PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA CIAME 2020 / MOTORISTICA / MACCHINE AGRICOLE**

Il trend della manifestazione delle ultime edizioni della collettiva a questa fiera itinerante mette in evidenza un sempre crescente interesse da parte delle aziende italiane verso il mercato cinese. La fiera mostra, nella evoluzione delle sue edizioni, di anno in anno, una espansione molto forte e una qualificazione sempre maggiore del pubblico in visita, così come degli espositori locali ed esteri. L'obiettivo dell'iniziativa è quello di favorire una conoscenza



più approfondita della tecnologia italiana da parte degli operatori cinesi del settore e di comprendere meglio le necessità specifiche delle industrie locali, al fine di incoraggiare un processo di ammodernamento e sviluppo in cui la tecnologia italiana possa trovare delle possibilità di inserimento commerciale.

#### **PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA AGROSALON 2020 / MOTORISTICA / MACCHINE AGRICOLE**

Agrosalon si è ormai affermata come fiera di riferimento per un mercato molto ampio e dispersivo come quello russo, grazie alla forte specializzazione settoriale ed all'orientamento prettamente operativo, che consente di raccogliere nei giorni di fiera praticamente tutti gli operatori commerciali ed istituzionali di interesse per il comparto della meccanizzazione agricola in Russia e nell'area dell'ex Unione Sovietica. AGROSALON è considerata la fiera di riferimento per la meccanizzazione agricola in Russia e la partecipazione a questa manifestazione, ogni due anni, si iscrive in una rinnovata strategia promozionale volta a sostenere l'export di settore italiano in questo Paese.

#### **DSA 2020 / MOTORISTICA / AEROSPAZIO**

Il salone DSA - Defense Services Asia di Kuala Lumpur rappresenta la principale rassegna per la promozione dei prodotti e servizi per la difesa e sicurezza nel Sud Est asiatico e tra le prime 5 a livello mondiale. Saranno esposte tecnologie e attrezzature per la difesa elettronica per terra, mare, aria e sistemi di sicurezza interna, ecc. La partecipazione alla DSA rappresenta un passaggio obbligato per le aziende interessate a vendere e avviare rapporti di collaborazione industriale e commerciale nel Paese anche considerando che la Rassegna è supportata e co-organizzata dagli stessi organismi istituzionali interessati agli acquisti, Ministero della Difesa, Forze armate e di polizia malesi. ICE Agenzia prevede una partecipazione collettiva in collaborazione con AIAD e Segredifesa.

#### **DEFEXPO INDIA 2020 / MOTORISTICA / AEROSPAZIO**

Defexpo India è il principale Salone dell'area asiatica dedicato al comparto aerospaziale e della difesa. Si espongono prodotti di sistemi di difesa aerea, equipaggiamento navale, abbigliamento navale, mezzi di comunicazione, motori, tecnologie spaziali e satellitari, sistemi di telecomunicazioni, sistemi informatici. È prevista una partecipazione collettiva nell'ambito della collaborazione con AIAD e Segredifesa.

#### **ILA BERLINO 2020 / MOTORISTICA / AEROSPAZIO**

Inaugurata nel 1909, il salone ILA (mostra internazionale dell'aeronautica e dello spazio di Berlino), è considerato l'evento fieristico più importante a livello mondiale del settore aerospaziale. La continua evoluzione e specializzazione nel campo aerospaziale crea nuove esigenze in molti settori industriali. Per sottolineare l'attenzione a questi sviluppi la ILA ha creato nuovi spazi per rispondere all'interesse del mercato nei seguenti settori: aviazione commerciale, aeronautica spaziale, difesa e sicurezza, equipaggiamento, materiali e motori



aeronautici e aviazione. Si prevede l'organizzazione di una collettiva di aziende in collaborazione con la Federazione AIAD.

#### **PARTECIPAZIONE A FIERE SULLA TECNOLOGIA DELLA DIFESA / MOTORISTICA / AEROSPAZIO**

Il Giappone è tra i principali Paesi al mondo per innovazione tecnologia nel settore aerospaziale. ICE Agenzia, in collaborazione con AIAD e Segredifesa, si propone di verificare nuove opportunità commerciali per le aziende italiane in questa parte del Pacifico. La partecipazione all'evento aerospaziale in Giappone potrà essere realizzata anche nella forma seminariale.

