

SENATO DELLA REPUBBLICA

XVIII LEGISLATURA

**Doc. CXLIII
n. 5**

RELAZIONE

SULL'ANDAMENTO DELL'ATTIVITA' PROMOZIONALE SVOLTA DALL'ICE – AGENZIA PER LA PROMOZIONE ALL'ESTERO E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE

(Anno 2021)

*(Articolo 14, comma 20-ter, del decreto-legge 6 luglio 2011, n. 98, convertito, con modificazioni,
della legge 15 luglio 2011, n. 11)*

**Presentata Ministro degli affari esteri e della cooperazione internazionale
(DI MAIO)**

Comunicata alla Presidenza il 7 ottobre 2022

L'ATTIVITÀ PROMOZIONALE DELL'AGENZIA ICE NEL 2021



20
21

ITCA 
ITALIAN TRADE AGENCY



L'ATTIVITÀ PROMOZIONALE DELL'AGENZIA ICE NEL 2021

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

Layout grafico e impaginazione

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

INDICE

PREMESSA	7	PARTENARIATO INDUSTRIALE E RAPPORTI CON GLI ORGANISMI INTERNAZIONALI	72
BENI DI CONSUMO	21		
AGROALIMENTARE E VINI	38	ATTIVITÀ UFFICIO DI MILANO	79
TECNOLOGIA INDUSTRIALE, ENERGIA E AMBIENTE	41	PIANIFICAZIONE STRATEGICA E STUDI	83
MARKETING, SERVIZI ALLE IMPRESE E FORMAZIONE	58	TAVOLE	87
ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI	68		

PREMESSA

OVERVIEW

Il 2021, nonostante il protrarsi dell'emergenza sanitaria mondiale, ha registrato una forte ripresa dell'attività economica e degli scambi internazionali. L'Agenzia ICE ha continuato a sostenere le aziende italiane in questa complessa fase, organizzando attività da remoto (e-commerce, eventi e b2b in digitale, azioni di comunicazione, formazione online, ecc.) e, soprattutto a partire dalla seconda metà dell'anno, attraverso la partecipazione ad eventi promozionali in presenza, a seguito delle graduali riaperture in gran parte dei paesi del mondo.

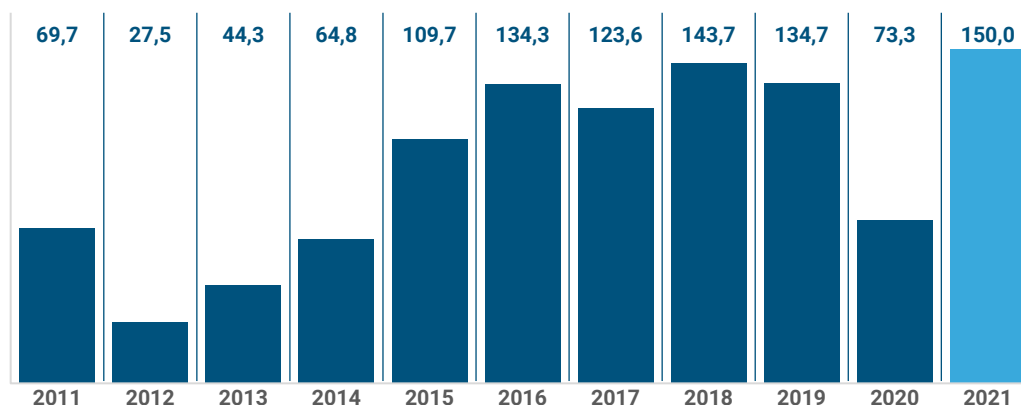
La spesa promozionale complessiva nel 2021 dell'Agenzia è stata di **150,0 mln di euro**, con un incremento del 104,7% rispetto al 2020, anno in cui era stata pari a 73,3 mln.

La forte crescita rispetto al 2020 è dovuta in larga parte al parziale allentamento dell'emergenza sanitaria internazionale da Covid-19 che, come sopra descritto, ha determinato la ripresa di molti eventi promozionali in presenza, che erano stati invece sospesi da febbraio 2020.

Di seguito l'andamento della spesa promozionale negli ultimi undici anni.

Spesa promozionale 2011-2021

(dati in mln di euro)



Di seguito il dettaglio delle principali voci in cui è ripartita la spesa promozionale complessiva registrata nel 2021:

- 141,3 mln di euro (94,2 % della spesa totale) per iniziative dei Piani promozionali ordinari e straordinari ICE-MAECI a favore del Made in Italy (di cui 111,9 mln relativi al solo Piano straordinario);
- 5,2 mln di euro (3,5 % del totale) per gli interventi finanziati dal Mise per il Piano Export Sud;
- 2,9 mln di euro (1,9 % del totale) per il Programma straordinario di promozione del Made in Italy finanziato dal Mise;
- 0,4 mln di euro per altre attività finanziate dal Mise e dal Maeci;
- 0,2 mln di euro per attività finanziate da altri Enti e Istituzioni (altri Ministeri, Regioni ecc.) e da privati.

Il grafico sotto riportato illustra sinteticamente la ripartizione della spesa promozionale 2021 per programmi o committenti.

Ripartizione della spesa promozionale 2021 per programmi o committenti

FONDI	SPESO	% sul totale
PIANO STRAORDINARIO MADE IN ITALY	111.975.617	74,7%
PIANO ORDINARIO MADE IN ITALY	29.324.017	19,6%
PIANO SUD	5.213.304	3,5%
MADE IN ITALY	2.897.130	1,9%
ALTRI FONDI MISE/MAECI	353.310	0,2%
ALTRI ENTI E ISTITUZIONI	117.463	0,1%
PRIVATI	81.429	0,1%
Totale complessivo	149.962.269	100,0%

Anche nel 2021 le attività del Piano promozionale ordinario e straordinario hanno rappresentato la parte più rilevante della promotion dell'ICE (94,2% pari a 141,3 mln di euro).

Come noto, i Piani vengono definiti annualmente sulla base delle linee guida e di indirizzo strategico definite dalla Cabina di Regia, tenendo conto delle proposte elaborate dalla rete degli uffici ICE all'estero, congiuntamente con le Ambasciate, e scaturite dal confronto continuo con le categorie produttive ed il mondo associativo in generale, affinché gli interventi siano in linea con le esigenze delle imprese.

I Piani vengono finanziati annualmente attraverso la Legge di Bilancio, adottata dal Parlamento nel mese di dicembre di ogni anno, con un contributo a carico del bilancio del MAECI.

Il Piano Export Sud ha registrato una spesa di 5,2 mln di euro che ha riguardato prevalentemente attività inserite nel Quarto Programma operativo da aprile 2020.

Alle azioni del Piano ordinario annuale si sono affiancate, in maniera complementare, gli interventi attuati nel quadro del Programma di promozione straordinaria per il Made in Italy, finanziato fino all'anno 2019 con fondi addizionali rispetto agli stanziamenti ordinari per il programma annuale, che nel 2021 hanno fatto registrare una spesa di 2,9 mln di euro.

L'attività realizzata per conto di altri Enti e Istituzioni (Regioni, Ministeri, ecc.) e committenti privati ha registrato spese per 0,6 mln di euro.

Durante il 2021, l'apporto del contributo delle aziende partecipanti all'attività promozionale realizzata è stato fortemente ridotto in conseguenza delle Misure straordinarie in campo promozionale a sostegno delle imprese sui mercati esteri adottate da Agenzia ICE d'intesa con il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale. L'Agenzia, per favorire la ripresa delle esportazioni e il pieno coinvolgimento delle aziende italiane nelle attività di internazionalizzazione, ha annullato le quote di partecipazione alle iniziative promozionali (seminari, mostre autonome, workshop, ecc.) e garantito la gratuità del primo modulo espositivo a tutte le manifestazioni fieristiche alle quali l'ICE ha partecipato con collettive di aziende italiane. Il contributo privato totale è risultato essere pari a 1 mln di euro.

L'ATTIVITÀ PROMOZIONALE

L'azione promozionale attuata dall'Agenzia nel 2021 è stata sviluppata tenendo conto delle direttive emesse dalla Cabina di Regia per l'Italia Internazionale del 15 dicembre 2020, che ha definito paesi prioritari e attività in termini di azioni strategiche, geografiche e settoriali, a seguito di confronto con i principali stakeholder dell'ICE, unitamente alle indicazioni contenute nel Patto per l'Export, sottoscritto in data 8 giugno 2020, che ha coinvolto tutte le associazioni di categoria, i territori e gli Enti preposti al sostegno pubblico all'internazionalizzazione.

Particolarmente rilevanti, e a carattere innovativo, sono state le iniziative nel campo del commercio digitale e degli accordi con le GDO, le campagne di comunicazione (Nation Branding), l'erogazione dei cd. Voucher TEM, le attività promozionali in occasione di Expo Dubai 2020.

Sono state, inoltre, realizzate le tradizionali iniziative di supporto alle piccole e medie imprese quali le partecipazioni alle principali fiere internazionali di settore, gli interventi di formazione ed informazione, tra cui workshop e webinar, e l'attrazione degli investimenti esteri (AIE) in Italia.

Per assicurare continuità agli interventi avviati negli anni precedenti, il governo ha dedicato ulteriori risorse da destinare alla prosecuzione delle misure dei Piani straordinari e ordinari, unificando per la prima volta i fondi in un unico stanziamento per l'anno 2022, pari a 168,7 mln di euro, affidato all'Agenzia ICE per il finanziamento di progetti promozionali declinati, in linea con il Patto per l'Export, in sette tipologie di azione: comunicazione, formazione/informazione, e-commerce e grande distribuzione organizzata, sistema fieristico, valorizzazione delle produzioni agricole e agroalimentari, digitalizzazione e innovazione, attrazione investimenti esteri.

Il Decreto Ministeriale MAECI n. 3712/485 del 8 marzo 2022 ha infatti previsto per ognuna delle tipologie di azione sopra indicate la seguente ripartizione triennale (2022-2024) delle risorse complessive:

AZIONE	2022	2023	2024
a) comunicazione	15.000.000	15.000.000	15.000.000
b) formazione/informazione	10.000.000	10.000.000	10.000.000
c) e-commerce e grande distribuzione organizzata	30.000.000	30.000.000	30.000.000
d) sistema fieristico	60.000.000	60.000.000	61.000.000
e) valorizzazione delle produzioni agricole ed agroalimentari	18.000.000	18.000.000	18.000.000
f) digitalizzazione e innovazione	30.677.671	30.677.671	30.677.671
g) attrazione investimenti esteri	5.000.000	5.000.000	5.000.000
TOTALE	168.677.671	168.677.671	169.677.671

SETTORI, PAESI E STRUMENTI DELL'INTERVENTO PROMOZIONALE

Le risorse promozionali sono state destinate prevalentemente al sistema moda-persona-tempo libero e benessere, che ha registrato uno speso di 35,6 mln di euro (pari al 23,7% del totale) e al comparto agroalimentare, con 32,0 mln (21,3%).

Ugualmente di rilievo la quota destinata al comparto tecnologia industriale, chimica e ambiente, start-up e innovazione, pari a 25,9 mln (17,3% del totale).

A seguire, la spesa a sostegno degli altri sistemi merceologici, dall'ambito casa-ufficio (10,0 mln, 6,7%) alla formazione (4,4 mln, 2,9%). Tale distribuzione delle risorse riflette gli indirizzi prioritari delineati dal piano straordinario, che vede negli aggregati del sistema moda, dell'agroalimentare e della tecnologia gli ambiti privilegiati delle linee di intervento previste, soprattutto per quanto riguarda il potenziamento delle fiere italiane, le azioni con le catene della

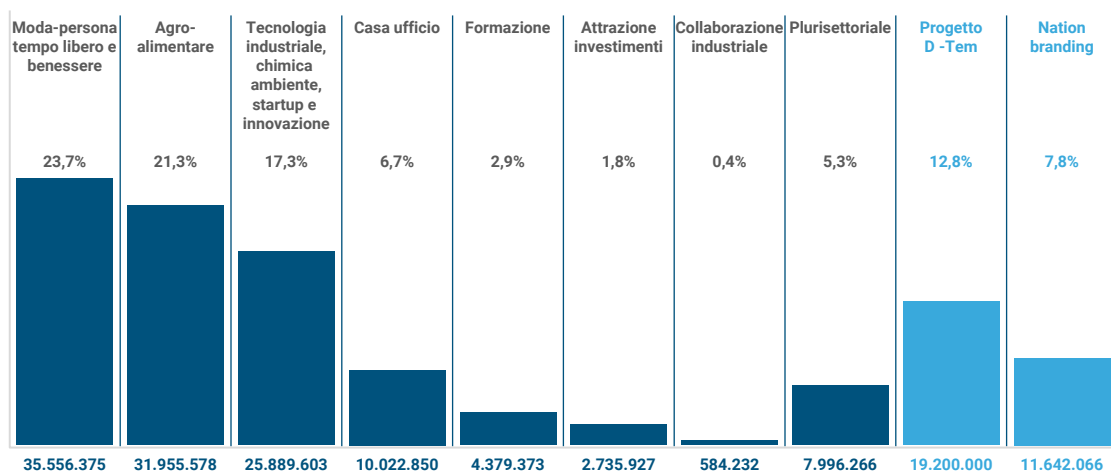
GDO, con i player operanti nell'e-commerce, l'organizzazione di campagne di comunicazione, il supporto alle start-up tecnologiche.

Si evidenzia la rilevanza degli interventi di attrazione degli investimenti con uno speso di 2,7 mln (1,8%), mentre sono in linea con il passato le azioni per il partenariato industriale con 0,6 mln (0,4%).

Le attività plurisettoriali, che hanno registrato uno speso di 8,0 mln (5,3%), comprendono l'adeguamento dei sistemi informatici promozionali, attività di comunicazione e campagne GDO/e-commerce dedicate a più settori, la gestione di banche dati, ecc.

Infine, si evidenziano, per la loro rilevanza finanziaria, i costi sostenuti nell'ambito del Progetto D – TEM (voucher per l'internazionalizzazione) e della campagna di Nation Branding "belT", pari rispettivamente a 19,2 mln (12,8%) e 11,6 mln (7,8%), per i quali si rimanda all'approfondimento nelle pagine successive.

Ripartizione spesa promozionale 2021 per sistema merceologico



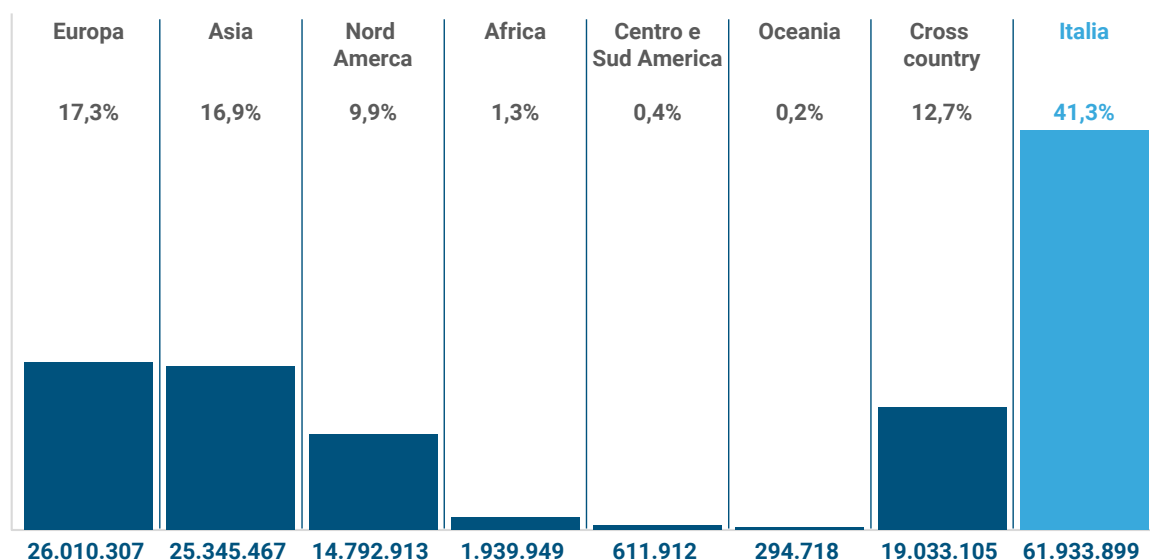
Dal punto di vista geografico, nel 2021 l'Europa, anche a causa delle restrizioni agli spostamenti ancora presenti in alcune zone del mondo, si afferma come prima area di intervento dell'attività dell'ICE con 26,0 mln di speso (17,3% del totale), seguita dal mercato asiatico e nordamericano, rispettivamente con 25,3 mln (16,9%) e 14,8 mln (9,9%).

Si evidenziano inoltre gli interventi in Africa con 1,9 mln di speso (1,3%), centro e sud America con 0,6 mln (0,4%) e Oceania con 0,3 mln (0,2%).

Significativo l'impegno finanziario a sostegno delle iniziative a favore dell'internazionalizzazione svolte in Italia, tra le quali rientrano i progetti di potenziamento dei grandi eventi fieristici italiani, l'attività di formazione, workshop, studi e analisi, e il progetto D – TEM, con uno speso totale di 61,9 mln (41,3%).

Le azioni promozionali e di comunicazione cross country (tra le quali si evidenzia la campagna di Nation Branding "beIT") hanno interessato più aree geografiche, con un totale di 19,0 mln di speso (12,7%).

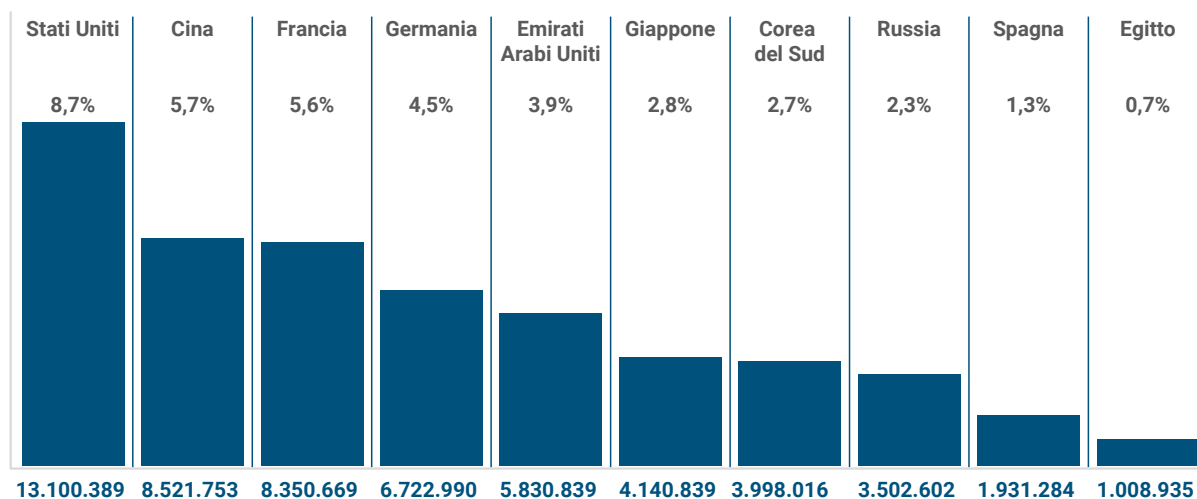
Ripartizione spesa promozionale 2021 per aree geografiche



Tra i principali mercati dell'attività promozionale 2021 si conferma il forte impegno negli Stati Uniti, primo Paese per entità dell'investimento promozionale, con 13,1 mln (8,7%), al secondo posto la Cina con 8,5 mln (5,7%).