#### **PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A SINGAPORE YACHT SHOW 2020 / MOTORISTICA / NAUTICA**

Il Singapore Yacht Show è una delle principali manifestazioni della nautica da diporto al mondo. ICE-Agenzia dopo la prima partecipazione collettiva realizzata nel 2019, promuove e sostiene la partecipazione delle aziende italiane anche per l'edizione 2020 al fine di consolidare l'immagine di leader mondiale delle nostre produzioni e specializzazioni e le crescenti opportunità di penetrazione commerciale per le nostre imprese nel promettente mercato asiatico.

#### **PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A DUBAI INTERNATIONAL BOAT SHOW 2020 / MOTORISTICA / NAUTICA**

Il Dubai International Boat Show rappresenta una delle principali fiere internazionali di settore, nonché la più significativa nell'intera area del Medio Oriente. La partecipazione collettiva promossa da ICE-Agenzia vuole contribuire a sostenere l'immagine di leader mondiale del nostro Paese nel settore e favorire le opportunità di penetrazione commerciale per le nostre imprese nel promettente mercato asiatico.

#### **PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A ADIPEC 2020 / MOTORISTICA / OIL & GAS**

ADIPEC è una delle più importanti manifestazioni internazionali del settore oil & gas, nonché la più significativa nell'intera area del Medio Oriente. ICE Agenzia partecipa da anni con una collettiva di aziende italiane che cresce ogni anno in numero e qualità delle aziende espositrici.

#### **PARTECIPAZIONE COLLETTIVA ALLA FIERA EXPOAGRO 2020 / MOTORISTICA / MACCHINE AGRICOLE E AZIONI PREPARATORIE ED. 2021**

Questa iniziativa intende assicurare la continuità della presenza settoriale italiana sul mercato argentino e rappresenta un appuntamento imprescindibile nel panorama delle fiere specializzate del continente sudamericano. La filiera dell'agroindustria, è per eccellenza il comparto più rappresentativo dell'attività produttiva argentina e contribuisce a oltre il 46% delle esportazioni del Paese. L'Italia guarda con grande attenzione al mercato argentino e le nostre aziende puntano a costituire rapporti commerciali per rafforzare la collaborazione industriale con le



controparti locali. Si rende necessario prevedere l'inserimento delle attività preparatorie all'edizione 2021 della manifestazione perché l'area deve essere opzionata a settembre del 2020.

#### **FOLLOW UP CENTRO TECNOLOGICO IN MYANMAR / MOTORISTICA / MACCHINE AGRICOLE**

L'iniziativa intende dare seguito ai contatti intercorsi con le autorità birmane per il consolidamento dei rapporti avviati dal 2016 e fino ad oggi. L'obiettivo primario è quello di presentare le due proposte progettuali sulla meccanizzazione agricola (macchine per il sesamo) e sull'irrigazione, che stanno portando alla realizzazione di due centri tecnologici. Si prevede pertanto di proseguire l'attività con azioni di follow up alla costituzione dei due centri tecnologici.

#### **START UP - INNOVAZIONE - CHIMICA E AMBIENTE**

##### **SEMINARI / STARTUP E INNOVAZIONE / EFFICIENTAMENTO ENERGETICO**

Il governo cinese sta sempre più ponendo attenzione alla protezione ambientale. Si intende organizzare un seminario tematico per presentare le tecnologie italiane nel settore dell'efficienza energetica in collaborazione con l'associazione di categoria ANIMA.

##### **SEMINARI TECNOLOGICI IN CINA**

Seminari di approfondimento settoriale in funzione delle specializzazioni produttive della Cina meridionale in collaborazione con le principali associazioni della filiera industriale della meccanica.

##### **ATTIVITÀ DI SUPPORTO E COORDINAMENTO DI FILIERA**

Risorse utilizzate per assicurare la presenza dell'Ufficio alle principali iniziative e ad incontri, riunioni preparatorie e attività di coordinamento con interlocutori italiani ed esteri.

##### **JEC WORLD 2020 / CHIMICA AMBIENTE / PLURISETTORIALE, BENI A TECNOLOGIA AVANZATA**

Il salone JEC WORLD di Parigi rappresenta la principale manifestazione a livello mondiale per il settore dei materiali compositi. Una vetrina fondamentale per le aziende del settore per presentare le nuove tecnologie e i nuovi materiali compositi nei molteplici campi di applicazione. Anche per l'edizione 2020, ICE Agenzia intende organizzare una collettiva di aziende italiane di circa 200 mq con booth allestiti e una serie di azioni di comunicazione.

##### **ELECTRAMINING JOHANNESBURG / ENERGIA E AMBIENTE**

Iniziativa proposta dall'Associazione di categoria ANIE. Prima partecipazione per ICE Agenzia con una collettiva di aziende italiane.



Rappresenta un appuntamento importante per le aziende del settore.

#### **PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A CPHI JAPAN 2020 / STARTUP E INNOVAZIONE / FARMACEUTICO**

L'iniziativa rappresenta la più importante manifestazione di settore nell'area del Pacifico. Si tratta di una manifestazione collaudata a cui partecipano ogni anno 12/15 aziende. Le Associazioni di categoria di riferimento sono CPA-Italy, Aschimfarma e Federsalus.

#### **PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A HOSPEQ 2020 / STARTUP E INNOVAZIONE / MEDICALE**

L'iniziativa è proposta nell'ambito del piano destinato alla promozione del settore in Cina e si svolgerà a Pechino nella seconda metà del 2020.

#### **PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A FIERA ECWATECH 2020 / CHIMICA AMBIENTE / ENERGIA E AMBIENTE**

La manifestazione ECWATECH è la più grande fiera in Russia e paesi confinanti per il settore del trattamento idrico, tecnologie ed attrezzature dell'acqua. All'edizione 2018 erano 10 le aziende di settore ospitate nel Padiglione italiano ICE-Agenzia organizzato per la prima volta e su un'area di 156 mq, mentre 5 esponevano autonomamente. Oltre all'Italia, erano presenti con partecipazioni ufficiali, anche Austria, Cina, Repubblica Ceca, Germania, Spagna, Corea del Sud, Svizzera e Turchia. La fiera ha registrato 486 espositori su un'area complessiva di 10.886 mq e 10.890 visitatori.

#### **NANOINNOVATION 2020 / CHIMICA AMBIENTE / NANOTECNOLOGIE**

Si intende organizzare un incoming di operatori esteri qualificati, da più paesi, in occasione di NANOINNOVATION 2020, principale kermesse dedicata alle nanotecnologie in Italia, in programma a Roma nel mese di giugno 2020. La scelta dei mercati sarà operata in collaborazione con gli organizzatori di AIRI, Associazione Nanoitaly e Università La Sapienza, sulla base delle dinamiche e opportunità offerte dal mercato dell'alta tecnologia nei molteplici campi di applicazione. Il tutto sarà inoltre vagliato con i vari uffici esteri dei paesi coinvolti che procederanno alla selezione e invito di operatori qualificati. Sulla base degli esiti dell'evento di Roma e opportunità emerse nel corso dell'incoming, sarà inoltre vagliata l'ipotesi di realizzare un follow up attraverso l'organizzazione di un workshop e giornate tecnologiche all'estero in un mercato che offra le migliori potenzialità - in termini di collaborazione industriale e commerciale - per le aziende/organismi Made in Italy.

#### **MISSIONI IMPRENDITORIALI SETTORE INFRASTRUTTURE CROSS EUROPA**

L'obiettivo è quello di conoscere i progetti prioritari dei Governi e creare opportunità di collaborazione per le imprese italiane del settore.

#### **INNOTRANS AZIONI DI SUPPORTO GERMANIA**



L'Innotrans è l'evento di riferimento nel settore dei trasporti e delle relative infrastrutture. Come già fatto per l'edizione 2018, anche per quella del 2020 (Berlino 22-25 settembre) si prevede di far realizzare delle azioni di comunicazione per promuovere la presenza italiana alla Fiera.

#### **MISSIONE OPERATORI SETTORE INFRASTRUTTURE E COSTRUZIONI SERBIA**

La missione ha l'obiettivo di far conoscere alle imprese italiane i progetti prioritari dei Governi nei settori focus e di creare opportunità di partenariato per le aziende partecipanti.

#### **TECH IN ASIA 2019-20 / STARTUP E INNOVAZIONE / STARTUP E ALTA TECNOLOGIA**

L'iniziativa intende dare supporto alla partecipazione di start up italiane a questo importante evento fieristico rivolto al mercato asiatico.

#### **POWER GEN INTERNATIONAL / ENERGIA E AMBIENTE**

Principale evento negli Stati Uniti per quanto riguarda le aziende del comparto elettronico ed elettrotecnico. Organizzata in collaborazione con ANIE, l'iniziativa si conferma da anni come appuntamento importante per le aziende italiane. Proposta dall'ufficio di Los Angeles e da ANIE.

#### **IEE TEHERAN / STARTUP E INNOVAZIONE / ENERGIA**

Collettiva italiana presso la principale fiera di settore sul mercato Iraniano.