Consistente l'impegno di risorse destinate a Francia (8,4 mln, 5,6%), Germania (6,7 mln, 4,5%), Emirati Arabi Uniti (5,8 mln, 3,9%), Giappone (con 4,1 mln, 2,8%), Corea del Sud (4,0 mln, 2,7%), seguiti da Russia (3,5 mln, 2,3%), Spagna (1,9 mln, 1,3%) ed Egitto (1,0 mln, 0,7%) tra i primi dieci paesi di intervento.

I primi 10 Paesi dell'investimento promozionale 2021

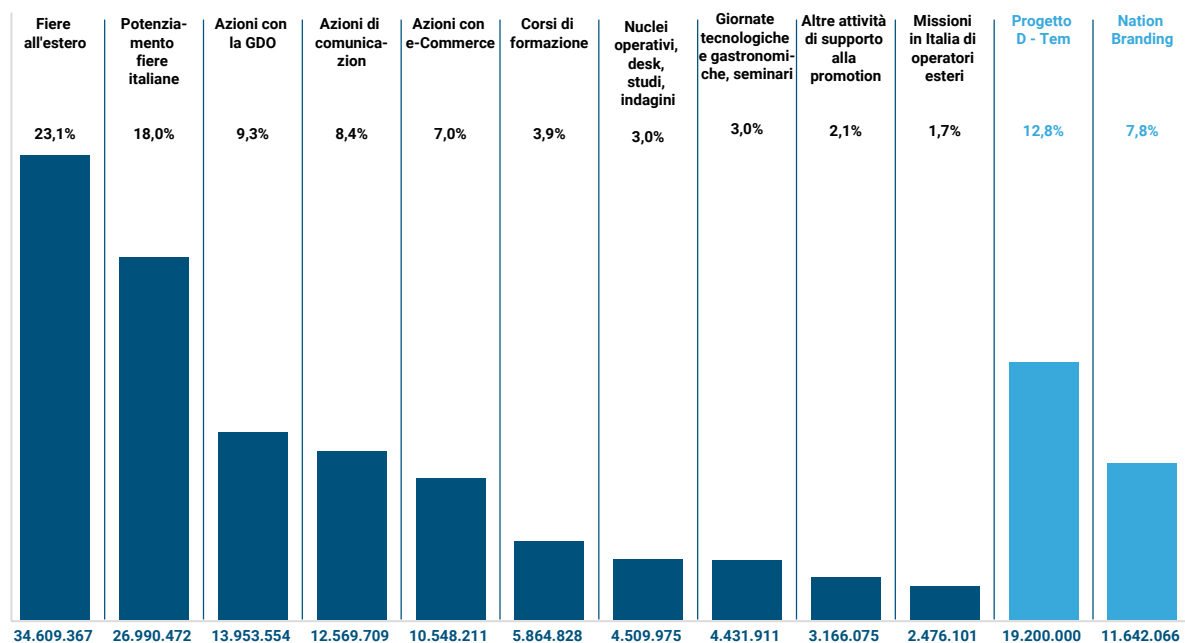


Grazie alla ripresa degli eventi in presenza, le manifestazioni espositive all'estero (fiere, mostre e presenze istituzionali) hanno registrato una netta ripresa rispetto al 2020, passando da uno speso di 17 mln a 34,7 nel 2021, pari al 23,1% del totale.

Il potenziamento delle principali manifestazioni fieristiche italiane e gli incoming in Italia sono la seconda tipologia di intervento realizzata nel 2021 con uno speso 27,0 mln (18%).

A seguire le azioni di partnership con la GDO (14,0 mln, 9,3% del totale), le azioni di comunicazione (12,6 mln, 8,4%), le iniziative con piattaforme di e-commerce (10,5 mln, 7,0%) e tutte le altre tipologie di promozione più classiche come la formazione, nuclei operativi, desk, studi, giornate tecnologiche e gastronomiche, missioni di operatori esteri nei territori, ecc.

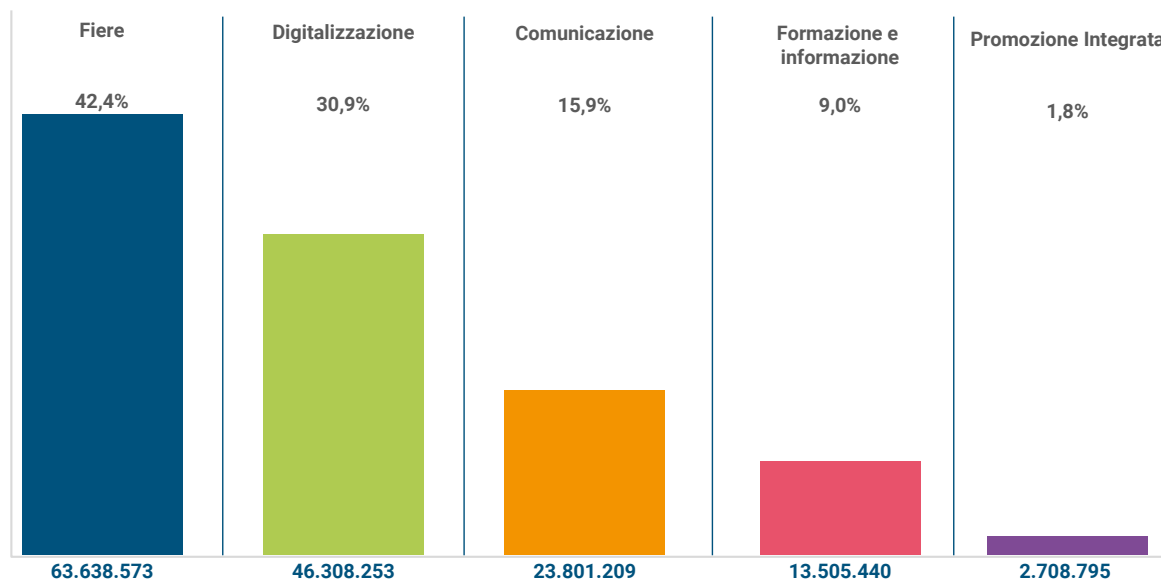
Principali tipologie di intervento



Per quanto riguarda la ripartizione dello speso promozionale tra i vari Pilastri previsti dal Patto per l'export, l'importo più consistente è stato quello dedicato alle Fiere (nazionali e internazionali) con 63,6 mln (42,4%), seguito dalle attività per il supporto alla digitalizzazione delle PMI, pari a 46,3 mln (30,9%).

Le attività di comunicazione hanno registrato uno speso di 23,8 mln (15,9%), mentre il pilastro dedicato alle formazione/informazione ha assorbito 13,6 mln di speso (9,0%). Infine, la promozione integrata è stata finanziata con 2,7 mln (1,8%).

Attività promozionale 2021 totale per pilastro



Nel 2021 sono state realizzate complessivamente **più di 700 iniziative promozionali, con circa 24.000 partecipanti italiani e 16.500 operatori esteri complessivamente.**

CUSTOMER SATISFACTION

Nel 2021 è proseguita la valutazione dell'efficacia dei servizi promozionali erogati alle imprese di Agenzia ICE, realizzata con la nuova modalità avviata nel 2019, consistente nella realizzazione di interviste "a freddo" ad opera di una società specializzata esterna. Ciò a garanzia di imparzialità e trasparenza delle valutazioni espresse e del relativo trattamento.

All'interno di tale indagine si rileva che i servizi di promozione nel complesso del 2021 evidenziano una soddisfazione media di 4,2 (su scala da 1 a 5), su un totale di 3.122 questionari.

Il report completo è consultabile sul sito www.ice.it, nella sezione Amministrazione Trasparente/Servizi erogati/ servizi in Rete.

FOCUS: i progetti innovativi di Agenzia ICE

La strategia digitale: E-commerce

Al fine di sostenere le aziende italiane nel loro percorso di promozione e distribuzione sui canali digitali, che acquisiscono sempre più rilievo per le esportazioni mondiali, l'Agenzia ICE ha attuato nel 2021 le seguenti linee strategiche:

- sottoscrizione di accordi con grandi marketplace ed e-tailer internazionali o locali, per l'accesso delle realtà produttrici italiane a tali piattaforme a costi limitati;
- creazione – all'interno di queste piattaforme – di vetrine del "Made in Italy", per contrastare fenomeni di Italian sounding;
- finanziamento di campagne pubblicitarie digitali volte a generare traffico verso tali spazi, per sostenere la performance economica delle imprese ivi presenti, assicurando visibilità ed engagement tra i consumatori millennial;
- assistenza end-to-end: dalla creazione dei negozi virtuali fino alla fatturazione, attraverso l'intero ciclo dell'e-commerce (formazione, promozione, ordine, logistica, post – vendita).

Nel corso dell'anno ICE ha sottoscritto 12 accordi in 13 Paesi: da un lato, è stata consolidata la partnership con Amazon, dall'altro, si sono instaurate nuove collaborazioni con player chiave del commercio elettronico mondiale quali, ad esempio, Manomano (Francia), Wine.com (USA), Falabella (Cile, Messico, Colombia, Perù), HKTV Mall (Hong Kong).

In particolare, la partnership con Amazon ha portato alla stipula di nuovi accordi che hanno previsto percorsi di formazione ed assistenza a favore delle aziende partecipanti oltre che attività di comunicazione (marketing boost) su sette mercati, toccando per la prima volta anche Giappone ed EAU con due nuove vetrine Made in Italy.

Rispetto all'anno precedente, il 2021 ha visto un aumento del 150% nel numero delle aziende ammesse ai progetti ICE, raggiungendo quota 7.133 (+4.277); di queste, più della metà risultano già attive sulle diverse piattaforme.

Le categorie merceologiche maggiormente rappresentate sono agroalimentare e vini e bevande alcoliche, seguite da abbigliamento e accessori, design, cosmetica, gioielleria, pelletteria e calzature, tecnologia industriale e occhialeria.

Se si osserva la distribuzione territoriale, cinque Regioni italiane ricoprono oltre il 50% delle aziende ammesse: Lombardia, Veneto, Campania, Toscana e Piemonte.

In termini dimensionali, le aziende che hanno aderito ai progetti e-commerce di ICE rientrano per la quasi totalità nella categoria delle PMI: solo il 10% dichiara, infatti, un fatturato annuo superiore ai 25 mln di euro.

La strategia nella Grande Distribuzione Organizzata (GDO)

Le azioni che l'Agenzia ICE realizza con le GDO estere costituiscono una base di marketing incentivante per i processi di aggregazione e qualificazione dell'offerta di prodotti e servizi delle PMI export - oriented, oltre che uno stimolo per le attività online che caratterizzano la struttura di molte catene distributive estere.

Ciascuna catena, a fronte di un investimento promozionale dell'Agenzia, si impegna ad effettuare acquisti aggiuntivi di prodotti italiani di qualità da distribuire nei propri punti vendita sul territorio, anche in modalità online. Inoltre, le catene sono incentivate ad ampliare la gamma di prodotti italiani in assortimento e a considerare nuovi fornitori.

Le finalità che ICE intende raggiungere attraverso gli accordi con la GDO estere sono le seguenti:

- sostenere l'ingresso e lo sviluppo sui mercati esteri di prodotti italiani di qualità, grazie alla collaborazione con le GDO ed i retailer O2O (offline to online);
- incrementare visibilità, distribuzione e vendite dei prodotti delle PMI italiane;
- lanciare nuovi marchi e prodotti italiani, inserendo stabilmente nuove merceologie nei canali stranieri della grande distribuzione;
- potenziare le azioni di marketing verso il consumatore, promuovendo l'immagine e la cultura del Made in Italy;
- contrastare la contraffazione ed altri fenomeni simili, come il c.d. Italian sounding.

Nel 2021 sono stati conclusi 37 accordi con la GDO in tutto il mondo, con particolare riferimento ad alcuni mercati prioritari (tra cui USA, Corea del Sud, Thailandia, Francia e Germania), che hanno coinvolto 3.645 punti vendita. Tra le catene distributive estere coinvolte citiamo, a titolo esemplificativo, Schnucks (USA), Edeka (Germania), Shinsegae (Corea del Sud), LeClerc (Francia), Central (Thailandia).

Campagna Nation Branding

"Italy is simply extraordinary: be IT" è una campagna di Nation Branding, la più grande mai realizzata per la promozione del Made in Italy.

Lanciato dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI) in collaborazione con ICE-Agenzia, questo ambizioso progetto si sviluppa con una campagna multichannel che ha tre principali obiettivi:

- raggiungere un pubblico globale in 26 paesi target e in 19 lingue;
- informare un target internazionale sugli aspetti meno conosciuti dell'Italia;
- sostenere l'internazionalizzazione delle filiere produttive italiane, ampliando e diversificando i mercati esteri per le piccole e medie imprese.

L'Agenzia ICE, in qualità di stazione appaltante e su indicazioni ricevute dal MAECI, ha indetto una gara europea con l'adozione della procedura ristretta sulla base di quanto previsto dal Codice dei contratti pubblici agli artt. 61 e 95.

La gara europea a procedura ristretta del valore di € 39.000.000 al netto di IVA prevedeva l'ideazione e la realizzazione di una campagna di comunicazione in 26 Paesi del mondo di diverso livello di maturità e sviluppo economico.

Il 12 agosto 2021 è stato firmato il contratto tra l'Agenzia ICE e Pomilio Blumm, mandataria del Raggruppamento temporaneo di imprese aggiudicatario.

La gara europea prevedeva la realizzazione di una «campagna madre» di tipo «valoriale», alla quale agganciare campagne verticali per settori/paesi o per gruppi di paesi culturalmente omogenei.

La campagna teaser è stata utilizzata per analizzare sul campo i mercati di riferimento attraverso un'azione mirata di profiling su formati, tematiche e target per ciascun paese.

La campagna ha preso avvio il 22 ottobre 2021 e si è conclusa il 28 novembre 2021. Per la fase teaser è stato acquistato un dominio ad hoc it-is.cool.

È stato realizzato un video teaser in apertura della pagina diventato oggetto di promozione social e digital. La landing What is cool to you? è stata la pagina di atterraggio della campagna di diffusione (Programmatic, Instagram, Facebook, Snapchat, Spotify, per citarne alcuni).

Dal 29 novembre 2021 è stato creato un redirect al sito di campagna www.madeinitaly.gov.it.

La campagna è partita il 29 novembre 2021 e durerà sino ad agosto 2022, articolandosi in due fasi. La prima incentrata sul racconto dei "valori" che identificano l'Italia: creatività, passione, tradizione, stile, innovazione e diversità. La seconda fase vedrà l'attivazione di campagne mirate (cd. "declinazioni verticali"), volte a promuovere le filiere produttive del Made in Italy.

La fase valoriale si è svolta da novembre 2021 a marzo 2022, mentre le campagne "verticali" saranno attive da aprile ad agosto 2022.

Gli strumenti di comunicazione sono principalmente digitali, con una costante produzione di contenuti differenziati per target, paese e canale (Instagram, Facebook, Twitter e Programmatic - per citarne alcuni): solo nella prima fase sono stati sviluppati e realizzati più di 400 formati e 5000 output per raccontare la straordinarietà dell'Italia.

La campagna ha ottenuto risultati eccezionali, costruendo in pochi mesi una grande community in tutto il mondo, grazie anche al continuo supporto delle ambasciate e delle istituzioni culturali italiane.

"Be IT" vuole celebrare il Made in Italy, e i numeri finora confermano che si tratta di un grande successo: dal suo lancio - novembre 2021 - a febbraio 2022 la campagna ha totalizzato oltre 5 miliardi di impression e più di 140 mln di interazioni.

Voucher per l'internazionalizzazione - Temporary Export Manager con competenze digitali

Con Decreto del Ministro degli Esteri e della Cooperazione Internazionale (DM) n. 3623/1544 del 18/08/2020 il MAECI ha previsto un intervento per il sostegno all'internazionalizzazione delle micro e piccole imprese attraverso l'erogazione di un contributo in conto capitale, in forma di voucher, per l'acquisizione di prestazioni manageriali fornite da "Temporary Export Manager" (TEM) in possesso di competenze anche nel settore digitale.

Nel suddetto DM è stato stabilito che il Ministero si avvale, per gli adempimenti tecnici e amministrativi relativi alla gestione dell'intervento e all'erogazione del contributo, di Invitalia, che provvederà a gestire la fase istruttoria e la selezione delle aziende richiedenti, nonché all'erogazione del contributo.

Il Direttore Generale per la Promozione del Sistema Paese del Ministero ha richiesto al Direttore Generale dell'Agenzia ICE di effettuare il trasferimento di 20.000.000 di euro (di cui 19.200.000 nel 2021 e il resto a saldo, che avverrà nel 2022), in favore di Invitalia, soggetto gestore della misura.

Per lo svolgimento delle attività suddette si è reso pertanto necessario procedere alla stipula di un Accordo di collaborazione tra ICE e Invitalia, per definire la cornice normativa e amministrativo-procedurale in ordine alle attività di gestione della misura.

Attività promozionali in occasione di Expo Dubai 2020

Sono state 300 le aziende italiane che hanno esposto fisicamente all'interno del Padiglione italiano di Expo Dubai, supportate dalla Piattaforma Fiera Smart 365 per lo svolgimento degli incontri B2B, oltre a trovare risalto sull'app di Expo.

Gli operatori commerciali invitati sono stati circa 400, provenienti specialmente dall'area MENASA e da altri paesi prioritari anche al di fuori di quelli geograficamente più vicini

Parallelamente, nel semestre di Expo a Dubai, sono state previste azioni di amplificazione della nostra presenza commerciale, attraverso l'organizzazione di 17 collettive a fiere internazionali a Dubai e che hanno interessato 20 settori merceologici, con partecipazione gratuita al primo modulo per tutte le imprese. L'Agenzia ha portato a Dubai 800 imprese italiane in 20 fiere, Innovation Talks e alla mostra Italia Geniale del design italiano.

L'accento è stato posto anche sull'innovazione, altro grande pilastro emerso con forza dalla pandemia ed essenziale per competere sui mercati di domani. Su questo fronte sono stati organizzati 13 innovation talks all'interno del Padiglione, con una doppia valenza: la promozione delle nostre eccellenze innovative e tecnologiche, ma anche la possibilità di dialogare con partner esteri, nell'ottica di fare rete e creare sinergie

Importante il numero di relatori italiani coinvolti, 150 tra innovation talks e business forum, e di partecipanti esteri, che invece sono stati 3350.

BENI DI CONSUMO

Considerata la pandemia ancora in corso e la lenta ripresa delle attività in presenza, l'organizzazione di incontri con operatori esteri ha dovuto tener conto dei periodi di apertura asimmetrica delle aree geografiche. Coinvolgendo tuttavia l'intera rete estera dell'ICE nella selezione e nell'invito di operatori alle manifestazioni in Italia, molti Uffici hanno avuto la possibilità di proporre visitatori a manifestazioni italiane, consentendo alle aziende di entrare in contatto con potenziali buoni clienti a torto trascurati. L'operazione ha anche favorito l'ampliamento degli orizzonti di internazionalizzazione, attualmente ristretti all'Unione Europea, Russia, Bacino del Mediterraneo, con qualche punta avanzata in USA e Cina, dove la presenza italiana continua a essere inferiore al potenziale. Sono quindi stati presi in considerazione molti mercati emergenti in Asia, America Latina e Africa.

L'Ufficio beni di consumo ha favorito la maggiore partecipazione di aziende italiane alle iniziative realizzate. Sono stati attivati nuovi contatti e identificate nuove manifestazioni, derivanti dalla proficua interlocuzione con organismi territoriali, associazioni imprenditoriali ed enti fieristici.

Anche grazie alla gratuità del primo modulo espositivo e ad una predisposizione inclusiva delle aziende interessate, molte iniziative tradizionali hanno più che raddoppiato la partecipazione, mentre iniziative innovative hanno favorito l'ingresso di nuove aziende.