#### **PARTECIPAZIONE COLLETTIVA A SAUDI HEALTH 2020 / STARTUP E INNOVAZIONE / MEDICALE**

Saudi Health rappresenta il più importante evento a favore del settore medicale in Saudita Arabia, offrendo la possibilità alle aziende italiane di incontrare operatori ed istituzioni locali e internazionali, principalmente provenienti dall'Area GCC. La partecipazione alla fiera che sarà organizzata, con un open space con postazioni standard a disposizione delle aziende, risulta opportuna, nonostante l'attuale congiuntura sfavorevole, in quanto a favore del settore healthcare sono stati stanziati molti fondi da parte del governo saudita, al fine di aumentare qualità ed efficienza dell'offerta del servizio sanitario attraverso l'aumento delle strutture disponibili ed il progressivo trasferimento alle strutture private di parte dell'offerta. In applicazione del Programma Vision 2030, il settore privato dovrebbe assorbire dall'attuale 25% al 35% della spesa sanitaria.

#### **BIO EUROPE 2020 / STARTUP E INNOVAZIONE / BIOTECNOLOGIE**

Si propone la partecipazione dell'ICE-Agenzia alla Bio Europe 2020 per confermare la presenza italiana e rafforzare l'immagine del "Made in Italy" nella più importante manifestazione di settore dell'area Europea, che nel 2020 raggiungerà il suo 26° anno di svolgimento. Il punto di forza della Convention è rappresentato dall'attività di partnering



tra le imprese che nell'edizione 2018 ha registrato la partecipazione di 2.325 imprese e superato i 26.000 incontri bilaterali.

#### GLOBAL START UP PROGRAM

Percorso di accompagnamento e study tour per start up

Progetto in corso

Il progetto innovativo Global Start Up Program, avviato con un bando del marzo 2019, mira ad individuare nuove opportunità di business internazionale in mercati quali USA, UK, Cina, Giappone, Corea del Sud e Slovenia per start up che abbiano potenziale di crescita internazionale e con attività focalizzate nei seguenti settori:

- ICT (blockchain, intelligenza artificiale, cyber security, fintech, industrial IOT, internet of things);
- automotive e robotica (batterie e auto elettriche, guida autonoma, future mobility, app per mobilità come 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 programma è impostato in tre fasi:

- 1) fase di formazione in aula in Italia;
- 2) fase di incubazione/accelerazione all'estero c/o incubatori-host partner del progetto;
- 3) fase di promozione attraverso eventi di B2B e/o fiere.

Completata la fase all'estero, le start-up potranno partecipare ad eventi promozionali (fiere di settore e altre iniziative per l'attrazione degli investimenti in Italia) organizzati da ICE Agenzia.





## LETTERA L) SOSTEGNO AD INIZIATIVE DI PROMOZIONE DELLE OPPORTUNITÀ DI INVESTIMENTO IN ITALIA, NONCHÉ DI ACCOMPAGNAMENTO E ASSISTENZA DEGLI INVESTITORI ESTERI IN ITALIA.

### Desk e unit per l'attrazione di investimenti esteri

Il progetto di attrazione di investimenti esteri, giunto al terzo anno, ha visto l'apertura di 9 Desk FDI e l'attivazione di azioni di attrazione investimenti in 12 ulteriori uffici ICE all'estero (c.d. FDI Unit), che hanno generato la maggioranza dei numerosi lead, ovvero casi di manifestazione d'interesse (400 nell'anno in corso, di cui 273 ancora attivi), creati sinora.

Da questi lead, nel solo primo semestre 2019, sono scaturiti 34 casi di cd. engagement, manifestazioni trasformatesi in interessamenti concreti.

Il progetto mira a proseguire e potenziare tali attività che insistono sulla lead generation, l'attività di intercettare i potenziali investitori, sempre più importante in un mondo dove i capitali si muovono liberamente e l'offerta è sempre più ampia e concorrenziale. La creazione dei Desk FDI e delle Unit FDI all'estero è stata indispensabile per dotare l'Italia di uno strumento per aumentare l'attrazione di potenziali investitori esteri.

Il progetto richiede personale specializzato in loco in Paesi particolarmente importanti per gli investimenti, nei casi dei Desk spesso con professionisti esterni, ma anche con la creazione di competenze all'interno di Uffici esteri dell'ICE Agenzia (le cosiddette FDI Unit) con il supporto di personale locale (FDI Analyst), dando quindi continuità all'azione, creando competenze specialistiche negli stessi uffici della rete estera dell'Agenzia ICE con l'obiettivo di sviluppare una adeguata customer care degli investitori e di ampliare ulteriormente l'azione dei Desk FDI, andando a coprire i primi 20 Paesi di origine degli investimenti in Italia (dai quali provengono oltre il 90% degli investitori esteri in Italia).

### **ATTIVITÀ A FAVORE DELL'ATTRAZIONE INVESTIMENTI ESTERI IN ITALIA**

#### **DESK ATTRAZIONE INVESTIMENTI ESTERI A LONDRA**

Compito dei Desk è promuovere presso potenziali investitori esteri il Sistema Italia, allo scopo di incrementare gli investimenti provenienti dai mercati di riferimento. Si tratta di un'attività specialistica svolta da esperti selezionati in Paesi esteri di interesse per l'attrazione investimenti, dedicati all'analisi dell'offerta italiana e delle opportunità di investimento dal Paese di riferimento. Si intende quindi proseguire nell'implementazione delle attività di lead generation collegate ai Desk AIE resi operativi.



#### **DESK ATTRAZIONE INVESTIMENTI ESTERI A SINGAPORE**

Compito dei Desk è promuovere presso potenziali investitori esteri il Sistema Italia, allo scopo di incrementare gli investimenti provenienti dai mercati di riferimento. Si tratta di un'attività specialistica svolta da esperti selezionati in Paesi esteri di interesse per l'attrazione investimenti, dedicati all'analisi dell'offerta italiana e delle opportunità di investimento dal Paese di riferimento. Si intende quindi proseguire nell'implementazione delle attività di lead generation collegate ai Desk AIE resi operativi.

#### **DESK ATTRAZIONE INVESTIMENTI ESTERI A DUBAI**

Compito dei Desk è promuovere presso potenziali investitori esteri il Sistema Italia, allo scopo di incrementare gli investimenti provenienti dai mercati di riferimento. Si tratta di un'attività specialistica svolta da esperti selezionati in Paesi esteri di interesse per l'attrazione investimenti, dedicati all'analisi dell'offerta italiana e delle opportunità di investimento dal Paese di riferimento. Si intende quindi proseguire nell'implementazione delle attività di lead generation collegate ai Desk AIE resi operativi.

#### **PARTECIPAZIONE ITALIANA ALL'ANNUAL INVESTMENT CONFERENCE - AIM DI DUBAI (APRILE 2020)**

La presenza dell'ICE-Agenzia, in raccordo con Regioni ed Istituzioni, presso alcune importanti fiere internazionali di settore, rientra nelle strategie di presentazione dell'offerta italiana presso investitori esteri. La partecipazione a questi eventi è finalizzata a presentare agli operatori internazionali progetti selezionati a livello nazionale e locale e ad offrire una base logistica per incontri d'affari ed eventi di networking.

Si prevede pertanto di rinnovare la partecipazione con un "Padiglione Italia" al AIM di Dubai.

#### **SEMINARI ATTRAZIONE INVESTIMENTI IN ITALIA A TORONTO E MONTREAL**

Si tratta di Promozione dell'offerta italiana per settori focus e diffusione delle riforme in atto in Italia a favore degli Investimenti Esteri: un'attività mirata alla lead generation ed alla presentazione dell'offerta italiana in una cornice istituzionale ICE-MISE-MAECI, con la collaborazione delle Associazioni e Regioni di riferimento prevista per un Paese dove non è già attivo un Desk AIE, mirata su settori specifici identificati in collaborazione con gli Uffici in loco e finalizzata all'analisi del mercato e delle sue richieste. Le iniziative da prevedere prenderanno spunto dalle valutazioni di efficacia degli Uffici ICE all'estero coinvolti e potranno porre le basi per l'apertura di nuovi Desk AIE.

#### **DESK ATTRAZIONE INVESTIMENTI ESTERI A PECHINO**

Compito dei Desk è promuovere presso potenziali investitori esteri il Sistema Italia, allo scopo di incrementare gli investimenti provenienti dai mercati di riferimento. Si tratta di un'attività specialistica svolta da esperti selezionati in Paesi esteri di interesse per l'attrazione investimenti, dedicati all'analisi dell'offerta italiana e delle opportunità



di investimento dal Paese di riferimento. Si intende quindi proseguire nell'implementazione delle attività di lead generation collegate ai Desk AIE resi operativi.