Nata come esigenza a seguito della pandemia, la piattaforma digitale Fiera Smart 365 è diventata uno strumento ottimale di presentazione delle aziende italiane aderenti a eventi non altrimenti pubblicizzati su proprie piattaforme o ad associazioni non strutturate in portali specifici.

In questo modo, gli Uffici ICE della rete estera hanno potuto beneficiare di una presentazione ampia e di impatto per l'invito agli operatori locali e per la promozione di manifestazioni in Italia meno note all'estero.

In alcuni casi, è stato possibile favorire incontri con operatori esteri impossibilitati a raggiungere l'Italia.

1. LINEA INDUSTRIE CULTURALI E CREATIVE

L'industria culturale e creativa è composta da diversi settori: audiovisivo, discografia, editoria, strumenti musicali.

Nonostante sia caratterizzata da una significativa complessità, legata prevalentemente alla natura intangibile della

maggioranza dei beni trattati (con l'eccezione del settore degli strumenti musicali), e dall'aspetto culturale comune a questi settori, registra una continua crescita sullo scenario del commercio internazionale.

L'Agenzia ICE pone al centro della propria attività l'aspetto commerciale. Opera principalmente nelle più importanti fiere internazionali organizzando partecipazioni collettive e invitando delegazioni di operatori professionali, giornalisti, operatori della comunicazione alle principali manifestazioni in Italia. Organizza, inoltre, webinar tematici.

A causa dell'emergenza sanitaria Covid-19, sia per le fiere che per le missioni di operatori esteri in Italia e gli incontri bilaterali individuali, è stata favorita la partecipazione in modalità virtuale attraverso la piattaforma dell'Agenzia ICE, Fiera Smart365 o altre piattaforme dedicate.

Settore audiovisivo

Nell'ambito della promozione dell'industria creativa e culturale, le attività realizzate per il settore audiovisivo hanno avuto l'obiettivo di sostenere la distribuzione del prodotto italiano sui mercati esteri, sviluppare le opportunità di coproduzione internazionale e promuovere le sedi cinematografiche italiane e le industrie tecniche locali.

Nel 2021, le principali fiere estere di settore si sono svolte in modalità virtuale e ibrida. In Europa, le azioni promozionali per il comparto cinematografico si sono concentrate sui due maggiori eventi di mercato: lo European Film Market, che si svolge nell'ambito della Berlinale, e il Marché du Film, tradizionalmente organizzato in occasione del Festival del Cinema di Cannes e svolto quest'anno in modalità ibrida. Per il comparto animazione, è stata organizzata la collettiva al MIFA di Annecy, anch'esso svoltosi in modalità virtuale. Per la promozione del comparto documentario, è stata organizzata in presenza la partecipazione collettiva all'IDFA di Amsterdam, e in modalità virtuale, al festival CPH:DOX di Copenaghen e al Sunny Side of The Doc di La Rochelle. Per il comparto videoludico, è stata realizzata per la prima volta la partecipazione a Esport Bar a Cannes.

In USA sono proseguite le azioni a favore del comparto cinematografico con la partecipazione all'American Film Market Online. Per il comparto animazione è stata organizzata la collettiva italiana al Kidscreen Summit Online di Miami.

In Canada è stata organizzata la partecipazione italiana a Hot Docs, festival del Documentario di Toronto, in modalità digitale.

In Italia, nell'ambito del progetto di potenziamento fieristico, è stata realizzata a ottobre la sesta edizione di MIA - Mercato Internazionale dell'Audiovisivo di Roma, in collaborazione con le associazioni ANICA e APA, soggetti attuatori della manifestazione. L'edizione 2021 di MIA è stata realizzata con un formato ibrido, con un programma

di eventi e incontri che ha saputo integrare gli spazi allestiti a Palazzo Barberini e gli spazi virtuali della piattaforma MIA Digital.

Nell'ambito del Piano Export Sud (PES quarta annualità) sono state realizzate due iniziative di incoming: la prima in occasione della prima edizione dell'AVP Summit di Matera, con una delegazione di operatori provenienti da USA ed Europa; la seconda in occasione di MIA 2021 con la presenza di operatori da Europa e Canada.

Infine, è stata organizzata per la prima volta una missione di operatori esteri al Torino Short Film Market, mentre per il settore del videogioco è stato rilanciato il supporto a Rome Video Game Lab, manifestazione organizzata da Cinecittà SpA in partnership con IIDEA, con l'organizzazione di una missione di operatori esteri in presenza.

Settore discografia

L'Agenzia ICE ha realizzato nel 2021 azioni di supporto a partecipazioni collettive presso Music Festival e missioni di operatori esteri. Il focus estero è stato rappresentato dall'area USA per i Music Festival e dall'area UE (in particolare Regno Unito e Germania, dove sono presenti i principali produttori, agenti e organizzatori di festival musicali) per incoming. Sono state organizzate: azioni di supporto alle manifestazioni Festival SWSX (Texas), Hit Week e SIM Sao Paulo digitale (Brasile) e missioni di incoming in occasione di Linecheck Music Meeting & Festival (nell'ambito di Milano Music Week).

Settore editoria

La valenza del libro, e più in generale dei prodotti editoriali, è fondamentale. Il libro rappresenta uno straordinario veicolo di promozione culturale e, in generale, di promozione dell'intero Sistema Paese.

Le manifestazioni fieristiche sono il principale veicolo di negoziazione di diritti di opere editoriali e/o accordi di coedizione. Sono state organizzate all'estero, in presenza, le seguenti partecipazioni collettive: la Buchmesse di Francoforte (Germania) e la Sharjah Book Fair (EAU).

Per la promozione del settore editoriale negli USA, a cura dell'ufficio ICE di Chicago, anche nel 2021 sono state realizzate: sito web di settore per la promozione del libro italiano www.italbooks.com e numerose attività di relazioni istituzionali e promozione, anche mediante visite e azioni presso fiere.

In Italia è stato realizzato un incoming in presenza in occasione della Fiera del Libro di Roma "Più libri più liberi".

Per supportare le aziende italiane in un momento complesso in cui molti appuntamenti fieristici sono stati cancellati,

sono stati realizzati dei webinar sulla Francia e la Corea del Sud con incontri bilaterali ai quali hanno preso parte aziende italiane e locali.

Settore strumenti musicali

A causa della situazione sanitaria, è stato possibile organizzare solo una missione di operatori esteri a Cremona Mondo Musica.

2. LINEA SISTEMA MODA

Settori: abbigliamento, calzature-pelletteria-concia, filati, moda intimo e moda mare, tessile

Nell'ambito dei settori in questione vengono principalmente realizzate partecipazioni collettive a fiere, missioni di operatori esteri in Italia, mostre autonome all'estero e azioni di comunicazione di ampio respiro.

Sono state mantenute le collaborazioni con gli interlocutori privilegiati per il settore e contemporaneamente è stato necessario proseguire con l'adeguamento delle iniziative promozionali al nuovo scenario economico mondiale: da febbraio 2020, infatti, molti eventi sono stati trasformati da fisici a virtuali.

Le iniziative fieristiche alle quali tradizionalmente partecipano aziende italiane con una quota a pagamento sono state oggetto, anche nel 2021, delle misure speciali di sostegno che hanno consentito alle aziende di partecipare gratuitamente alle manifestazioni fieristiche. D'altra parte, le attività di incoming hanno continuato a subire importanti ridimensionamenti a causa del protrarsi della situazione emergenziale.

Settore abbigliamento

Con riferimento al settore dell'abbigliamento, oltre alla mostra autonoma Moda Italia Tokyo, sono state realizzate partecipazioni collettive presso la Chicago Collective (moda uomo) e presso le fiere moda donna di New York. Quale follow-up delle fiere moda uomo e donna in USA, è proseguito anche nel 2021 il progetto-pilota di marketing digitale negli USA Extraitastyle.com.

In collaborazione con Sistema Moda Italia/Ente Moda Italia sono proseguite le azioni dedicate alla Russia, a supporto della presenza italiana alla Collection Première Moscow.

Le attività del Piano di potenziamento fieristico prevedono il supporto dell'Agenzia ICE per la realizzazione di incoming e azioni di comunicazioni in occasione dei principali eventi fieristici italiani. In questo contesto sono state realizzate le collaborazioni con Pitti Immagine alle fiere di Pitti Uomo, Pitti Filati, Pitti Bimbo. Entrambe le edizioni, estiva e invernale, hanno avuto formato ibrido, in presenza e in digitale.

Anche Altaroma ha svolto entrambe le edizioni del 2021 di gennaio e settembre in presenza (nel rispetto delle prescrizioni imposte dalla normativa Covid-19), affiancandole a una piattaforma dedicata sul web.

Attraverso i contributi per il potenziamento fieristico, l'Agenzia ICE ha inoltre supportato le Settimane della Moda uomo e donna di Milano, incluse le fiere White e The One.

Settore calzature-pelletteria-concia

Per quanto riguarda il settore calzature, pelletteria, concia, le azioni promozionali realizzate dall'Agenzia ICE nel 2021 hanno sostenuto le aziende italiane sui mercati prioritari tradizionali, con iniziative a carattere sia commerciale sia di immagine.

Per il comparto calzaturiero, è stato riconfermato uno degli appuntamenti di maggiore interesse che generalmente si svolge a febbraio e luglio: la mostra autonoma Shoes from Italy di Tokyo di febbraio 2021. Contemporaneamente a Shoes from Italy si svolge Moda Italia, alla quale hanno partecipato aziende della pelletteria. Entrambe le manifestazioni, ripetute a luglio 2021, hanno avuto un formato ibrido.

Nell'ambito delle azioni a potenziamento delle principali manifestazioni fieristiche di settore è stato dato supporto alle manifestazioni Expo Riva e Garda Bags (edizione giugno 2021), MICAM (edizioni di marzo e settembre 2021) e MIPEL (edizioni di marzo e settembre 2021).

Settore dei filati

Per il settore dei filati, sono state svolte iniziative per la promozione dei filati da maglieria e per la promozione dei filati da tessitura. Per i filati da maglieria, nell'ambito del progetto "Feel the yarn" ideato dal Consorzio Promozione Filati-CPF, sono stati realizzati tre workshops commerciali in Francia, Stati Uniti e Cina a Shenzhen (in questi ultimi due casi con la presenza dei soli agenti locali). Per i filati da tessitura, l'ICE ha organizzato un incoming di 10 operatori esteri all'edizione di settembre della fiera Filo di Milano.

Settore moda intimo e moda mare

Per il settore intimo e beachwear, il consueto appuntamento di gennaio al Salon international de la Lingerie si è svolto solo in versione digitale. L'accesso alle vetrine virtuali delle aziende è stato esteso per un periodo di due mesi.

Settore dei tessili

La promozione del settore dei tessili comprende il potenziamento fieristico a Milano Unica, fiera italiana a rilevanza internazionale per i tessuti di abbigliamento, che tuttavia ha dovuto rinunciare all'edizione di febbraio 2021 a causa del Covid-19 e spostare l'edizione estiva al mese di settembre 2021 per ottenere il miglior riscontro.

Sempre per il settore dei tessuti per l'abbigliamento, si è svolta la partecipazione collettiva a Milano Unica Shanghai, nell'ambito di Intertextile, attraverso il presidio di agenti locali, a causa delle restrizioni all'ingresso in Cina.

Per il tessile casa si è rinnovata la consueta presenza dei produttori di biancheria per la casa a Maison et Objet Parigi di gennaio 2021, svoltasi in versione digitale. Alle aziende è stato offerto un abbonamento annuale (da marzo 2021 a marzo 2022) alla piattaforma MOM sulla quale le aziende hanno potuto caricare foto e descrizione delle loro produzioni e prendere contatti con potenziali acquirenti.

Per i tessuti tecnici, è stata invece realizzata, a ottobre 2022, dopo diversi posticipi di data, la fiera Functional Fabric Fair che si svolge a Portland negli Stati Uniti, in occasione della quale l'ICE ha organizzato la sua prima collettiva di aziende italiane.

La programmazione a favore delle Regioni obiettivo del Piano Export Sud nel 2021 ha visto il ritorno di incoming di operatori esteri dedicati a segmenti specifici del settore abbigliamento i cui distretti produttivi si trovano nelle regioni meridionali. Le azioni promozionali sono state tutte realizzate in forma ibrida, sia in presenza sia con l'ausilio della piattaforma ICE Fiera Smart 365 per agevolare gli incontri B2B digitali. Nonostante le limitazioni ai trasporti aerei e gli obblighi di quarantena, con queste iniziative, contemporaneamente in presenza e digitale, l'Agenzia ICE ha sostenuto la percezione all'estero della qualità produttiva del Made in Italy, valorizzando in particolare le produzioni di piccole e medie imprese meridionali, le quali hanno non solo avuto contatti produttivi ma hanno anche beneficiato di una campagna pubblicitaria nei mercati di provenienza degli operatori.

Per il terzo anno consecutivo è stato organizzato, a settembre 2021, l'incoming a Evening Dresses Show 2022, il Salone dedicato all'abbigliamento da sera e cerimonia presso la Stazione Marittima Zaha Hadid di Salerno, al quale hanno partecipato aziende che hanno potuto incontrare, in presenza, una delegazione di operatori economici e giornalisti invitati dall'Agenzia ICE da 12 Paesi (Azerbaijan, Germania, Svizzera, Romania, Ungheria, Slovenia, Russia,

Bulgaria, Iran, Tunisia, Austria, Stati Uniti). La manifestazione ha visto quindi l'organizzazione di incontri fisici e sfilate, ma anche una versione digitale, tramite la piattaforma acquisita dell'Agenzia ICE. Il link <https://edshow.eventidigitali-ice.it/>, ha ospitato lo streaming dell'evento e le vetrine virtuali delle aziende consentendo anche agli operatori e la stampa specializzata estera collegati da remoto di seguire l'evento, organizzare interviste e incontri B2B virtuali, direttamente sulla piattaforma.

Nella medesima forma ibrida è stato organizzato dal 29 al 3 ottobre 2021, l'incoming a COATurier, (<https://coaturier2021.digital.ice.it/>), evento promosso da CNA a Martina Franca, distretto produttivo del capospalla, al quale hanno partecipato aziende produttrici provenienti dalle Regioni meno sviluppate e operatori economici, provenienti da cinque paesi (Federazione Russa, Slovenia, Azerbaijan, Tunisia, Ungheria).

Infine, durante la manifestazione fieristica Promessi Sposi, che ha avuto luogo presso la Nuova Fiera del Levante di Bari dall'11 al 14 novembre 2021, dedicata ai beni e servizi connessi agli eventi matrimoniali, in collaborazione con Confartigianato, è stato promosso un incoming che ha anche previsto l'uso della piattaforma Fiera Smart 365. La sezione dedicata all'evento <https://promessisposi.digital.ice.it/> ha consentito a tutte le aziende espositrici di innovare e farsi conoscere attraverso cataloghi multimediali, schede tecniche e live chat con i buyer esteri invitati con il supporto degli Uffici ICE nel mondo. In presenza hanno anche partecipato operatori esteri provenienti da Albania, Slovenia e Ungheria.

Settori: cosmetica e profumeria, articoli sportivi, sistema termale

Nell'ambito della promozione dell'industria della cosmetica e della profumeria, degli articoli sportivi e del termalismo, le attività realizzate hanno avuto come obiettivo lo sviluppo di opportunità per le aziende tramite strumenti digitali ed eventi in presenza, la valorizzazione dell'eccellenza del Made in Italy attraverso campagne di comunicazione mirate e il potenziamento delle relazioni dei partenariati con enti fieristici e associazioni di categoria.

Per il settore cosmetica e profumeria, per favorire l'interlocuzione commerciale tra le aziende italiane e le controparti estere anche in fase pandemica, è stata realizzata la partecipazione collettiva di aziende italiane all'evento digitale We Cosmoprof International (07 – 18 giugno 2021). Le aziende italiane partecipanti hanno avuto la possibilità di interagire online con tutti i buyer esteri provenienti da oltre 135 paesi.

Nonostante le difficoltà legate alla mobilità internazionale, è stata realizzata, per la prima volta, la partecipazione collettiva di aziende italiane a Cosmoprof North America – Las Vegas, dal 29 al 31 agosto 2021, con l'intento di ristabilire un nuovo inizio degli eventi in presenza in un mercato strategico ma allo stesso tempo complesso, come quello degli Stati Uniti, anche se attraverso il presidio dei propri agenti locali.

È proseguita, inoltre, per tutta la durata dell'anno, l'attività di informazione, formazione, comunicazione, promozione e avviamento al mercato statunitense per le aziende italiane aderenti al Progetto Beauty Made in Italy, organizzato in collaborazione con Cosmetica Italia e sviluppato grazie alla professionalità dell'Ufficio ICE di New York.

In occasione della ripartenza degli eventi in presenza, l'Agenzia ICE ha finanziato, con progetto di contributo a rimborso per potenziamento fieristico, con beneficiario BolognaFiere Cosmprof SpA, la missione di delegati esteri a On Beauty, il salone svoltosi dal 9 al 13 settembre 2021, dedicato all'industria cosmetica e anticamera della manifestazione madre Cosmoprof Worldwide Bologna. Gli operatori invitati hanno potuto nuovamente visionare la produzione italiana e avviare le interlocuzioni commerciali di loro interesse.

Nell'ambito della proficua collaborazione con Cosmetica Italia, è stata avviata, da luglio 2021, l'Italian Cosmetics Days in Canada, un'iniziativa volta ad avvicinare la produzione della beauty industry italiana al mercato canadese, tramite azioni di comunicazione, in occasione dell'ICFF Film Festival di Toronto, e due webinar: il primo rivolto alla comunità di affari locale, con l'intento di diffondere l'eccellenza del Made in Italy, il secondo dedicato alle aziende italiane partecipanti al Progetto e volto a illustrare uno studio sul Paese per delineare le peculiarità e le migliori modalità di accesso al mercato.

Accanto all'attività promozionale dedicata al settore cosmetico, è stato sviluppato, per la prima volta, un percorso di internazionalizzazione rivolto alla profumeria artistica e di nicchia, prevedendo l'organizzazione di azioni a supporto di Esxence 2022, la kermesse italiana di riferimento per il comparto. A gennaio 2021, è stato organizzato un evento digitale sulla piattaforma americana BORN by ALKEON, che ha visto la partecipazione di aziende italiane che, attraverso la costruzione del proprio profilo virtuale, hanno potuto interagire online con i buyer di settore. Successivamente, a fine secondo semestre 2021, è stato realizzato un webinar con la collaborazione di WWD Beauty, rivolto alla valorizzazione della fiera e delle eccellenze del Made in Italy presso la business community americana.

Per il settore articoli sportivi, si è proceduto, in collaborazione con Assosport, a rinnovare il percorso promozionale a sostegno di vari comparti dello sport industry: dal fitness agli sport invernali, al settore dell'equitazione.

Nell'impossibilità di svolgere regolarmente gli eventi in presenza, è stata organizzata, per la prima volta, sulla piattaforma ICE Fiera Smart 365, la Digital Sport House, un evento virtuale grazie al quale le aziende italiane, afferenti ai comparti fitness e outdoor, e gli operatori esteri hanno potuto interagire online sviluppando i loro colloqui di affari.

In considerazione delle potenzialità espresse dal mercato israeliano, è stata finanziata un'indagine sulla filiera dello sport, volta ad approfondire la tendenza dell'export e il sistema distributivo locale, nell'ottica di fornire un quadro del Paese alle aziende italiane interessate.

Con riferimento agli eventi in presenza, è stata realizzata la partecipazione collettiva di aziende italiane alla World

Winter Sports Expo di Pechino dal 3 al 7 settembre 2021, un'occasione unica per gli imprenditori italiani per presidiare il mercato cinese, attraverso la presenza dei loro rappresentanti in loco, nell'importante fase precedente l'organizzazione delle Olimpiadi di Pechino.

Dal 28 al 30 ottobre 2021, l'Agenzia ICE ha organizzato la partecipazione collettiva di aziende italiane alla fiera Dubai Active Show, organizzata da Italian Exhibition Group ed eccellente vetrina per le aziende produttrici di abbigliamento, accessori e attrezzature per il fitness. La concomitante presenza di Expo 2020 è stata un'ulteriore opportunità per l'Agenzia ICE per organizzare una missione di operatori esteri, provenienti soprattutto dall'area MENASA (Algeria, Angola, Egitto, Etiopia, India, Iran, Kenya e Marocco), per una visita al Padiglione Italia a Expo e alle aziende della collettiva a Dubai Active Show, nell'ottica di sensibilizzare le controparti estere all'eccellenza della produzione italiana.

Infine, l'Agenzia ICE ha supportato per la terza volta Fieracavalli, vetrina internazionale per il trade business del settore equestre, con la realizzazione di una missione di operatori esteri dai principali Paesi obiettivo, compatibilmente con le difficoltà legate alla mobilità internazionale dovute alla situazione pandemica da Covid-19.

Al fine di inaugurare la valorizzazione del sistema termale, l'Agenzia ICE ha strutturato un Progetto di incoming sul territorio, diviso in 7 tappe corrispondenti a 7 Regioni, in collaborazione con Federterme ed ENIT. La prima tappa si è svolta in Toscana, a ottobre 2021, in occasione della quale gli operatori esteri hanno potuto visitare i centri benessere e le stazioni termali per apprezzarne l'eccellenza, conoscerne le linee di prodotti cosmetici e convogliare potenziali utenti turistici termali. Il progetto persegue la finalità di potenziare lo sviluppo e la crescita del settore termale italiano mediante un adeguato percorso di internazionalizzazione, nell'ottica di valorizzare l'immagine Made in Italy sia nei mercati europei sia in mercati emergenti.

Settori: oreficeria e gioielleria, occhialeria

Per il settore oreficeria e gioielleria sono state realizzate le seguenti iniziative:

- **Promozione Gioielleria in Giappone.** È stato siglato un accordo con GSTV, il principale canale di televendite di gioielli in Giappone. L'obiettivo dell'accordo è stato la valorizzazione delle aziende del settore attraverso una serie di azioni promozionali che hanno previsto la creazione di un sito web ad hoc, azioni di comunicazione omnicanale sia online sia offline, la trasmissione di televendite anche in live streaming dai principali distretti orafi italiani e la realizzazione di documentari sulla realtà italiana del settore gioielleria. I programmi di GSTV sono stati trasmessi sia sul canale televisivo via cavo "J:COM", sia sui canali satellitari "BS TBS" e "BS FUJI".

- Evento digitale WE ARE - OROAREZZO 2021. A supporto della manifestazione è stato realizzato l'evento "We Are", una sfilata virtuale con incontri B2B a cui hanno partecipato aziende italiane. Il progetto/evento, realizzato su piattaforma di proprietà di IEG e promosso sui principali social network, è stato lanciato il 23 marzo 2021 e costituiva una anteprima alla manifestazione OroArezzo che si sarebbe dovuta tenere nel mese di giugno 2021, annullata a causa delle restrizioni in vigore per il contrasto alla pandemia.
- Azioni di supporto alla presenza italiana durante la settimana della gioielleria a Las Vegas. In occasione della settimana della gioielleria di Las Vegas è stata implementata una promozione attraverso azioni di comunicazione digitale: blogger e influencer di settore hanno promosso la presenza italiana alle tre fiere di riferimento, JCK, Couture e Premier, trasversalmente via piattaforme digitali quali blog, Instagram, Social Media. Inoltre, per sopperire alla mancanza di iniziative fieristiche in presenza, è stata lanciata una campagna di comunicazione della gioielleria italiana rivolta al trade americano, tramite il sito <https://www.extraitajewelry.com/>, con il noto logo "The Extraordinary Italian Jewelry".
- Partecipazione collettiva italiana al HKIJS (Hong Kong International Jewellery Show). In occasione dell'edizione 2021 della manifestazione HKIJS è stata organizzata una partecipazione collettiva di aziende italiane. A causa delle restrizioni in vigore per l'ingresso dei cittadini stranieri a Hong Kong, è stato possibile prevedere la partecipazione di aziende italiane tramite proprio rappresentante locale.
- VICENZAORO settembre 2021 (10-14 settembre 2021). L' Agenzia ICE ha sostenuto la manifestazione attraverso la concessione di un contributo a rimborso per potenziamento fieristico che comprendeva l'organizzazione di un incoming di operatori esteri, la programmazione di incontri virtuali B2B, il potenziamento della comunicazione digitale, la realizzazione di eventi di promozione e la partecipazione di Start Up innovative. Vi hanno partecipato buyer provenienti da Europa, Est Europa e Balcani, Medio Oriente e Nord Africa, America Latina, Russia e Ucraina, Stati Uniti e Canada, selezionati grazie alla collaborazione della rete estera ICE, che ha individuato operatori in target con le aziende espositrici e fornito un servizio di consulenza al partner fieristico per le attività di scouting diretto.
- HOMI Fashion&Jewels. Manifestazione dedicata all'accessorio moda, al bijou e al gioiello di tendenza. Con la collaborazione e partecipazione degli Uffici ICE di Berlino, Città del Messico, New York, Il Cairo, Mosca e Pechino, sono stati realizzati 6 webinar per offrire alle aziende italiane partecipanti informazioni utili per l'approccio ai rispettivi mercati di competenza. Inoltre, è stato organizzato un incoming di operatori esteri all'edizione di settembre 2021.
- Partecipazione collettiva italiana alla JIS di Miami. Manifestazione fieristica per il settore orafogioielliero, di riferimento per il mercato del Nord e Centro America. L'Agenzia ICE ha organizzato una collettiva di aziende italiane che hanno partecipato tramite rappresentante locale.

- Partecipazione collettiva italiana di gioielleria alla CIIE di Shanghai. La partecipazione collettiva di aziende nazionali orafo-gioielliere in occasione della quarta edizione della CIIE (China International Import Expo), la manifestazione in Cina voluta dal Presidente Xi e dedicata esclusivamente all'importazione di prodotti e servizi, che incentiva la presenza di espositori esteri, si è svolta presso il NEEC (National Exhibition and Convention Center) di Shanghai dal 5 al 10 novembre 2021. All'edizione 2021 della collettiva ICE hanno partecipato aziende italiane tramite rappresentante locale, provenienti da tutti i distretti orafi.
- Azioni di supporto alla Watch & Jewellery Middle East Show. L'Agenzia ICE ha fornito un servizio di supporto alle aziende italiane, che hanno partecipato autonomamente alla fiera, tramite la realizzazione di uno spazio Italian lounge. Questo spazio dedicato ICE è stato attrezzato con una dressing room per la prova dei gioielli da parte delle signore emiratine, con riferimento alla componente B2C centrale della fiera. L'iniziativa si è tenuta a ottobre 2021.
- IJT - International Jewellery Tokyo (13-16 gennaio 2021). La fiera IJT (International Jewellery Tokyo) è una delle fiere principali per il settore della gioielleria in Giappone, appuntamento importante e atteso da tutti gli operatori locali. L'IJT rappresenta una rilevante opportunità di conoscenza del mercato, in quanto la manifestazione viene visitata da diverse tipologie di operatori: GG.MM., importatori/grossisti, retailer di diversi livelli. Nell'ambito del Piano Export Sud, l'Agenzia ICE ha organizzato una partecipazione collettiva di aziende provenienti da Campania, Abruzzo, Sicilia. La partecipazione è stata riservata alle aziende che disponevano di agente/rappresentante locale.
- Tesori nascosti III: viaggio nella gioielleria del Sud Italia. Tradizionale incoming di operatori esteri alla fiera Tari Mondo Prezioso, organizzato nell'ambito del Piano Export Sud, presso il Centro Orafo il Tari e riservato alle aziende appartenenti alle Regioni meno sviluppate (Basilicata, Calabria, Campania, Puglia, Sicilia) e in transizione (Abruzzo, Molise e Sardegna). L'iniziativa, che ha visto la partecipazione di operatori esteri e aziende orafe italiane, si è tenuta dal 7 al 10 ottobre in presenza e tra l'11 e il 17 ottobre in versione digitale sulla piattaforma Fiera Smart 365. Nonostante le limitazioni alla mobilità internazionale, l'iniziativa ha visto la partecipazione effettiva in presenza di una delegazione di qualificati operatori del settore, selezionati dagli Uffici ICE della rete estera tra gioiellieri o catene di negozi interessati all'acquisto di gioielleria (in oro e pietre preziose o semipreziose, coralli, cammei, perle, oreficeria 18 kt, collezioni di mini-gioielleria in oro 9 kt, gioielli in argento, semilavorati, pietre preziose) e provenienti da 19 Paesi: Polonia, Spagna, Macedonia, Romania, Slovenia, Croazia, Albania, Kosovo, Cipro, Serbia, Montenegro, Russia, Arabia Saudita, Kazakistan, Marocco, Qatar, Giordania, Ucraina, Egitto. Le aziende italiane ospiti e residenti presso il Centro Orafo hanno avuto l'occasione di incontrare le delegazioni di operatori economici selezionati dagli Uffici ICE all'estero in momenti B2B, secondo il consolidato modello dell'agenda programmata di incontri.

Per il settore occhialeria, nonostante le difficoltà contingenti, il sostegno dell'Agenzia ICE alle imprese italiane del settore non si è fermato e ha trovato nuove occasioni e modalità di realizzazione in presenza, in digitale o in formato ibrido, sempre a titolo gratuito quanto al costo di partecipazione. Di seguito il dettaglio delle iniziative realizzate:

- FS365 Workshop digitale occhialeria: Australia e Nuova Zelanda. Workshop digitale su piattaforma Fiera Smart 365 dedicato alle aziende del settore, che hanno beneficiato della piattaforma digitale e delle vetrine aziendali su FS365 <https://italianeyewear.digital.ice.it/>, e del webinar di approfondimento delle opportunità per le PMI del settore occhialeria dal titolo "The Eyewear Market in Australia & New Zealand".
- Workshop ibrido Occhialeria, Hong Kong (HKTDC). Il 28 e 29 giugno 2021, si è tenuto il workshop ibrido dedicato all'occhialeria italiana, organizzato da HKTDC (Hong Kong Trade Development Council), nel quale sono stati coinvolti operatori da diversi Paesi del Far East, oltre che da Australia e Nuova Zelanda. I visitatori professionali partecipanti in presenza hanno potuto svolgere incontri B2B con le aziende italiane tramite postazioni di videoconferenza allestite su ogni desk aziendale. I buyer degli altri mercati di interesse (Giappone, Corea del Sud, Cina, Taiwan e altri Paesi dell'area ASEAN, oltre ad Australia e Nuova Zelanda), sono stati invece coinvolti in modalità esclusivamente virtuale. È stata anche realizzata una campagna di comunicazione in Cina continentale e Hong Kong, come naturale prosecuzione della precedente partecipazione collettiva di aziende italiane alla manifestazione. Una selezione di aziende dell'occhialeria italiana partecipanti sono state raccontate in un booklet fisico e digitale, inviato agli operatori del settore. La campagna di comunicazione, invece, più orientata al lifestyle e al consumatore finale, si è posta l'obiettivo di rafforzare l'immagine dell'occhialeria italiana a Hong Kong e ampliarne la portata alla Cina continentale e ai mercati limitrofi.
- "DaTE by Mido 2021" - Incoming di operatori esteri. La nona edizione di DaTE, Salone internazionale dell'occhialeria d'avanguardia dedicato all'occhialeria del futuro, si è svolto a Firenze dall' 11 al 13 settembre 2021 presso la Stazione Leopolda. L'Agenzia ICE ha organizzato un incoming di buyer internazionali, oltre a eventi di comunicazione online. Il target degli operatori individuato si è focalizzato su professionisti di alto livello con punti vendita di tendenza, in linea con le finalità della manifestazione. DaTE 2021 ha visto la partecipazione di qualificati operatori esteri del settore selezionati dagli Uffici ICE di Parigi, Madrid e Varsavia.

3. LINEA SISTEMA ABITARE

Settore costruzioni

Relativamente ai materiali lapidei, sono state realizzate le seguenti iniziative:

- Coverings 2021 (Orlando, 7-9 luglio 2021): manifestazione a cadenza annuale che rappresenta da oltre trenta anni, nel mercato nordamericano, la fiera leader per i rivestimenti in ceramica e pietra naturale. L'iniziativa, prevista per aprile 2021, è stata posticipata a luglio a causa della pandemia ed è stata dedicata esclusivamente alle aziende italiane con rappresentanti e agenti in loco per il travel ban ancora in vigore.
- Middle East Stone 2021 (Dubai, 12-15 settembre 2021): principale manifestazione specializzata in tutto il Golfo Persico, dedicata alle pietre naturali e alle relative tecnologie di lavorazione. L'Agenzia ICE, in collaborazione con Confindustria Marmomacchine, ha voluto per la prima volta approcciare il mercato emiratino organizzando una partecipazione collettiva di aziende italiane.
- MARMO+MAC 2021 (Verona, 29 settembre - 2 ottobre 2021): rappresenta la piattaforma fieristica di riferimento per l'industria del settore litico, capace di aggregare l'intera filiera, dai prodotti grezzi ai semilavorati e finiti, dai macchinari e le tecnologie per la lavorazione alle possibili applicazioni della pietra nell'architettura e nel design. L'Ufficio Beni di Consumo ha curato la partecipazione di operatori esteri individuati in architetti, interior designer, CEO, executive director e proprietari di studi e società di architettura, provenienti da Albania e Kosovo, Arabia Saudita, Belgio, Bulgaria, Canada, Cile, Danimarca, Marocco, Olanda, Perù, Polonia, Romania, Svezia, Tunisia e Ungheria.

Altro filone di attività del settore delle costruzioni è quello dedicato, nello specifico, ai componenti tecnici dell'involucro edilizio e dei materiali per le costruzioni, con iniziative generalmente a supporto del Consorzio FINCO (Federazione Industrie, Prodotti, Impianti Servizi e Opere Specialistiche per le Costruzioni) che ha messo in essere il Progetto Caseitaly.

Relativamente ai prodotti connessi all'involucro edilizio, sono state realizzate le seguenti iniziative:

- R+T digital (22 - 25 febbraio 2021): principale manifestazione dedicata ai settori delle tende, tensostrutture, protezioni solari e chiusure industriali, trasformata per il 2021 in evento digitale a cui hanno partecipato aziende del settore.
- BIG 5 Dubai (12 - 15 settembre 2021): principale manifestazione del Medio Oriente dedicata al settore delle costruzioni. L'Agenzia ICE ha organizzato una collettiva di aziende italiane.

L'Agenzia ICE e Confindustria Ceramica collaborano da anni con l'obiettivo di valorizzare l'eccellenza delle aziende italiane del settore ceramico, attraverso strategie di promozione e assistenza, che nel 2021 hanno portato alla realizzazione delle seguenti iniziative:

- Azioni a sostegno di Cersaie 2021: l'Agenzia ICE vi ha dato supporto, con la modalità del contributo a rimborso per potenziamento fieristico. L'obiettivo di valorizzare e promuovere la manifestazione e l'immagine dell'industria italiana delle piastrelle di ceramica si è concretizzato in una serie di azioni promozionali, quali incoming di architetti e giornalisti internazionali provenienti dall'Europa, Nord America e Area del Golfo, campagna promozionale internazionale, eventi e convegni internazionali;
- Ceramics of Italy a ICFF (New York, 14-15 novembre 2021): l'ICFF, manifestazione a cadenza annuale, rappresenta uno dei principali appuntamenti fieristici dedicati al mobile contemporaneo e al settore casa, la maggiore piattaforma nel Nord America per il design internazionale, che raccoglie una selezione dei migliori prodotti e delle ultime tendenze. Lo stand ICE-Ceramics of Italy occupava uno spazio per le aziende italiane della ceramica.

Nel settore delle costruzioni in generale, sono state realizzate le seguenti iniziative:

- BIG 5 Construct Egypt (26-29 giugno 2021): si configura come la principale manifestazione in Egitto per il settore delle costruzioni e come evento di riferimento degli operatori egiziani, arabi e internazionali. L'Agenzia ICE ha organizzato una partecipazione collettiva ICE di aziende italiane.
- Catalogoteca Libya Build (Tripoli, 4-7 ottobre 2021): Libya Build, la cui prima edizione risale al 2004, rappresenta la più grande fiera delle costruzioni in Nord Africa. In considerazione dell'importanza peculiare che riveste l'appuntamento fieristico per il macrosettore delle costruzioni, l'Agenzia ICE ha partecipato all'iniziativa attraverso la realizzazione di un Punto Istituzionale con funzione di supporto alle aziende italiane presenti in fiera e un servizio di catalogoteca.
- Progetto Africa ArchitecTour (Padova, 1-2 luglio 2021): nuovo progetto dedicato al continente africano organizzato da Medinit Srl in collaborazione con Fiera di Padova e Promex - Nuovo Centro Estero Veneto, a cui hanno partecipato aziende italiane operanti nei settori del sistema abitare. L'Agenzia ICE ha partecipato alla manifestazione con l'organizzazione di una missione di operatori esteri africani.

Settori arredamento, complementi d'arredo, oggettistica per la casa

Sono state realizzate le seguenti iniziative:

- Partecipazione collettiva alla Fiera Maison&Objet 2021: considerato il momento storico dovuto alla pandemia in corso e l'annullamento dell'edizione in presenza dell'edizione 2021, l'Agenzia ICE ha sostenuto, per la prima volta, la partecipazione delle aziende italiane alla piattaforma MOM della Maison et Objet, offrendo alle aziende italiane, abitualmente molto interessate a esporre in presenza alla Fiera, un abbonamento annuale gratuito (marzo 2021-marzo 2022).
- Design Day 2021. L'edizione 2021 del Design Day, inizialmente prevista a marzo e poi posticipata a causa del protrarsi della pandemia, si è svolta ufficialmente l'8 luglio con il tema: "Progetto e materia: nuove sfide per la ripartenza sostenibile del Made in Italy". Nonostante la situazione ancora critica in molti mercati, i Paesi coinvolti nel Design Day 2021 con il supporto della rete ICE sono stati 28. Gli eventi sono stati organizzati principalmente in presenza, benché ridotta, in concomitanza con la data ufficiale o con altri eventi del settore particolarmente significativi a livello locale, tra luglio e dicembre 2021.
- Azioni di supporto al Salone del Mobile 2021 (Super Salone). In occasione dell'edizione speciale del Salone del Mobile di Milano, che ha avuto luogo dal 5 al 10 settembre 2021, l'Agenzia ICE ha supportato il Salone, con la modalità del contributo a rimborso per potenziamento fieristico, attraverso diverse azioni, in particolare con un incoming di operatori e giornalisti esteri.
- Potenziamento Proposte Fair 2021. Dal 7 al 9 settembre 2021, ha avuto luogo a Cernobbio la Fiera "Proposte". Si tratta di una manifestazione specializzata che accoglie come espositori produttori di tessuto d'arredamento e da tendaggio. L'Agenzia ICE vi ha dato supporto, con la modalità del contributo a rimborso per potenziamento fieristico, attraverso diverse azioni, tra le quali un incoming di operatori e giornalisti esteri.
- HOMI 2021. Con il supporto degli Uffici ICE della rete estera e di Fiera Milano è stato realizzato un ciclo di 12 webinar con l'obiettivo, da un lato, di presentare alle aziende italiane dei settori oggettistica per la casa e accessori moda, bijoux e gioielleria, le opportunità commerciali sui diversi mercati esteri focus coinvolti e, dall'altro, di offrire agli operatori esteri partecipanti una panoramica sull'offerta di HOMI e HOMI Fashion&Jewels. La fiera HOMI, che generalmente si tiene nel mese di gennaio, si è svolta contemporaneamente alla Milano Design Week (4-10 settembre) e al Super Salone, l'evento speciale 2021 del Salone del Mobile (5-10 settembre). L'Agenzia ICE ha sostenuto la manifestazione attraverso azioni di comunicazione e un incoming di 30 operatori.
- Azioni di Supporto alla Fiera SICAM 2021. Si è trattato di un incoming di circa 85 operatori, che ha avuto luogo dal 12 al 15 ottobre 2021 a Pordenone. SICAM (Salone Internazionale dei Componenti, Semilavorati e Accessori per

l'Industria del Mobile) costituisce l'unica fiera internazionale in Italia per il comparto componenti, semilavorati e accessori per l'industria del mobile e si colloca tra le prime fiere internazionali del settore della componentistica e accessoristica.