#### **PARTECIPAZIONE ALL'ASIA FINANCIAL FORUM PER PRESENTAZIONE OPPORTUNITÀ D'INVESTIMENTO DI HONG KONG IN ITALIA (GENNAIO 2020)**

La presenza dell'ICE-Agenzia, in raccordo con Regioni ed Istituzioni, presso alcune importanti fiere o altri eventi internazionali di settore, rientra nelle strategie di presentazione dell'offerta italiana presso investitori esteri. La partecipazione a questi eventi è finalizzata a presentare agli operatori internazionali progetti selezionati a livello nazionale e locale e ad offrire una base logistica per incontri d'affari ed eventi di networking.

Si prevede pertanto di realizzare una partecipazione ufficiale italiana al Asia Financial Forum di Hong Kong.

#### **ROADSHOW INVEST IN ITALY DI PRESENTAZIONE OPPORTUNITÀ D'INVESTIMENTO CINESI IN ITALIA**

Si tratta di Promozione dell'offerta italiana per settori focus e diffusione delle riforme in atto in Italia a favore degli Investimenti Esteri: un'attività mirata alla lead generation ed alla presentazione dell'offerta italiana in una cornice istituzionale ICE-MISE-MAECI, con la collaborazione delle Associazioni e Regioni di riferimento. In questo caso da realizzare in un Paese dove è già attivo un Desk AIE anche quale follow up ed approfondimento di azioni già intraprese.

#### **DESK ATTRAZIONE INVESTIMENTI ESTERI A TOKYO**

Compito dei Desk è promuovere presso potenziali investitori esteri il Sistema Italia, allo scopo di incrementare gli investimenti provenienti dai mercati di riferimento. Si tratta di un'attività specialistica svolta da esperti selezionati in Paesi esteri di interesse per l'attrazione investimenti, dedicati all'analisi dell'offerta italiana e delle opportunità di investimento dal Paese di riferimento. Si intende quindi proseguire nell'implementazione delle attività di lead generation collegate ai Desk AIE resi operativi.

#### **DESK ATTRAZIONE INVESTIMENTI ESTERI A ISTANBUL**

Compito dei Desk è promuovere presso potenziali investitori esteri il Sistema Italia, allo scopo di incrementare gli investimenti provenienti dai mercati di riferimento. Si tratta di un'attività specialistica svolta da esperti selezionati in Paesi esteri di interesse per l'attrazione investimenti, dedicati all'analisi dell'offerta italiana e delle opportunità di investimento dal Paese di riferimento. Si intende quindi proseguire nell'implementazione delle attività di lead generation collegate ai Desk AIE resi operativi.



**DESK ATTRAZIONE INVESTIMENTI ESTERI A NEW YORK**

Compito dei Desk è promuovere presso potenziali investitori esteri il Sistema Italia, allo scopo di incrementare gli investimenti provenienti dai mercati di riferimento. Si tratta di un'attività specialistica svolta da esperti selezionati in Paesi esteri di interesse per l'attrazione investimenti, dedicati all'analisi dell'offerta italiana e delle opportunità di investimento dal Paese di riferimento. Si intende quindi proseguire nell'implementazione delle attività di lead generation collegate ai Desk AIE resi operativi.

**DESK ATTRAZIONE INVESTIMENTI ESTERI A SAN FRANCISCO**

Compito dei Desk è promuovere presso potenziali investitori esteri il Sistema Italia, allo scopo di incrementare gli investimenti provenienti dai mercati di riferimento. Si tratta di un'attività specialistica svolta da esperti selezionati in Paesi esteri di interesse per l'attrazione investimenti, dedicati all'analisi dell'offerta italiana e delle opportunità di investimento dal Paese di riferimento. Si intende quindi proseguire nell'implementazione delle attività di lead generation collegate ai Desk AIE resi operativi.

**ROADSHOW INVEST IN ITALY DI PRESENTAZIONE OPPORTUNITÀ D'INVESTIMENTO AUSTRALIANI IN ITALIA**

Si tratta di Promozione dell'offerta italiana per settori focus e diffusione delle riforme in atto in Italia a favore degli Investimenti Esteri: un'attività mirata alla lead generation ed alla presentazione dell'offerta italiana in una cornice istituzionale ICE-MISE-MAECI, con la collaborazione delle Associazioni e Regioni di riferimento prevista per un Paese dove non è già attivo un Desk AIE, mirata su settori specifici identificati in collaborazione con gli Uffici in loco e finalizzata all'analisi del mercato e delle sue richieste. Le iniziative da prevedere prenderanno spunto dalle valutazioni di efficacia degli Uffici ICE all'estero coinvolti e potranno porre le basi per l'apertura di nuovi Desk AIE.