- Partecipazione collettiva alla Fiera IFFT Tokyo. La partecipazione collettiva di aziende italiane alla Fiera IFFT ha avuto luogo a Tokyo dal 18 al 20 ottobre 2021. A causa della situazione pandemica, le aziende hanno partecipato tramite rappresentanti locali.
- Altagamma - Next perspectives. Il 28 ottobre 2021, si è tenuta a Milano, in presenza e in streaming mondiale, la terza edizione dell'evento NEXT DESIGN PERSPECTIVES, organizzato dalla Fondazione Altagamma, che ha visto la partecipazione di relatori di rilievo internazionale.
- Partecipazione collettiva alla Fiera Downtown Design Dubai. La partecipazione collettiva di aziende italiane alla Downtown Design ha avuto luogo a Dubai dall'8 al 12 novembre 2021, con Innovation Talk a EXPO Dubai e incoming di operatori provenienti dai Paesi dell'Area MENASA (Middle East, North Africa, South Asia).
- Partecipazione collettiva alla Fiera ICFF. In occasione della fiera, che ha avuto luogo a New York, dal 14 al 15 novembre 2021, l'Agenzia ICE ha organizzato una partecipazione collettiva di aziende italiane anche del settore arredamento e oggettistica per la casa.
- Catalogoteca A HGH India 2021. Dal 30 novembre 2021 al 3 dicembre 2021, presso la Fiera HGH (10^a edizione della fiera), l'Agenzia ICE ha partecipato con un Punto Istituzionale con catalogoteca, considerate le persistenti limitazioni alla mobilità internazionale;
- Italian Design Masterclass in Cina: seconda edizione (da maggio 2021 a giugno 2022), aperta a tutti i settori di competenza dell'Ufficio Beni di Consumo. L'iniziativa, avviata a luglio 2020 con una prima edizione, in collaborazione con lo Shanghai Promotion Center for City of Design (SPCCD), prevedeva la realizzazione di masterclass sul design italiano (settori vari, principalmente sistema abitare e accessori moda) per professionisti e designer cinesi. Le masterclass, a causa del Covid-19, sono state realizzate esclusivamente in modalità virtuale e sono attualmente proposte sul canale WeChat, social molto affermato in Cina, prevedendo anche eventi in live streaming.
- Incoming su piattaforma Fiera Smart 365. Il programma comprendeva un webinar che si è tenuto il 7 giugno 2021, sulle opportunità del mercato statunitense, e a seguire, in data 8 e 9 giugno, due giornate di un incoming realizzato in modalità virtuale, organizzato in collaborazione con CONFAPI (Confederazione italiana della piccola e media industria privata), dedicato al settore arredo/contract. Le due giornate di incontri B2B tra aziende italiane partecipanti e buyer esteri si sono svolte in base a un'agenda prefissata.

- Happy Business To You - Biennale del Contract. Dal 27 al 29 ottobre 2021 a Pordenone, è stato organizzato un incoming di buyer esteri all'evento, a cui hanno partecipato esclusivamente aziende italiane, con le quali sono stati programmati incontri B2B e visite sul territorio alle sedi delle aziende.
- SIA Hospitality Design. Dal 13 al 15 ottobre 2021, a Rimini, è stata organizzato un incoming di buyer stranieri del settore arredo/contract alla fiera, con l'intento di aumentare i visitatori dall'estero.
- BDNY (New York, 14-15 novembre 2021): è stata realizzata una partecipazione collettiva di aziende italiane del settore arredo/contract focalizzata sulle forniture alberghiere. La manifestazione nel 2021 si è svolta in contemporanea alla fiera ICFF (International Contemporary Furniture Fair) dove l'Agenzia ICE ha organizzato due ulteriori collettive, una per l'arredo e i complementi d'arredo e l'altra riservata al settore della ceramica.

AGROALIMENTARE E VINI

L'Ufficio Agroalimentare e Vini opera su diversi fronti: dall'organizzazione di B2B sul territorio nazionale o all'estero tra buyer 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 e piattaforme E-commerce. E 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.

Anche nel 2021, sebbene in modo minore, le attività promozionali hanno risentito dell'impatto della pandemia Covid-19 che a partire dai primi giorni di marzo 2020 ha costretto quasi tutti i Paesi del mondo a misure straordinarie di contenimento del virus che hanno portato alla chiusura per lunghi periodi del canale ho.re.ca., all'interruzione o fortissima contrazione dei collegamenti aerei e terrestri, alla chiusura dei confini o a misure restrittive all'ingresso nelle singole nazioni, con ciò contraendo fortemente le occasioni di incontro in presenza che caratterizzano le relazioni commerciali tra Paesi. Molti eventi fieristici internazionali sono stati annullati; altri si sono potuti tenere solamente con la presenza di agenti o rappresentanti locali, senza la partecipazione di rappresentanti italiani per l'impossibilità di viaggiare o entrare nei Paesi di svolgimento delle manifestazioni, altri si sono comunque tenuti ma su scala ridotta, con un minor numero di espositori e visitatori.

Per sostenere le aziende in questo difficile frangente è stato privilegiato il supporto promozionale al consumo, con azioni volte alla promozione dei prodotti alimentari e dei vini in collaborazione con catene della GDO in diversi Paesi di maggior interesse per le esportazioni nazionali, con accordi volti a favorire la presenza di aziende del settore su canali di vendita elettronici. È stato realizzato un programma di attività articolato, che ha previsto accordi con partner internazionali in grado di gestire il processo di accesso al mercato per le imprese italiane, promuovendo i prodotti italiani presso i consumatori digitali all'interno delle piattaforme online, con investimenti in marketing digitale ed attività O2O (offline to online) mirate ad aumentare traffico e vendite per le imprese coinvolte.

Le attività promozionali realizzate dall'Ufficio per il settore Agroalimentare e Vini nel 2021, comprese quelle calendarizzate nell'ambito del Piano Export Sud sono state 115, così suddivise:

- 15 incoming di operatori e giornalisti esteri in Italia (Sigep, Beer Attraction e Marca virtuali, Vinitaly Preview, Vinitaly Special Edition, Autochtona, Anteprema Vitigno Italia, Cibus, Macfrut, Sana, Host, Tuttofood, Zoomark, Gustus e fiere zootecniche in presenza);

- 26 azioni promozionali con la GDO in 14 Paesi esteri (Germania, Usa, Tunisia, Bulgaria, Macedonia, Slovenia, Cina, Francia, Brasile, Canada, Arabia Saudita, Qatar, Thailandia, Ucraina) tramite accordi;
- 11 azioni e-commerce (7 marketplace: Amazon, Jd, WeChat, Tannico, Wine.com, HKTV Mall, Alibaba; 4 etailer: Saq, Kroeger, Evino, Bakhettle);
- 13 azioni al consumo in 9 mercati (Cina, Canada, Belgio, Germania, Francia, Svizzera, Polonia, Spagna, Regno Unito);
- 5 azioni di comunicazione su vino e spirits in Cina, USA, Canada e Giappone;
- 13 B2B (1 in presenza nel Regno Unito e 12 virtuali su piattaforma Smart 365);
- 18 partecipazioni collettive a fiere estere (di cui 17 in presenza e 1 virtuale: Biofach, Foodex, Prodexpo, Seoul Food, Hofex, Gourmet Paris, World Food, Sirha, Franchise Expo, Fruitattraction, Anuga, Natexpo, Speciality Food, FHC, Hospitality Qatar, Bar Convent Berlin, Bar Convent Brooklyn, Mostra autonoma del vino italiano in Sudafrica);
- 2 Punti Italia a fiere estere (Gulfood e Cafex);
- 5 Borse Vini di cui 2 in presenza (Vinitaly Russia) con degustazione (workshop), 3 in modalità phygital (Giappone, Taiwan e Benelux), 1 evento di degustazione con rappresentanti horeca, buyer a Cuba (solo vini);
- 1 Borsa Olio EVO in Giappone in modalità phygital svoltasi in 2 tappe, Tokyo e Osaka;
- 6 Corsi di formazione ed eventi promozionali sul vino in Cina (in cinque città - oltre 300 promotori del vino formati) e in USA 12 corsi in modalità virtuale che hanno coinvolto partecipanti da 31 Stati;
- 1.626 operatori esteri coinvolti.

Tra le attività svolte se ne evidenziano alcune, particolarmente rilevanti per innovatività, coinvolgimento degli Uffici, delle aziende italiane e dei canali distributivi esteri:

- l'evento Digital B2B Smart 365 food&wine: ha mobilitato una trentina di uffici per creare un evento autonomo di ICE Agenzia. In fase di avvicinamento alla manifestazione vera propria sono stati realizzati 2 webinar formativi per l'uso di smart 365 e per la presentazione dei principali mercati coinvolti nell'iniziativa, con oltre 300 partecipanti ciascuno. Nelle 5 giornate di B2B, realizzati fra il 15 e il 19 marzo 2022, circa 2000 interazioni sono avvenute attraverso la piattaforma tra i 187 buyer attivi (dei circa 300 registrati) e le 342 aziende italiane partecipanti (su 434 presenti sulla piattaforma con la loro vetrina) con un tasso di B2B andati a buon fine dell'86%. Una parte significativa degli appuntamenti non svolti sono stato comunque recuperati, facendo alzare il tasso di positività a oltre il 90%.

- la Christmas Promotion: 7 accordi GDO (Thailandia, Spagna, Slovenia, Francia, Angola, Arabia Saudita, Qatar) attivati nell'ambito di una iniziativa nata su Smart 365, col coinvolgimento iniziale di una trentina di uffici esteri e circa 300 aziende coinvolte nella selezione iniziale, che hanno prodotto una promozione in 90 punti vendita con questi numeri: aziende già presenti 120, referenze già presenti 1500, nuovi marchi 50, nuove referenze 250, stima acquisti prodotti agroalimentari e vini italiani per la promozione – nuove referenze 250.000 euro, valore complessivo acquisti stimati prodotti agroalimentari italiani coinvolti nella promozione 750.000 euro;
- lo showroom High Street Italia Seoul: al secondo anno di attività e situato nell'area centrale di Garosu Gil, ospita eventi B2B e B2C, corsi di cucina e degustazioni ed è dotato di una caffetteria bistrot aperta al pubblico che offre caffè e prodotti dolciari italiani. Nel 2021 gli eventi organizzati hanno visto la partecipazione di 69 operatori italiani dei settori food&beverage e 23 importatori/distributori coreani. Sul versante digital e social tramite il sito <https://highstreetitalia.com/> e l'IG www.instagram.com/highstreet_italia/ ha registrato 35.948 page views (website) e 3.227 follower.

Nel corso dell'anno è inoltre continuata la collaborazione dell'Ufficio agroalimentare e vini con il Cluster Agrifood Nazionale, un'Associazione riconosciuta multi stakeholder che aggrega Imprese, Associazioni di categoria, Università, Organismi di ricerca, Enti di Formazione e Rappresentanze territoriali che operano nel settore Agrifood, alla quale l'ICE Agenzia è associata dal 2013, ed è proseguita l'attività di comunicazione del settore agroalimentare e vini grazie all'attivazione di accordi a titolo gratuito con varie riviste di settore, che ha visto la rete estera dell'Agenzia ICE protagonista nella diffusione delle informazioni riguardanti i rispettivi Paesi.

TECNOLOGIA INDUSTRIALE, ENERGIA E AMBIENTE

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

L'anno 2021 è stato caratterizzato da una fase di miglioramento della pandemia con riduzione della diffusione del virus e progressiva eliminazione delle restrizioni. Le fiere italiane sono state realizzate in presenza, permettendo l'invito di delegazioni di operatori esteri in visita. Molte fiere estere si sono pure svolte in presenza con una discreta partecipazione da parte delle aziende italiane. Le aziende che hanno aderito alle proposte promozionali dell'Agenzia ICE hanno potuto godere della gratuità del primo modulo espositivo in fiera o della partecipazione alle iniziative in formato digitale, grazie agli aiuti di stato che hanno consentito all'ICE di sostenere tutti i costi di partecipazione delle aziende (eccetto viaggio e soggiorno dei delegati).

Nel corso dell'anno sono state realizzate 92 iniziative promozionali, in favore dei 38 settori merceologici che fanno capo all'Ufficio, con il coinvolgimento di 2.193 aziende italiane pari a circa il 22 % del target totale dell'Agenzia e 1.284 operatori esteri pari al 40% del target totale dell'Agenzia.

La ripartizione geografica delle iniziative ha privilegiato le aree più importanti per il commercio mondiale: l'Asia, con particolare riferimento a Cina e India, gli Stati Uniti e l'area NAFTA in generale, ma consistente è stata anche l'attività destinata ai mercati europei e sudamericani, al Medio Oriente e ai nuovi mercati dell'Africa.

DESK PROMOZIONALI

È stata assicurata per l'anno 2021 l'operatività dei Desk Innovazione aperti presso gli Uffici ICE di Los Angeles, Londra, Parigi, Mumbai e Praga, a supporto della realizzazione di attività promozionali dedicate all'innovazione tecnologica e alle start up. Il Desk Singapore è stato chiuso.

L'operatività è continuata nel 2021 anche per i Desk relativi al progetto Machines Italia, dedicato alla promozione dell'eccellenza della tecnologia italiana, presso gli Uffici ICE di Chicago, Toronto e Città del Messico e per alcuni Desk

di supporto delle attività di promozione della meccanica e tecnologia italiana, aperti in Pakistan, Kazakistan, Perù e Bielorussia. Sono stati inoltre attivati nel corso dell'anno anche i Desk Tecnologia in Russia e Cina. È stato chiuso invece il Desk Giochi Olimpici presso l'Ufficio ICE di Parigi.

L'Ufficio ha contribuito all'implementazione del c.d. "Piano Africa" attraverso la prosecuzione dell'operatività dei Desk settoriali in Tanzania, Kenya, Costa d'Avorio, Ruanda, Uganda, Etiopia e l'attivazione del Desk Sudan. L'operatività dei Desk ha consentito non solo lo svolgimento delle iniziative di competenza dell'Ufficio, ma anche l'incremento dei servizi offerti alle imprese italiane e lo svolgimento di alcune importanti attività rientranti nell'ambito di operatività di altri Uffici.

CENTRI TECNOLOGICI

L'altra attività di punta dell'Ufficio Tecnologia Industriale, quella dei centri tecnologici equipaggiati con macchinari italiani, con l'obiettivo di creare dei punti di riferimento che possano fungere da vetrina commerciale, centro di divulgazione dell'eccellenza della tecnologia italiana nonché punto di aggregazione per attività formativa di settore, è stata influenzata dalla pandemia in maniera importante e ha subito una battuta d'arresto anche per la revisione in corso delle Linee Guida.

È stato ultimato, con l'invio dei macchinari e il collaudo da remoto, il Centro Tecnologico Macchine Tessili in Mongolia. Sia il Centro Tecnologico Meccanotessile che quello Lavorazioni Pelli in Pakistan sono stati utilizzati per corsi di formazione con programmi specifici elaborati con le Associazioni di Categoria di riferimento.

PIANO EXPORT SUD

Con i fondi del Piano Export Sud nel 2021 è stato realizzato un evento di partenariato internazionale, la settima edizione della BIAT – Borsa dell'Innovazione e dell'Alta Tecnologia, che ha avuto luogo dal 22 al 24 settembre a Taormina. Alla manifestazione hanno preso parte 115 operatori esteri e 92 progetti innovativi identificati nelle 8 Regioni del Mezzogiorno; sono stati 800 gli incontri B2B tenutisi nei tre giorni di lavori. L'iniziativa ha avuto come focus settoriali le Biotecnologie, la Green Economy, l'ICT, le Nanotecnologie, i Nuovi Materiali, la Space Economy e le Tecnologie per le Smart Cities; e ha previsto la realizzazione di alcune giornate di formazione a distanza per le aziende italiane partecipanti, organizzate dall'Ufficio Servizi Formativi di Agenzia ICE. Dal 4 al 12 dicembre si è tenuto, presso il Parc des Expositions de Versailles, l'edizione 2021 del Salone Nautico di Parigi. Su un'area espositiva di 1.618 mq sono stati presenti, in qualità di espositori della collettiva PES, 9 cantieri nautici e 21 imbarcazioni. A supporto della partecipazione delle aziende italiane aderenti all'iniziativa, ICE Agenzia ha realizzato una campagna di comunicazione con azioni realizzate prima e durante l'evento fieristico.

INDUSTRIA LEGGERA E MECCANICA INDUSTRIALE

Per il settore della meccanizzazione agricola l'attività programmata per l'anno 2021 ha subito un grande cambiamento soprattutto nel primo semestre, a causa dell'emergenza sanitaria, che ha trasformato molte iniziative in eventi digitali. In questo scenario, ad inizio 2021, è proseguita l'attività volta a presidiare il mercato americano con la realizzazione del progetto "Italian Demo Days" suddiviso in tre fasi e che ha visto la partecipazione di 41 aziende in modalità virtuale alla WORLD AG EXPO, fiera realizzata solo in formato digitale; campagna promozionale digitale-marketplace e realizzazione di 3 "Demo Days"; giornate di video-seminari a tema ospitati sulla piattaforma della fiera WAE per intercettare potenziali buyers e operatori americani. Inoltre, sono stati realizzati 3 webinar sulla piattaforma Fiera Smart 365 con focus su IRAN con incontri B2B, su Ecuador per presentare lo studio sul settore delle macchine agricole e le opportunità offerte dal mercato e sul Paraguay anch'esso con incontri B2B ed infine un webinar di approfondimento sui contenuti dell'accordo e le modalità di partecipazione al progetto dell'Agenzia ICE con ManoMano, dedicato alle aziende del settore. Nel secondo semestre, l'attività in presenza è ripartita, con la presenza ad alcune delle maggiori fiere settoriali all'estero come la CIAME di Qingdao in Cina (26-28 ottobre 2021), che ha visto la partecipazione di 21 aziende italiane attraverso propri rappresentanti in loco, e la YUGAGRO di Krasnodar in Russia (23-26 novembre 2021), con 18 aziende italiane. È stato inoltre organizzato un incoming, il primo in presenza dopo la pandemia, in occasione di EIMA International (18-23 ottobre 2021), di una delegazione composta da 28 giornalisti esteri provenienti da 24 paesi e da 247 operatori provenienti da 59 paesi. Con questi ultimi sono state realizzate tre giornate di B2B alle quali hanno partecipato 126 aziende espositrici, che hanno generato un totale di 3.273 incontri B2B e 2.701 visite a stand.

Nel campo delle tecnologie per la trasformazione alimentare sono state organizzate le seguenti iniziative: SIGEP BBTECH (formato digitale, 15-17 marzo 2021), incoming operatori esteri a MACFRUT (Rimini, 7-9 settembre 2021) e HOST 2021 (Milano, 22-26 ottobre), partecipazione collettiva di 20 aziende ad AGROPRODMASH (Mosca, 4-8 ottobre 2021).

Per il settore delle tecnologie per il confezionamento e l'imballaggio sono state realizzate: la collettiva alla Propak China 2021 (Shanghai, 23-25 giugno 2021), Pack Expo (Las Vegas, 27-29 settembre), Propak India (New Delhi, 20-22 ottobre 2021) ed un incoming a MEAT TECH (Milano, 22-26 ottobre 2021).

L'attività promozionale a favore del settore delle macchine per lavorazione della pelle, della conceria e della calzatura ha risentito molto della crisi pandemica generata dal Covid-19. L'iniziativa più importante realizzata è stata quella delle azioni di supporto a SIMAC TANNING TECH 2021 (24-27 settembre 2021, Milano), tramite finanziamento a contributo e l'organizzazione di una missione di incoming di 70 operatori esteri. A supporto della fiera, come azioni

preparatorie, sono stati realizzati webinar e incontri B2B digitali con diversi focus Paesi (Messico, Argentina e Paraguay) attraverso la Fiera Smart 365, sulla quale è stato creato un padiglione italiano permanente a cui hanno aderito circa 80 aziende.

Per il settore delle macchine tessili sono state realizzate le seguenti attività: azioni di supporto alla presenza italiana alla fiera ITMA ASIA + CITME 2021 (12-16 giugno 2021 a Shanghai), partecipazione collettiva alla fiera INDEX Ginevra (19-22 ottobre, Ginevra, Svizzera). Nel secondo semestre 2021 sono stati organizzati Webinar digitali e incontri b2b con Bangladesh, Pakistan, Russia e Messico.

Tra le attività promozionali a favore della tecnologia italiana per la lavorazione del marmo e della pietra naturale oltre all'organizzazione delle tradizionali collettive: COVERINGS 2021 e Middle East Stone e il tradizionale incoming formativo a MARMO+MAC 2021, sono stati organizzati due webinar, il primo per la presentazione del Padiglione "The Italian Stone Network" creato nell'ambito della FS365, l'altro per presentare l'indagine di mercato sul settore lapideo negli USA.

Per il settore dell'efficiamento energetico è stato realizzato un incoming digitale a MCE LIVE+ DIGITAL.

Per il settore del printing e convertint è stato realizzato un webinar sul mercato russo che ha visto la partecipazione di 23 aziende italiane e il convegno phygital Future Factory.

Per il settore macchine lavorazione legno è stata organizzata la collettiva alla Woodex (30 novembre-3 dicembre, Mosca) con 24 aziende partecipanti.

Per il settore delle macchine lavorazione plastica e gomma è stato realizzato un webinar "Innovation Industrielle et developpement durable" con ICE Algeri.

Nel settore delle macchine per la lavorazione del vetro le attività sono state rivolte in particolare ai seguenti mercati: Cina, Stati Uniti e Russia. Sono state organizzate le collettive a China Glass (6-9 maggio 2021, Shanghai), Mir Stekla (22-25 marzo, Mosca), Glassbuild America (13-15 settembre 2021, Atlanta), Glassbuild America - Connect (2-30 settembre, Las Vegas), padiglione italiano virtuale.

A favore delle tecnologie per la fonderia e metallurgia, nell'ambito di un articolato progetto di promozione del settore che utilizza gli strumenti digitali a disposizione è stato realizzato l'aggiornamento del sito Amafond, l'aggiunta di traduzioni in lingue straniere finora non presenti e due webinar sulla piattaforma Fiera Smart 365 in Spagna e in Germania.

Per il settore delle macchine utensili, robot e automazione industriale, l'Agenzia ICE ha promosso e coordinato il progetto di supporto alla fiera EMO 2021, la manifestazione internazionale dedicata all'industria delle macchine

utensili. A supporto della fiera è stata realizzata una campagna stampa e web su selezionate testate settoriali in 24 Paesi, è stato organizzato un ciclo di conferenze stampa on line e campagna radiofonica. L'incoming ha visto la partecipazione di 32 operatori. È stata inoltre organizzata la partecipazione collettiva alla CIMT 2021 (12-17 aprile 2021, Pechino).

Nell'ambito del Progetto ALIBABA dall'Ufficio Tecnologia Industriale, Energia e Ambiente sono state ammesse 188 aziende.

MOTORISTICA E INFRASTRUTTURE

Per il settore del ciclo e motociclo, è stato realizzato un progetto di supporto alla fiera EICMA 2021 (23-28 novembre, Milano) che ha previsto una campagna di comunicazione su stampa di settore estera (Germania, Francia, Spagna, Svizzera e Austria) ed un incoming di 33 operatori e 21 giornalisti provenienti da Germania, Francia, UK, Singapore, Thailandia, USA, Russia, Paesi Bassi, Brasile, Indonesia e Colombia. Per il settore del ciclo è stata inoltre organizzata una collettiva di 8 aziende italiane alla Sea Otter Classic 2021 (07-10 ottobre 2021, Monterey, CA - USA), principale manifestazione del settore rivolta al consumatore. L'iniziativa, che si è svolta in forma notevolmente ridotta a causa del perdurare delle restrizioni dovute al Covid-19, ha visto la partecipazione delle aziende italiane tramite i propri rappresentanti negli USA (distributori e agenti locali).

Con l'obiettivo di favorire la promozione delle eccellenze del Made in Italy e dei distretti produttivi nazionali in occasione di alcuni eventi di risonanza internazionale e grande visibilità mediatica dedicati al ciclismo, quali il Giro d'Italia e le "Classiche Autunnali", è stato concesso ad RCS Sport spa - società del gruppo Cairo esclusivista dell'organizzazione degli eventi sportivi in parola - un contributo per la realizzazione del PROGETTO BIKE ECONOMY-GIRO D'ITALIA e EXPO DUBAI 2020. Il progetto, allargato anche ad eventi da organizzare presso l'Expo Dubai 2020, è indirizzato al rilancio della filiera della "Bike Economy" e alla promozione dei distretti produttivi che fanno grande il Made in Italy nel mondo, toccati dal percorso delle gare ciclistiche, attraverso una serie di azioni di comunicazione ed eventi promozionali. L'immagine adottata è quella della campagna di Nation Branding BeIT, lanciata dal Ministero Affari Esteri e Cooperazione Internazionale, presente anche su una delle maglie più prestigiose del giro d'Italia, la maglia ciclamino.

Per il settore della nautica è stato gestito, tramite la concessione di un contributo, il progetto di supporto alla 61ª edizione del Salone Nautico Internazionale di Genova (16-21 settembre 2021) - principale evento espositivo dedicato

alla nautica da diporto - in collaborazione con Confindustria Nautica. Il progetto ha previsto varie azioni: oltre ad una vasta campagna di comunicazione ed alla missione di una delegazione di 34 operatori esteri provenienti da 19 Paesi che hanno svolto incontri B2B sia in presenza che tramite piattaforma virtuale, è stato realizzato un "progetto digitale" volto a sostenere la capacità di comunicazione digitale della manifestazione nel suo complesso e un "progetto Start up" con la creazione di uno spazio dedicato a 10 start up operanti nei settori innovativi correlati alla nautica. Inoltre è stata realizzata una collettiva di 7 aziende italiane - sia pur in forma ridotta a motivo della pandemia e in modalità ibrida (in presenza e in modalità digitale) - al tradizionale appuntamento del Fort Lauderdale Boat Show in Florida, USA (27 ottobre-31 ottobre 2021). Ampio sostegno è stato inoltre dato alla partecipazione italiana alla Metstrade Amsterdam 2021 (16-18 novembre 2021), sia tramite azioni di supporto quali inserzioni pubblicitarie, cartellonistica, allestimento e grafica dello stand istituzionale ICE Agenzia-CN, sia tramite l'erogazione di un contributo ex Del CdA 519/20 a tutte le aziende italiane presenti in fiera con un proprio stand durante i giorni di esposizione, che avevano fatto precedentemente richiesta del contributo (90 aziende complessivamente).

Per il settore dell'aerospazio sono state realizzate numerose iniziative. Alcune partecipazioni collettive, come ADM Siviglia (26-27 maggio 2021) e Aeromart Montreal (26-28 ottobre 2021) si sono svolte da remoto. Nei primi mesi dell'anno, ancora fortemente condizionati dalle conseguenze della pandemia, a sostegno delle filiere dell'aerospazio e per garantire supporto alle aziende del comparto sono stati inoltre realizzati due webinar (seguiti da sessioni di B2B) su Fiera Smart 365. Il primo si è svolto nel mese di aprile con focus sul mercato giapponese ("Italy-Japan space cooperation for emerging global challenges"), il secondo invece si è tenuto nel mese di maggio ed ha riguardato la cooperazione con la Lettonia ("Latvia-Italy: towards a bilateral and European Space cooperation for emerging global challenges"). Si è inoltre fornito un servizio di catalogoteca digitale all'Australian Space Forum (15 settembre 2021). Il 2021 ha visto anche la ripresa delle attività in presenza. Le partecipazioni collettive in presenza sono state: Space Symposium (23-26 agosto 2021, Colorado Springs), International Astronautical Congress (25-29 ottobre 2021, Dubai), Dubai Air Show (14-18 novembre 2021), Space Tech Expo Europe (15-17 novembre, Brema). Si è inoltre realizzato un incoming di operatori esteri e una collettiva riservata a start up ad Aerospace and Defense Meetings Torino (30 novembre-2 dicembre 2021).

Il settore della mobilità e automotive continua a essere interessato da profondi cambiamenti tecnologici determinati dagli obiettivi di transizione energetica per l'annullamento delle emissioni inquinanti. Per rispondere all'esigenza di sostenere le imprese italiane nel processo di riconversione e sviluppo di soluzioni a minor impatto ambientale, l'attività a favore del comparto si è concentrata sul rafforzamento dei rapporti con gli stakeholders quali le Associazioni di categoria ANFIA, AICA, H2IT e organismi territoriali come Ceipiemonte e il Cluster lucano automotive. In collaborazione con detti soggetti è stata organizzata la partecipazione a uno dei principali appuntamenti europei

sulla tecnologia idrogeno, HyVolution di Parigi, in occasione del quale hanno avuto luogo incontri di collaborazione commerciale e industriale nonché un seminario italo-francese sulle possibili comuni cooperazioni. Nonostante il travel ban è stata realizzata una partecipazione collettiva italiana con catalogoteca e seminario tecnico durante Automobili-D di Pontiac, sezione business e innovativa di una delle fiere di riferimento per il comparto negli Stati Uniti, la MotorBella (ex Naias di Detroit). Con lo stesso obiettivo e per rafforzare l'immagine del Made in Italy, è stato inoltre organizzato un ampio padiglione automotive-aftermarket auto in occasione del Partenariato italiano alla Innoprom di Ekaterinburg.

Il rilancio dell'immagine dell'Italia attraverso campagne di comunicazione strategica a sostegno del Made in Italy, promuovendo la conoscenza estesa dell'Italia, del suo territorio e delle sue eccellenze nel mondo, obiettivi del "Patto per l'Export" firmato alla Farnesina l'8 giugno 2020, è stato perseguito con l'Accordo stipulato tra MAECI, ICE-Agenzia, Regione Emilia Romagna e APT Servizi a cui ha fatto seguito la pianificazione e realizzazione del Progetto straordinario di supporto alle eccellenze del "Made in Italy", in particolare della filiera automotive della Motor Valley, in occasione del Gran Premio del Made in Italy e dell'Emilia Romagna, concretizzatosi in eventi di rilevanza mondiale per la promozione dell'immagine delle eccellenze italiane della filiera, affiancati da iniziative B2B sia per i marchi noti che per PMI, start-up, Università e Centri di ricerca, quali il Motor Valley Fest, Il Cavallino, Expo Dubai.

Per i settori aftermarket automobilistico e attrezzature per officine e garage molto importanti sono state alcune iniziative propedeutiche alle azioni di supporto ad Autopromotec 2022 di Bologna, salone biennale internazionale delle Attrezzature e del Post vendita Automobilistico, come gli eventi digitali MotorSport Next e Mission Restart by Autopromotec, promossi anche all'interno del Progetto Straordinario di cui sopra, nonché le partecipazioni collettive italiane con catalogoteca al Sema Show e AAPEX Show nell'ambito della Automotive Aftermarket Industry Week (AAIW) 2021 di Las Vegas, manifestazioni leader sul mercato statunitense. La partecipazione alla Innoprom di Ekaterinburg è stata anche parte del programma di attività a favore di questo comparto, altrettanto coinvolto nei cambiamenti epocali che riguardano quindi l'intera filiera.

Per il settore movimento terra è stata organizzata una collettiva di 5 aziende italiane alla EXPOMIN 2021 di Santiago del Cile. L'iniziativa, che si è svolta in forma notevolmente ridotta a causa del perdurare delle restrizioni dovute al Covid-19, ha visto la partecipazione delle aziende italiane tramite i propri rappresentanti in Cile (distributori e agenti locali). Da segnalare poi, la realizzazione di una partecipazione collettiva di 27 aziende italiane al tradizionale appuntamento del BATIMATEC di Algeri (7 -11 novembre 2021), principale manifestazione del settore rivolta ad aziende internazionali, accompagnata da una efficace campagna di comunicazione.

Per il settore della difesa è stato realizzato un progetto di supporto alla 7ª edizione della fiera SEAFUTURE 2021 di La Spezia (28 settembre-1 ottobre 2021), principale evento espositivo Italiano dedicato alle tecnologie marittime per la difesa e sicurezza, in collaborazione con AIAD. Per l'occasione ICE ha previsto l'organizzazione di un incoming di 43 operatori provenienti da 18 paesi.

Per l'Accordo di collaborazione ICE - ASI, è stata pubblicata l'edizione 2021/2022 del catalogo "Italian Space Industry", apprezzato omnibus delle aziende Italiane attive nell'Aerospazio. Per questa edizione è stato effettuato un profondo lavoro di espansione delle informazioni, revisione dei processi di raccolta dati e di allineamento con il portale dallo stesso nome da quest'anno accessibile sul sito ASI. Inoltre è stata messa in atto una programmazione con focus Australia, coordinata con l'Ambasciata Italiana a Sydney e la locale Camera di Commercio, per favorire l'affermarsi dell'offerta Italiana del settore come interlocutore privilegiato. La programmazione ha previsto 2 Webinar: "OVERVIEW OF THE AUSTRALIAN SPACE SECTOR AND OPPORTUNITIES FOR ITALIAN SPACE COMPANIES" (21 luglio e 22 luglio 2021) e la partecipazione dell'Agenzia ICE con una catalogoteca all'Australian Space Forum 2021 (15 settembre 2021) in forma ibrida a causa delle chiusure nel Paese (in presenza e in modalità digitale). Infine, nel quadro dell'accordo, è stato dato ampio sostegno alla Space Agencies and Industrial Session a latere degli eventi del summit G20 Space Economy Leaders, con l'organizzazione di visite alle aziende del distretto Aerospaziale del Lazio (20 settembre e 21 settembre 2021) e con la pubblicazione finale del summit distribuita in occasione dell'evento conclusivo del G20, il Vertice dei Capi di Stato e di Governo dei Paesi appartenenti al G20, tenutosi a Roma (30 ottobre - 31 ottobre 2021).

La filiera tecnologica, impiantistica e di servizi specializzati Oil & Gas upstream rappresenta uno dei più rilevanti comparti industriali italiani, il cui fatturato è stimato intorno ai 20 miliardi di euro l'anno. Si tratta di alcune centinaia di imprese di eccellenza, da piccole aziende a multinazionali, specializzate in tecnologie all'avanguardia, nuovi materiali e servizi strategici di ingegneria, molte delle quali considerate leader mondiali, che complessivamente esportano oltre il 90% del loro fatturato. Nell'ottica di sostenere le strategie delle aziende italiane di oleodinamica avanzata in USA, Agenzia ICE, in collaborazione con ANIMA, ANIE e Federtec, ha organizzato, per la terza volta, un padiglione italiano alla Offshore Technology Conference (OTC) di Houston (16-19 agosto), uno dei più importanti eventi internazionali per l'industria dell'Oil & Gas; 12 in totale le aziende produttrici di cui 5 presenti fisicamente e 7 presenti in modo digitale, per l'impossibilità per tutti i Paesi dell'area Schengen e per molti partner internazionali di raggiungere gli USA a causa del travel ban. Nel 2021 è stata avviata l'organizzazione della EGYPS 2021, prevista inizialmente a febbraio, poi rinviata a giugno ed infine a febbraio 2022. A novembre (15-18) in occasione della fiera ADIPEC - Abu Dhabi International Petroleum Exhibition and Conference – la più grande manifestazione fieristica del suo genere nell'area MENA (Middle East & Nord Africa), l'ICE ha organizzato, sempre con il supporto delle 3

Associazioni di categoria, una collettiva di 27 società su un'area di 270 mq. L'elevato numero di richieste pervenute (50), testimonia il grande interesse delle imprese verso questa fiera, annoverata fra i tre appuntamenti più importanti per l'Oil & Gas a livello mondiale. L'ICE ha, inoltre, partecipato alla prima edizione della EMC-Eastern Mediterranean Conference di Cipro (10-12 nov.), dal titolo "Unlocking Cleaner Energy for the Region, for Europe & Beyond". Oltre alla partecipazione al panel su "Opportunità e Cooperazione per l'Italia nel Settore Energetico a Cipro e nell'Area del Mediterraneo Orientale", l'ICE ha organizzato più di 70 incontri b2b per la delegazione di 8 imprese operanti nel settore energia presenti all'evento. Per quanto riguarda gli incoming, a settembre (28-30) l'ICE Agenzia, in collaborazione con Assorisorse e Anima Confindustria Meccanica Varia ha invitato 16 operatori e 2 giornalisti alla OMC MED ENERGY CONFERENCE di Ravenna, la mostra-convegno italiana di riferimento dedicata non più e non solo all'Oil&Gas ma all'energia a 360°; 90 i b2b organizzati tra le aziende italiane e gli operatori esteri. La fiera Rio Oil & Gas, rinviata al 2021, è stata ulteriormente posticipata al 2022.