**ROADSHOW INVEST IN ITALY DI PRESENTAZIONE OPPORTUNITÀ D'INVESTIMENTO INGLESINI IN ITALIA**

Si tratta di Promozione dell'offerta italiana per settori focus e diffusione delle riforme in atto in Italia a favore degli Investimenti Esteri: un'attività mirata alla lead generation ed alla presentazione dell'offerta italiana in una cornice istituzionale ICE-MISE-MAECI, con la collaborazione delle Associazioni e Regioni di riferimento. In questo caso da realizzare in un Paese dove è già attivo un Desk AIE anche quale follow up ed approfondimento di azioni già intraprese.

**ROADSHOW INVEST IN ITALY DI PRESENTAZIONE OPPORTUNITÀ D'INVESTIMENTO FRANCESI IN ITALIA**

Si tratta di Promozione dell'offerta italiana per settori focus e diffusione delle riforme in atto in Italia a favore degli Investimenti Esteri: un'attività mirata alla lead generation ed alla presentazione dell'offerta italiana in una cornice istituzionale ICE-MISE-MAECI, con la collaborazione delle Associazioni e Regioni di riferimento prevista per un



Paese dove non è già attivo un Desk AIE, mirata su settori specifici identificati in collaborazione con gli Uffici in loco e finalizzata all'analisi del mercato e delle sue richieste. Le iniziative da prevedere prenderanno spunto dalle valutazioni di efficacia degli Uffici ICE all'estero coinvolti e potranno porre le basi per l'apertura di nuovi Desk AIE.

#### **ROADSHOW INVEST IN ITALY DI PRESENTAZIONE OPPORTUNITÀ D'INVESTIMENTO IRLANDESI IN ITALIA**

Si tratta di Promozione dell'offerta italiana per settori focus e diffusione delle riforme in atto in Italia a favore degli Investimenti Esteri: un'attività mirata alla lead generation ed alla presentazione dell'offerta italiana in una cornice istituzionale ICE-MISE-MAECI, con la collaborazione delle Associazioni e Regioni di riferimento prevista per un Paese dove non è già attivo un Desk AIE, mirata su settori specifici identificati in collaborazione con gli Uffici in loco e finalizzata all'analisi del mercato e delle sue richieste. Le iniziative da prevedere prenderanno spunto dalle valutazioni di efficacia degli Uffici ICE all'estero coinvolti e potranno porre le basi per l'apertura di nuovi Desk AIE.

#### **ATTIVITÀ DI LEAD GENERATION IN AUSTRIA, GERMANIA, VARI ASIA (SEOUL E HONG KONG), AUSTRALIA, CANADA, SVIZZERA, SVEZIA, INDIA, QATAR, POLONIA, BENELUX, FRANCIA E SPAGNA.**

Attività di scouting di investitori esteri attraverso l'attivazione presso gli Uffici esteri di FDI Unit, figure dedicate all'attrazione investimenti esteri e di supporto al Direttore dell'ufficio competente.

L'attività si sviluppa nell'intercettazione di progetti di investimento in Italia, con il relativo supporto nell'intero processo di investimento, e alla promozione più generale del Sistema Paese Italia nel Paese/i oggetto dell'iniziativa.

#### **PARTECIPAZIONE ITALIANA ALLA FIERA MIPIM DI CANNES-FRANCIA, 10-13 MARZO 2020**

Il Mipim - Marché International des Professionnels de l'Immobilier è il principale evento fieristico a vocazione globale dedicato alla promozione del Real Estate.

ICE-Agenzia dal 2015 partecipa al Salone francese con un Padiglione Italia con l'obiettivo di promuovere presso una qualificata platea di potenziali investitori stranieri le offerte di investimento in immobili pubblici, di società partecipate pubbliche o partecipate pubblico-privato, disponibili sul sito [www.investinitalyrealestate.com](http://www.investinitalyrealestate.com)

#### **PARTECIPAZIONE ALLA CHINA INTERNATIONAL LOGISTICS AND TRANSPORTATION FAIR DI SHENZHEN-CINA, 23-25 SETTEMBRE 2020**

La CILF di Shenzhen attira ogni anno un pubblico professionale nei settori prevalenti della logistica e dei trasporti da tutto il mondo ed è particolarmente conosciuta per promuovere ed attrarre operatori internazionali potenzialmente interessati anche ad investire in infrastrutture portuali, interportuali e retroportuali.



A tal fine la presenza italiana prevede la partecipazione di enti pubblici e associazioni di categoria del settore «portuale» con l'obiettivo di promuovere progetti specifici per attirare investitori stranieri interessati anche a collaborazioni.

#### **SEMINARIO DI PRESENTAZIONE ALLA FIERA TRANSPORT LOGISTIC CHINA DI SHANGHAI-CINA, 16-18 GIUGNO 2020**

La Transport Logistic China (CLT) di Shanghai è un'importante manifestazione fieristica che attrae imprenditori ed investitori da tutto il mondo del settore logistica e rappresenta un'importante piattaforma di presentazione dell'offerta italiana del settore portuale, interportuale e retroportuale.

In particolare l'evento seminariale offre ai partecipanti italiani di enti pubblici ed associazioni di categoria del settore un'importante occasione di promozione di progetti specifici.

#### **SEMINARIO DI PRESENTAZIONE ALLA BIO INTERNATIONAL CONVENTION IN USA, 8-11 GIUGNO 2020**

La BIO International Convention rappresenta il più importante evento a carattere di partnering nel settore delle biotecnologie e riunisce i principali operatori del biotech di tutto il mondo, insieme al comparto farmaceutico e ai finanziatori. La Convention, organizzata dall'Associazione Biotechnology Industry Organization (BIO), è itinerante e si svolge ogni anno in una diversa città americana.

L'obiettivo della partecipazione italiana è quello di rappresentare il punto di riferimento e di raccolta dell'eccellenza italiana per la piccola e media impresa biotecnologica, agevolando l'incontro e il dialogo con centri di ricerca, i venture capital, le private equity, le bio-pharma di grandi e medie dimensioni ed il tessuto della ricerca e sviluppo negli USA.

#### **PARTECIPAZIONE ITALIANA ALLA FIERA MAPIC DI CANNES-FRANCIA, 11-13 NOVEMBRE**

La fiera MAPIC rappresenta la principale piattaforma espositiva dedicata al segmento immobiliare retail, caratterizzato dalla presenza di una qualificata platea di potenziali investitori esteri, tra retailers e sviluppatori. La partecipazione italiana al Salone di Cannes ha come obiettivo l'attrazione di capitali esteri attraverso la presentazione di progetti di sviluppo o ristrutturazione, anche di quella porzione del portafoglio immobiliare pubblico italiano a possibile vocazione commerciale e disponibili su [www.investitalyrealstate.com](http://www.investitalyrealstate.com) (ex caserme, aree industriali da valorizzare, aree ferroviarie in disuso, terminal aeroportuali), nonché dei principali brand italiani del retail interessati all'espansione del business.

#### **AZIONI PREPARATORIE A EVENTI COLLATERALI ALLA JP MORGAN HEALTHCARE CONFERENCE DI SAN FRANCISCO-USA, 11-14 GENNAIO 2021**



La JP Morgan Healthcare Conference di San Francisco viene organizzata ogni anno da JP Morgan e coinvolge i più importanti protagonisti mondiali del settore delle Life Science: si tratta quindi di una cornice assolutamente idonea a catalizzare l'attenzione sulle imprese italiane presenti.

In questo contesto, l'Agenzia ICE organizza il Seminario «Healthcare: Italy on the Move», con interventi istituzionali sullo stato dell'industria Biotech, le opportunità di investimento in Italia e la disponibilità di talenti e competenze nei diversi distretti della ricerca sparsi nel Paese, unitamente ad occasioni di networking e pitching session dedicate alla presentazione di specifici progetti.

#### **AZIONI PREPARATORIE PER LA PARTECIPAZIONE ALL'INTERNATIONAL HOTEL INVESTMENT FORUM (IHIF) DI BERLINO-GERMANIA, MARZO 2021**

La IHIF-INTERNATIONAL HOTEL INVESTMENT FORUM di Berlino rappresenta l'appuntamento di riferimento per la promozione del segmento immobiliare turistico-alberghiero. L'Agenzia ICE vi partecipa dal 2016, in collaborazione con AICA - Associazione Italiana Confindustria Alberghi, con l'obiettivo di presentare una selezione di progetti da parte di attori pubblici e società partecipate pubbliche e private ai vertici di tutte le catene alberghiere internazionali e ai principali investitori del settore, potenzialmente interessati al settore turistico e ricettivo italiano.





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

**Ufficio di Coordinamento Promozione del Made in Italy  
Ufficio Pianificazione Strategica e Controllo di Gestione**

**Layout grafico e impaginazione**

Ufficio Coordinamento Promozione del Made in Italy | Nucleo Grafica









PAGINA BIANCA



\*181430088670\*