Per quanto riguarda le infrastrutture, è stata prevista, per la prima volta, in collaborazione con l'Ambasciata d'Italia negli Emirati Arabi Uniti, con il Consolato Generale e con l'Oice, Associazione delle organizzazioni di Ingegneria, di architettura e consulenza, una partecipazione collettiva di 11 società su un'area di 60 mq. all'"Airport Show di Dubai" (24-26 maggio 2021) con l'obiettivo di sostenere, attraverso la partecipazione alla principale rassegna fieristica degli Emirati Arabi Uniti del settore, le opportunità commerciali per l'export italiano nell'industria Aeroportuale, non solo negli Emirati Arabi ma anche in tutta l'area GCC. Sono stati 144 i B2B organizzati per le 11 società presenti con i principali stakeholder e buyers del settore aeronautico/aeroportuale. Come già avvenuto nel 2019, anche all'edizione 2021 della Expo Ferroviaria di Milano (28-30 settembre), l'unica vetrina italiana per innovazioni, tecnologie, prodotti, sistemi e servizi del settore ferroviario, è stato deciso di organizzare un incoming, il cui obiettivo specifico è stato quello di creare opportunità di business per le imprese italiane tramite il coinvolgimento di operatori esteri del settore (13), provenienti dai seguenti Paesi: Arabia Saudita, Marocco, Portogallo, Stati Uniti, Tunisia e Turchia. In collaborazione con FS sono state organizzate due visite (centro di controllo dell'Alta velocità di Bologna e al nuovissimo treno diagnostico ad alta velocità Y2 di Rete Ferroviaria Italiana, Gruppo FS) mentre con il supporto di ANIE, sono stati organizzati oltre 170 b2b tra gli operatori esteri e le aziende italiane espositrici. Il 26 ottobre ha avuto luogo presso l'ICE la Presentazione del Rapporto Oice 2021 sulla presenza all'estero delle società di ingegneria, architettura e consulenza. L'evento è stato trasmesso in diretta online. Hanno aderito all'evento oltre 250 persone tra rappresentanti delle Istituzioni e della Politica, di ambasciate di Paesi esteri a Roma, manager di imprese e società, Banche e Associazioni, Ambasciate italiane ed Uffici ICE all'estero. La presentazione del Rapporto è stata un'importante occasione di confronto e di promozione dell'attività svolta all'estero dalle società di ingegneria, architettura e consulenza con l'obiettivo di incrementare la conoscenza delle eccellenze italiane in materia ingegneristica e di progettazione. A novembre (09-12) è stata organizzata, per la prima volta, con il supporto di Oice

ed Air Tech Italy (neo costituita Associazione di Imprese (ATI) fornitrici di prodotti, impianti, tecnologie e servizi per il settore aeroportuale), una collettiva di 32 società su un'area di 280 mq. alla 23ma edizione della Inter Airport Europe di Monaco, una delle fiere più importanti a livello internazionale per l'industria aeroportuale che copre tutte le aree della tecnologia, delle attrezzature e dei servizi relativi agli aeroporti. La collettiva ha avuto l'obiettivo di valorizzare l'intera filiera del Made in Italy, caratterizzata da tecnologie, prodotti e competenze in termini di ingegneria, architettura e consulenza che stanno conquistando un crescente posizionamento sui mercati esteri. In occasione dell'edizione 2021 di TransMea (7-10 novembre), la fiera della logistica e trasporti marittimi del Cairo, l'ICE ha predisposto un padiglione istituzionale di 84 mq., allestito in modo da consentire ad 8 società italiane di realizzare propri programmi di incontri con partner egiziani. Sono stati 70 i b2b organizzati. A marzo 2021 è stata avviata l'organizzazione di un Business Forum Slovenia e Croazia sulla Blue Economy - previsto nel secondo semestre in quanto periodo di Presidenza di turno del Consiglio dell'Unione Europea della Slovenia. Il Forum, inizialmente previsto a settembre ma poi rinviato a dicembre, è stato posticipato al 2022 dato l'elevato livello dei contagi registrato a novembre in Slovenia. Nel mese di ottobre 2020, presso l'Ufficio ICE di Parigi è stato aperto il Desk Giochi Olimpici 2024 con una durata prevista di un anno (ott. 2021). Obiettivo del Desk è stato di informare le aziende italiane sulle opportunità legate alla realizzazione dei Giochi Olimpici a Parigi nel 2024. Il Desk ha svolto attività di monitoraggio delle gare, ha pubblicato delle newsletter informative sul progetto dei Giochi Olimpici e sulle potenziali opportunità, fornito informazioni e assistenza alle società italiane sul progetto Giochi Olimpici 2024. Considerate tuttavia una serie di difficoltà incontrate, legate soprattutto alla velocità di pubblicazione e chiusura dei bandi, alla difficoltà operativa di consultazione oltre che al limitato numero di opere previste, a maggio 2021 è stato deciso di chiudere il progetto mantenendo comunque in capo all'Ufficio di Parigi l'attività di assistenza e supporto alle aziende interessate.

INNOVAZIONE

Nonostante il grande interesse verso il settore medicale e farmaceutico, in particolare per i dispositivi medici, a causa della pandemia alcune iniziative sono state annullate, posticipate o trasformate in eventi virtuali. Di concerto con le Associazioni di Categoria (Confindustria DM, Farmindustria, UNIDI), sono state pertanto riviste le tipologie degli interventi promozionali; la strategia adottata ha mirato alla promozione dei prodotti in nuovi mercati ed al consolidamento nei mercati nei quali le imprese sono già attive. Seppur in periodo di piena pandemia e con notevoli limitazioni di movimentazione e restrizioni imposte dalle autorità nazionali, per i settori medicale e farmaceutico è stata organizzata una collettiva di aziende italiane – in presenza - in occasione della CIIE 201 (China International Import Expo), manifestazione dedicata all'innovazione tecnologica, realizzata presso il NECC di Shanghai dal 5 al 10 novembre 2021. Al padiglione italiano dedicato alle Scienze della Vita (Medical Equipment & Healthcare Products)

hanno partecipato 13 aziende produttrici di dispositivi medici, prodotti farmaceutici e nutraceutici con caratteristiche fortemente improntate alla ricerca ed innovazione tecnologica. In considerazione delle misure restrittive e della difficoltà di acquisire i visti hanno potuto partecipare solo aziende con base operativa e rappresentanti in Cina. Ad aprile 2021 è stata organizzata, in modalità virtuale, la partecipazione alla fiera CPHI Japan, principale evento dedicato alle materie prime farmaceutiche e alla nutraceutica. Sempre nell'ambito del settore farmaceutico sono stati realizzati, come seguito all'indagine sul mercato farmaceutico nell'Area Mercosur, degli incontri B2B su piattaforma Smart 365. L'iniziativa è stata organizzata in collaborazione con l'Ufficio ICE di Buenos Aires, Farmindustria e le Associazioni omologhe dei tre Paesi coinvolti (Argentina, Uruguay e Paraguay). Per il settore medicale sono state organizzate collettive di start up alla fiera Arab Health di Dubai, posticipata da febbraio a giugno 2021 e alla fiera Medica di Dusseldorf (novembre 2021). Le due fiere rappresentano gli eventi più importanti del settore dei dispositivi medicali.

Per il settore dentale Agenzia ICE ha organizzato una collettiva di aziende italiane nei due eventi più importanti al mondo del settore: la fiera AEEDC di Dubai, posticipata al mese di giugno 2021 e la fiera IDS di Colonia, posticipata a settembre 2021.

Nel corso del 2021 è proseguito, in accordo con Federsalus, il programma di attività promozionale per il settore della nutraceutica. La strategia è rivolta a promuovere la produzione nutraceutica Made in Italy in diversi mercati che registrano crescita della domanda con approccio diversificato in base alle caratteristiche del sistema distributivo. A causa della pandemia da Covid-19 e delle restrizioni nella movimentazione, alcuni eventi sono stati posticipati o modificati nelle modalità di organizzazione implementando una versione digitale in luogo di una partecipazione in presenza. In particolare, nel mese di gennaio 2021 è stato organizzato - tramite piattaforma Smart 365 - un Workshop Nutraceutica in Europa Orientale con B2B cui hanno preso parte 20 aziende italiane e 46 primari operatori esteri da 11 paesi dell'Europa orientale. Sono stati realizzati circa 200 B2B. A seguire, nel mese di marzo è stato realizzato un Workshop Nutraceutica in Medio Oriente con B2B cui hanno preso parte 20 aziende italiane e 24 primari operatori esteri da 5 paesi dell'area medio orientale. Sono stati realizzati circa 100 incontri B2B. Nel mese di ottobre, in data posticipata rispetto al tradizionale mese di maggio, è stata realizzata una partecipazione collettiva in occasione di VITAFOODS 2021, principale manifestazione europea per il settore nutraceutico. Il padiglione italiano è stato organizzato con la partecipazione di 10 aziende tra le più rappresentative del settore in Italia.

Per quanto attiene al settore dei materiali compositi, a causa del Covid-19 sono stati annullati e rinviati al 2022 i tradizionali appuntamenti del JEC WORLD di Parigi, per il quale ICE-Agenzia aveva organizzato una collettiva di 15 aziende italiane e COMPOTEC, principale manifestazione italiana del settore in occasione della quale ICE-Agenzia aveva programmato l'organizzazione di un incoming di operatori esteri.

Nel 2021 le attività promozionali a favore delle imprese del settore delle biotecnologie sono state realizzate perseguendo la finalità di assicurare il presidio italiano sui più importanti e dinamici mercati internazionali. Per reagire all'emergenza sanitaria mondiale e grazie alle caratteristiche particolari del settore che vede una forte componente di immaterialità nelle attività a monte della produzione, gli Enti Fieristici del comparto hanno deciso di organizzare gli eventi in modalità digitale. Ciò ha consentito alle aziende partecipanti di consolidare le relazioni professionali già esistenti, e di accrescere i partenariati internazionali soprattutto per R&S (Ricerca e Studio). Numerose le imprese italiane che hanno aderito alle proposte promozionali dell'ICE Agenzia approfittando della totale mancanza di costi di trasferta, visto lo svolgimento digitale degli eventi, e alla gratuità delle iniziative, rese tali dagli aiuti di Stato che hanno consentito all'Agenzia di sostenere i costi di registrazione e partecipazione alle fiere delle aziende. In particolare sono state 30 le imprese che hanno preso parte con l'Agenzia alla Bio International Convention USA (14-17 giugno 2021); 16 quelle che hanno partecipato alla Bio Japan (Yokohama, Giappone – 13/15 ottobre 2021); 7 quelle che hanno partecipato al Webinar online preparatorio alla Life Sciences Baltics del 7.09.2021, e 21 quelle che hanno partecipato alla fiera digitale vera e propria - Life Sciences Baltics (Vilnius, Lituania - 20-24 settembre 2021). Sulla base delle indicazioni fornite dall'Associazione di categoria - Assobiotech - per il settore delle Biotecnologie nei prossimi anni ci si aspetta un incremento dei principali indicatori economici sia per l'ammontare dei fondi pubblici messi a disposizione per R&D, sia per la specializzazione tipica delle nostre imprese relativamente allo studio di vaccini. Nel 2021 le 751 imprese censite nel comparto hanno dato impiego a oltre 13.000 addetti, effettuato poco meno di 2 mln di euro di investimenti e generato oltre 11 mln di euro di fatturato.

Nel 2021 con un'epidemia da Covid-19 in continua evoluzione a causa della rapida diffusione delle sue varianti, svariate iniziative programmate per il settore delle tecnologie ambientali, sono state sospese e rinviate al 2022. È stato possibile realizzare in presenza quattro collettive presso le seguenti fiere internazionali: Watrex Expo Il Cairo (14-16 giugno 2021), dedicata alle tecnologie dell'acqua con la partecipazione di 10 aziende italiane di settore; Wetex Dubai (5-7 ottobre 2021), tra le principali fiere espositive del mondo dedicate all'ambiente e la più grande dell'area MENA che, in concomitanza con i primi giorni di apertura dell'EXPO, ha visto la partecipazione di 40 aziende italiane di settore tra cui 3 start up; in occasione di Wetex 2021 è stato organizzato sia un incoming di 26 operatori esteri, provenienti da Egitto, India, Marocco e Turchia che gli Innovation Talks, dove il dibattito orientato ai temi del consumo razionale, sviluppo sostenibile e green economy è stato animato da relatori di spicco sia italiani che internazionali; Pollutec Lione (12-15 ottobre 2021), manifestazione incentrata sulle tecnologie della green economy con la partecipazione di 49 aziende italiane di settore di cui 5 start up; CIIE (China International Import Expo) (5-10 novembre 202, Shanghai), dove sono stati organizzati tre padiglioni italiani dedicati al settore orafa, medicale e per la prima volta a quello delle tecnologie ambientali e che ha visto la presenza rispettivamente di 16, 11 e 6 aziende italiane per un totale di 33.

Per quanto riguarda invece il settore del cleaning professionale è stata organizzata sia una collettiva alla fiera internazionale Issa Show North America (15-18 novembre 2021, Las Vegas) con 13 aziende italiane di settore partecipanti che delle azioni di comunicazione in occasione della fiera Pulire Verona (7-9 settembre 2021).

Di notevole importanza anche il progetto realizzato attraverso lo strumento del contributo per le attività promozionali a supporto dei saloni Ecomondo/Key Energy Rimini 2021, dedicati alla bioeconomia circolare ed energie rinnovabili, che si sono svolti in presenza dal 26 al 29 ottobre 2021 e dove 214 operatori esteri hanno effettuato 1.893 B2B. È stato inoltre organizzato un incoming in presenza di 22 operatori esteri alla fiera RemTech Expo (22-24 settembre 2021, Ferrara), incentrato sulle bonifiche dei siti contaminati e sulla riqualificazione territoriale ed uno invece virtuale di 9 operatori alla mostra H2O Accadueo (27 settembre - 5 ottobre 2021) dedicata alle apparecchiature, attrezzature, macchinari, cantieristica, componentistica, servizi alle imprese e consulenze per i settori operativi dell'industria dell'acqua.

Nel 2021 è proseguito, in accordo con ANIE, il programma a favore del settore elettrotecnica ed elettronica. È stato portato avanti il progetto "Webinar e missioni virtuali industrie elettroniche ed elettrotecniche in paesi vari" iniziato nel 2020, per consentire alle aziende italiane di rimanere attive nonostante la pandemia. Il progetto è stato ritenuto di notevole interesse dalle aziende italiane del settore in quanto ha permesso loro di avviare azioni di scouting anche in paesi lontani che, in passato, non erano stati considerati fruibili per gli eventi in presenza. Nell'ambito del progetto sono state realizzate le seguenti 7 attività: webinar Sudan, 26 gennaio; business meeting virtuali Arabia Saudita, 16 febbraio; webinar Sudafrica, 2 marzo; webinar Brasile, 11 marzo; business meeting virtuali Sudafrica, 6 maggio; webinar Argentina, 17 giugno; webinar Corea del Sud, 16 luglio. Tutti i business meeting sono stati realizzati con la piattaforma Fiera Smart 365. Negli ultimi mesi dell'anno, grazie al rallentamento dei contagi da Covid-19, è stato possibile realizzare degli eventi in presenza. Nel mese di novembre sono stati, quindi, organizzati i seguenti 3 eventi: dal 1 al 3 novembre la partecipazione collettiva con 14 aziende italiane a Egypt Energy, la principale manifestazione di settore del paese e punto di riferimento per l'Area; dal 22 al 24 novembre un Incoming di 15 operatori esteri provenienti da 6 differenti paesi (Albania, Francia, Kazakistan, Montenegro, Spagna e Tunisia) a Milano in occasione di "Sicurezza", evento biennale leader in Italia e tra i principali in Europa per il settore security e antincendio che ha contato in questa edizione la presenza di 380 espositori di cui il 20% esteri e di 20.542 visitatori totali provenienti da 69 paesi; dal 22 al 24 novembre un incoming di 18 operatori provenienti da 7 paesi (Arabia Saudita, Egitto, Francia, Rep. Ceca, Russia, Tunisia, Polonia) a "ENLIT Europe", il principale appuntamento europeo a favore del settore delle utility e delle tecnologie per l'energia che ha visto la partecipazione di 535 espositori di cui il 77% esteri e 10.000 visitatori.

START UP

ATTIVITÀ PROMOZIONALE

Negli ultimi anni, parallelamente all'aumentare del numero delle start up e PMI innovative italiane iscritte nel registro speciale delle Camere di Commercio (14.032 secondo il report del 3° trimestre 2021 di MISE/Infocamere) Agenzia ICE ha incrementato le risorse ed il numero di iniziative dedicate a questo specifico comparto.

Accanto alla partecipazione ad eventi fieristici internazionali espressamente dedicati alle start up e PMI innovative, all'organizzazione di missioni di investitori stranieri a fiere italiane, miranti all'attrazione in Italia di investimenti internazionali e alla realizzazione di singoli eventi (normalmente seminari/workshop seguiti da b2b) su specifici temi, anche nel 2021 sono state previste specifiche aree dedicate a startup nelle più importanti fiere settoriali in Italia. Le manifestazioni sono state individuate con la collaborazione dei principali attori dell'ecosistema italiano delle start up (Associazioni, Incubatori, Acceleratori, Università, ecc.) oltre che degli Uffici ICE della rete estera e dei Desk Innovazione che operano presso gli Uffici ICE di Londra, Parigi, Los Angeles, Mumbai e Praga. Le start up e PMI innovative italiane operano prevalentemente nel settore dell'ICT in tutte le sue declinazioni e di conseguenza anche la scelta delle partecipazioni fieristiche è rivolta prevalentemente a questi settori. Inoltre, tenendo conto delle priorità stabilite per il 2021 a livello europeo e nel nostro Paese nel campo dell'innovazione e della transizione digitale, sono stati inseriti nella programmazione anche altri eventi focalizzati su intelligenza artificiale, cybersecurity, blockchain, Big data e smart cities. Nel 2021, sempre a causa della pandemia da Covid-19, numerose manifestazioni fieristiche sui mercati internazionali ed in Italia, alle quali Agenzia ICE aveva in programma di partecipare sono state rinviate, annullate o trasformate in eventi digitali.

In particolare, nel mese di gennaio 2021, Agenzia ICE ha organizzato la partecipazione virtuale di 53 start up innovative italiane alla 54° edizione del Consumer Electronics Show che si è tenuto digitalmente negli USA dall'11 al 14 gennaio. Considerata la più importante manifestazione fieristica internazionale dedicata all'elettronica di consumo, il CES è diventato nel tempo la vetrina mondiale delle novità tecnologiche.

Nei mesi successivi, le partecipazioni fieristiche in programma si sono svolte in presenza o da remoto sulla base delle misure di lockdown adottate da diversi Governi.

In particolare, il 24 e 25 maggio è stata organizzata la partecipazione da remoto di 10 startup innovative alla fiera Startup Village di Mosca. Nel mese di giugno, anche il Viva Technology, evento tecnologico di punta per la Francia, che si doveva svolgere in formato ibrido, è stato trasformato in evento online e quindi ICE Agenzia ha organizzato la

partecipazione virtuale di 28 startup e PMI innovative.

Invece, dal 28 giugno al 1 luglio è stato possibile organizzare la partecipazione collettiva in presenza di 23 startup e PMI innovative al Mobile World Congress di Barcellona, principale manifestazione europea dedicata all'innovazione che si sarebbe dovuta svolgere nel mese di febbraio.

Nel quadro della partecipazione dell'Italia in qualità di Paese partner alla manifestazione Innoprom, fiera sull'Innovazione e la Tecnologia, in programma a Ekaterinburg dal 5 all'8 luglio 2021 è stata realizzata un'area startup con 10 partecipanti e sono state organizzate sessioni di pitch ad una platea di potenziali investitori russi e ai rappresentanti del più importante acceleratore russo Skolkovo Foundation che ha selezionato le migliori 3 startup offrendo loro un programma di sviluppo.

Grazie al miglioramento della situazione sanitaria, a partire dal mese di ottobre, le manifestazioni programmate si sono potute svolgere in presenza o in alcuni casi in formato ibrido sia in Italia che all'estero.

Dal 7 al 10 ottobre è stata realizzata a Roma, in formato ibrido, Maker Faire Rome 2021 - The European Edition, principale manifestazione dedicata all'innovazione tecnologica e digitale incentrata sul mondo dei "maker" (startupper, PMI, innovatori provenienti da centri di ricerca, università e istituti scolastici) e su tematiche dell'impresa 4.0. ICE Agenzia ha supportato lo svolgimento della manifestazione, organizzata da Innova Camera - azienda speciale delle CCIA di Roma - attraverso la concessione di un contributo per l'organizzazione di una campagna di advertising e di comunicazione diversificata. È inoltre stato organizzato un incoming di 11 operatori esteri da 5 paesi, alcuni in presenza altri in modalità digitale con il supporto di alcuni uffici ICE della rete estera.

Dal 17 al 20 ottobre, in concomitanza con Expo Dubai, è stata organizzata la partecipazione collettiva di 25 startup e PMI innovative al Gitex Future Stars, la manifestazione più importante degli EAU, in grado di convogliare su Dubai i principali attori del settore ICT, con particolare riferimento ai nuovi comparti del IoT - Internet of Things, Big data, Smart Cities, Cloud computing, realtà virtuale e Cyber security di tutta l'area MENA, CGG, Europa e Africa. Parallelamente alla presenza in fiera è stato realizzato un incoming di 14 operatori provenienti dai Paesi Mena per incontrare le aziende italiane partecipanti alla manifestazione. Inoltre, è stato organizzato l'Innovation Talk "Creating the Future: today's trends for tomorrow's manufacture".

Sempre nel mese di ottobre, Agenzia ICE ha organizzato l'incoming di 45 investitori a SMAU, primario salone dedicato all'innovazione che si svolge annualmente a FieraMilanoCity, nel cui ambito viene organizzato Italia Restartsup, evento di incontri B2B tra gli operatori invitati da Agenzia ICE e le 100 start up partecipanti alla fiera.

Dall'1 al 4 novembre si è tenuto a Lisbona il Web Summit, considerato uno degli appuntamenti più importanti al mondo dedicati alle startup e alle nuove tecnologie al quale ICE Agenzia ha accompagnato 36 startup e PMI innovative.

Dal 16 al 18 novembre si è svolta a Barcellona la fiera Smart City Expo World Congress, il più importante appuntamento internazionale nel campo dei sistemi urbani innovativi e piattaforma dove condividere ricerche e best practice, generare sinergie e contribuire all'implementazione di politiche comuni, alla quale ICE Agenzia ha organizzato la partecipazione collettiva di 20 aziende.

Dall'1 al 2 dicembre, a Helsinki, ICE Agenzia ha organizzato la partecipazione collettiva in presenza di 10 startup a Slush il più importante evento mediatico europeo di networking per le startup, grazie alla vocazione di incubatore dell'innovazione dell'universo startup della Finlandia, paese che promuove e premia il valore aggiunto delle idee innovative.

In ultimo, il 2 e 3 dicembre, a Milano è stato organizzato un incoming di 12 operatori, selezionati tra rappresentanti di corporate, acceleratori e investitori provenienti da Svizzera, Israele, Regno Unito, EAU e Francia a CONNEXT, evento di partenariato promosso e organizzato da Confindustria che si propone di favorire la creazione di relazioni e sinergie fra imprese innovative, centri di ricerca e istituzioni italiani ed esteri.

GLOBAL STARTUP PROGRAM

Il Global Start Up Program è un percorso di incubazione all'estero dedicato alle startup innovative italiane, impegnate nello sviluppo di prodotti o servizi innovativi che intendono rafforzare le proprie capacità tecniche, organizzative e finanziarie per affrontare nuovi mercati. Durante il percorso, le startup sono coinvolte in sessioni formative, attività di mentoring, sessioni di pitching, incontri con potenziali investitori e corporate, eventi di networking e visite aziendali alle principali realtà dell'ecosistema innovativo locale. Il progetto si pone come finalità di rafforzare le capacità tecniche, di mercato e organizzative delle startup con potenzialità di scale-up in nuovi mercati competitivi con particolare riferimento ai settori dell'ICT (blockchain, intelligenza artificiale, cyber security, Industria 4.0, fintech), automotive e robotica (batterie e auto elettriche, guida autonoma, future mobility, app per il carsharing e relativi web services), medtech (attrezzature medicali e app, life sciences) e circular economy (emissioni low carbon, materiali innovativi e sostitutivi della plastica).

La seconda edizione si è svolta da gennaio a dicembre 2021, ed ha coinvolto 90 startup innovative italiane operanti nei seguenti settori: ICT, Robotica e Industria 4.0, Aerospazio, Automotive, Life Sciences, Smart Agriculture e Foodtech, Circular Economy, Smart Cities e Domotica. Le aziende hanno partecipato ad un programma di incubazione presso incubatori ed acceleratori esteri nei seguenti Paesi: Argentina, Cina, Emirati Arabi Uniti, Francia, Germania, Giappone, Regno Unito e Stati Uniti d'America. I percorsi si sono svolti in modalità virtuale per via della pandemia e relative restrizioni di viaggio, ad eccezione degli Emirati Arabi Uniti, dove il programma si è tenuto in presenza, e di Chicago,

Houston e Los Angeles, dove le startup hanno preso parte a una settimana di attività in presenza, a conclusione del programma virtuale.

Sulla scia del Global Start Up Program, era previsto l'avvio in Israele nel corso del 2021 della seconda e terza annualità di "Accelerate in Israel", programma che mira a promuovere lo scale-up internazionale di startup italiane interessate a sviluppare il proprio piano d'impresa nell'eco-sistema dell'innovazione israeliana, ed è promosso e organizzato dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale in collaborazione con Agenzia ICE. L'avvio delle due edizioni di Accelerate in Israel è stato posticipato ad aprile 2022.

CENTRO INNOVAZIONE SAN FRANCISCO

Innovit è un progetto strategico - promosso dal Ministero degli Esteri e della Cooperazione Internazionale in collaborazione con l'Agenzia ICE e con l'Istituto italiano di cultura di San Francisco - con cui l'Italia ha aperto nel mese di dicembre, per la prima volta in Silicon Valley un Centro per la promozione dell'Innovazione e della Cultura.

Innovit riunisce infatti in un unico spazio due realtà pubbliche già esistenti - l'Istituto Italiano di Cultura di San Francisco e l'Agenzia ICE con i suoi due desk Attrazione Investimenti e Innovazione.

Gli obiettivi di Innovit sono triplici:

- offrire un nuovo e più efficace modello di promozione integrata del Sistema Paese che unisce le dimensioni culturale, economica, tecnologica e scientifica nel luogo simbolo dell'innovazione globale, la Silicon Valley e più precisamente S. Francisco;
- diventare un vero e proprio avamposto tecnologico in Silicon Valley a disposizione dell'intero ecosistema nazionale dell'innovazione (start up, PMI, corporates, università, centri di ricerca, etc.), in grado di fornire molteplici servizi in loco e a distanza per lo sviluppo del business;
- fungere da punto di riferimento nell'area di San Francisco per favorire la contaminazione di realtà nazionali con partner tra i più avanzati al mondo.

La governance del Centro è affidata ad un Advisory Board, nominato dall'Ambasciata italiana a Washington e coordinata dal Consolato generale a SF e dell'Agenzia ICE - ufficio di Los Angeles. L'attività sarà gestita da un soggetto esterno, in corso di selezione tramite gara d'appalto. Innovit è situato all'interno del Financial District, al 710 di Sansome St. nel quartiere italiano, in un edificio su due piani che occupa complessivamente circa 1100 mq.

MARKETING, SERVIZI ALLE IMPRESE E FORMAZIONE

SERVIZI DI MARKETING

DESK ANTICONTRAFFAZIONE E ASSISTENZA PER GLI OSTACOLI AL COMMERCIO

I Desk sono stati istituiti presso gli Uffici ICE di Istanbul, Mosca, New York e Pechino e sono operativi dal maggio del 2014.

Nel corso del 2021 l'attività dei Desk è proseguita, così come stabilito nella Convenzione firmata il 19 dicembre del 2017.

Scadenza della Convenzione, 30 giugno 2021.

In attesa dello stanziamento dei fondi per il rinnovo delle attività è stata strutturata un'iniziativa ponte, luglio – dicembre 2021.

Nel corso del 2021 è stata portata a termine l'interlocuzione con il MAECI per il rinnovo del Progetto, che vede a partire dal 1° gennaio del 2022 un mutamento della denominazione (divenuta Desk Assistenza e Tutela della proprietà Intellettuale e Ostacoli al Commercio) ed un coinvolgimento di altri 7 Uffici (per un totale di 11).

I Desk sono affidati a specifiche professionalità operanti in Studi legali specializzati nelle materie di competenza che garantiscono un contributo qualificato di conoscenza del mercato di riferimento.

Dall'inizio delle attività al 31 dicembre 2021, sono state date risposte a 3.811 richieste provenienti da aziende, associazioni di categoria ed istituzioni, di cui:

- 2.857 sulla tematica dell'Accesso al mercato;
- 954 sulla tematica della Proprietà Intellettuale così suddivise:
 - 589 sono le risposte dei Desk alle richieste di assistenza pervenute
 - 365 sulla tematica della Proprietà Intellettuale nelle varie occasioni di incontro con le aziende sul territorio quali il Corso Innovare per Crescere e la Digital Export Academy

Oltre a dare informazioni e a fornire assistenza alle imprese, i Desk hanno organizzato webinar informativi sulle tematiche di loro competenza.

L'Ufficio di Coordinamento Marketing ha assicurato la gestione complessiva del Progetto. Inoltre, la referente dei Desk all'interno dell'Ufficio Coordinamento Marketing ha partecipato ai vari Corsi organizzati dall'Ufficio Servizi Formativi che trattano la materia, quali Innovare per Crescere, Digital Export Academy. Inoltre, ha redatto una Relazione trimestrale riassuntiva delle attività sullo stato di avanzamento dei lavori dei Desk, poi inviata al MAECI.

Tutta l'attività di assistenza dei Desk è fornita a titolo gratuito.

PROGETTI E GARE EUROPEE

Al Coordinamento Marketing è stata trasferita dal 2015 l'attività del soppresso Ufficio Progetti e Gare Internazionali, che si occupava della partecipazione dell'Agenzia ICE alle gare di appalto servizi indette dall'Unione Europea (e da altri Organismi Internazionali) per l'assegnazione di progetti legati al processo di internazionalizzazione delle PMI europee. Nell'ambito di questa attività, il Coordinamento cura la gestione residua delle gare precedentemente aggiudicate all'ICE, in stretto coordinamento con l'Ufficio ICE di Bruxelles, che cura i rapporti con i partner e con le istituzioni europee.

In particolare, nel 2015 l'Agenzia ICE si era aggiudicata una gara per Assistenza Tecnica in Angola (capofila AECOM) le cui attività sono state sospese per ragioni di natura geo-politica e poi, alla fine del 2020, definitivamente concluse per volontà dell'autorità contraente. Nel 2017 ICE si era aggiudicata una gara per Assistenza Tecnica in Ghana (capofila AESA – non è stata aperta una commessa ad hoc), in corso di implementazione. Recentemente questo progetto è stato prorogato, su richiesta dell'autorità contrattuale, a tutto il 2022.

PROGETTO HELP DESK BREXIT

Dal 15 aprile 2019 è attivo presso l'Ufficio ICE di Londra uno sportello per l'assistenza alle imprese italiane che devono gestire le problematiche derivanti dall'uscita del Regno Unito dall'Unione Europea.

Il Progetto si è articolato in tre fasi, con scadenza il 30 settembre 2022:

L'Help Desk fornisce servizi di assistenza per aziende italiane e per le aziende britanniche che importano dall'Italia, riguardo a questioni doganali, standard fiscali, etichettatura, trasporti, certificazioni ed altre attività correlate.

Dall'inizio delle attività ad oggi, il Desk ha evaso oltre 2.000 richieste di assistenza provenienti da imprese e associazioni di categoria.

Inoltre, ha redatto una serie di prodotti editoriali, messi a disposizione delle aziende e pubblicati sulla Home Page del Sito ICE (Avviso: Brexit in pillole per gli esportatori italiani) e nella Pagina Paese.

Materiali prodotti:

- Manuali;
- Tascabili;
- Flash News;
- Rubrica "Gli ospiti del Desk – La voce agli esperti"

Inoltre, sono stati organizzati vari webinar informativi, ed i referenti del Desk hanno anche preso parte a diversi eventi in qualità di relatori.

Il Desk si avvale del contributo di una società esterna specializzata per dare risposta a quesiti per i quali è richiesta una conoscenza specifica.

PROGETTO EXPORT FLYING DESK

Il progetto Export Flying Desk è stato avviato nell'ottobre 2019. I responsabili incaricati degli Export Flying Desk hanno il compito di organizzare incontri individuali con le imprese dei territori di riferimento che ne fanno richiesta per fornire loro orientamento e consulenza di base nel loro percorso di internazionalizzazione, a partire dalle fasi propedeutiche di organizzazione aziendale mirata all'export.

Nel 2021, su un target di 1760 incontri, sono stati effettuati in totale 1.776 incontri con 1.672 aziende.

PROGETTO EXPORT TUTOR

Lanciato nel novembre 2021, il Progetto Export Tutor ha l'obiettivo di fornire un'assistenza di secondo livello, più approfondita rispetto al primo orientamento offerto dagli Export Flying Desk, a un selezionato gruppo di imprese, preferibilmente nuove clienti.

In particolare, il Progetto si sostanzia in un'attività di affiancamento e tutoring volta a mettere in atto un solido percorso di internazionalizzazione tramite incontri periodici da svolgere nell'arco di un anno. L'abbinamento tra il tutor e l'azienda è stato invece effettuato, per quanto possibile, secondo i seguenti criteri di ripartizione:

- 40% imprese che vogliono intraprendere un percorso di internazionalizzazione con almeno 3 anni di fatturato commerciale;

- 10% start-up;
- 50% imprese che hanno già avviato un percorso di internazionalizzazione, essendo presenti almeno in un mercato estero e in meno di cinque.

Il Progetto vede attualmente il coinvolgimento di 87 tra funzionari e dirigenti dell'Agenzia ICE, ognuno dei quali affianca circa 12 aziende, secondo un match di tipo merceologico e di mercato. Per un anno tali aziende avranno pertanto la possibilità di usufruire del supporto di un funzionario ICE con esperienza, che li potrà guidare nell'utilizzo dei servizi ICE e, più in generale, nello sviluppo delle loro attività sui mercati esteri. Le aziende assistite nell'ambito del progetto sono in totale 1006, mentre sono previsti circa 10.000 incontri totali nell'arco di un anno.

È prevista una rilevazione di *customer satisfaction* intermedia, a sei mesi dall'avvio del progetto, una finale, alla sua conclusione, e una a distanza di alcuni mesi dal termine del tutoraggio.

RILEVAZIONE ESTERNA DELLA CUSTOMER SATISFACTION 2019-20 /2021-2022

L'Agenzia ICE da più di un quinquennio realizza un'indagine di rilevazione della *Customer Satisfaction* su base annuale, che viene pubblicata sulla Gazzetta Amministrativa e su Amministrazione Trasparente, nel rispetto della normativa vigente.

L'Ufficio Coordinamento Marketing cura il servizio di rilevazione esterna della *Customer Satisfaction* per i servizi di assistenza e promozione e formazione dell'ICE Agenzia. La società, individuata con gara, riceve il database ed i riferimenti degli utenti dei semestri di rilevamento e sottopone il questionario concordato con ICE, processa i dati ed elabora i risultati in schede grafiche e testuali di output.

Nel primo semestre 2021 la società incaricata MG Research ha presentato la Rilevazione annuale di Customer Satisfaction 2020

Per il biennio 2021-2022 – nel secondo semestre del 2021- è stata realizzata un'indagine di mercato su MEPA che ha portato alla scelta della nuova società IPSOS che ha fatto un'offerta pari a 105 mila euro (prezzo base di 122 mila euro). Ad IPSOS è stato accordato il pagamento in 4 tranche ovvero al termine di ogni rilevazione semestrale.

Per l'anno 2021 la soc. IPSOS ha presentato la Rilevazione semestrale e si è proceduto al pagamento delle prime due tranche.

SERVIZI ALLE IMPRESE

PROMOZIONE ATTIVA DEI SERVIZI E ROADSHOW “STATI REGIONALI DELL'EXPORT”

La politica di promozione dei servizi del Catalogo ICE prevede tradizionalmente forme diverse di mailing out sia fisico che virtuale, di digital advertising ed eventi seminariali di divulgazione. Nel corso del 2021, a fronte della situazione pandemica, si è puntato ad una promozione di tipo virtuale. In collaborazione con enti territoriali, realtà associative e partner istituzionali, sono stati organizzati e si è intervenuti con relatori dell'Ufficio Servizi alle Imprese e di altri Uffici della struttura, a 14 Webinar di presentazione dei servizi ICE, con il coinvolgimento di oltre 250 rappresentanti di aziende ed istituzioni italiane per accrescere la conoscenza della mission istituzionale dell'Agenzia ICE. La realizzazione di tali eventi virtuali ha favorito una migliore conoscenza della gamma dei servizi da parte dell'utenza imprenditoriale, incrementando nuovi contatti di potenziali clienti.

In continuità con quanto realizzato negli anni precedenti attraverso l'organizzazione dei cicli di presentazione Roadshow per l'Italia internazionale fino al 2019 e dei Roadshow “Patto per l'Export” nel 2020, alla fine del 2021, a fronte del miglioramento della situazione pandemica, è stato avviato un nuovo ciclo di eventi in presenza, denominato “Stati regionali dell'Export”. Il nuovo format prevede il coinvolgimento della regione di riferimento e dell'eventuale agenzia regionale dedicata all'internazionalizzazione, di altri attori del sistema pubblico locale e la partecipazione, in qualità di relatori, di rappresentanti dell'Agenzia ICE, del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, di CDP, SACE e Simest, allo scopo di fornire una panoramica completa dei diversi strumenti di sostegno pubblico all'internazionalizzazione delle aziende italiane. Durante gli eventi sono inoltre previsti sia momenti dedicati alla presentazione di best practice di aziende locali, che hanno usufruito dei servizi dell'Agenzia, che focus dedicati a particolari mercati o settori, scelti in funzione degli interessi locali e della struttura produttiva regionale.

La prima tappa si è svolta a dicembre in Liguria, a Genova, ed ha visto il coinvolgimento di 38 aziende.

ATTIVITÀ DIGITALI PER LE IMPRESE

Nel continuo processo di innovazione del sistema informativo dell'Agenzia ICE e ad integrazione degli sviluppi della parte sui servizi del sito ICE e delle banche dati sulle imprese clienti, l'Ufficio Servizi alle Imprese ha previsto il miglioramento degli strumenti digitali dedicati all'erogazione dei servizi di assistenza.

Tra gli obiettivi sono state avviate le seguenti attività, i cui sviluppi informatici sono da realizzare tra il 2022 e 2023 con la collaborazione dell'Ufficio Servizi Informatici in seguito all'attivazione del contratto quadro per i servizi IT:

- 1) In collaborazione con il Coordinamento Marketing, per ottemperare agli obiettivi di ampliamento della base dati clienti e di miglioramento della qualità del dato Azienda, è stato avviato il progetto di aggiornamento massivo, bonifica e arricchimento delle anagrafiche della base dati aziende italiane con acquisizione dei dati certificati del Registro delle Imprese iscritte alle Camere di commercio. Sono state analizzate le potenzialità e le modalità tecnico-operative per l'acquisizione delle informazioni della banca dati del Registro Imprese utili per ICE Agenzia e presi i contatti con la società consortile Infocamere per la predisposizione del preventivo e del successivo contratto. Sono stati esaminati e confrontati i traccati dei database per l'integrazione e l'arricchimento del database ICE con i dati del Registro Imprese e progettato un matching tra i dati per acquisire nuove imprese non ancora trattate da ICE e potenzialmente interessate all'internazionalizzazione. È stato coinvolto l'Ufficio Servizi Informatici per la realizzazione di un applicativo di import ad hoc per acquisire i dati aggiornati o aggiuntivi, nonché per la gestione delle imprese che hanno cessato la loro attività e risultano chiuse nel Registro Imprese.
- 2) In collaborazione con il Coordinamento Marketing, è stata avviata la revisione dell'area clienti del sito ICE che prevede la profilazione specifica per aziende già esportatrici e per quelle non esportatrici, con loro indirizzamento verso i servizi a Catalogo. È prevista la ristrutturazione dell'applicativo e delle sue funzionalità con nuove tecnologie, oltre ad un restyling grafico e di navigazione, per essere accattivante, interessante e facilmente fruibile. È prevista, inoltre, la revisione grafica e di navigazione della pagina dei Servizi a Catalogo per migliorare la user experience delle imprese e facilitare la fruizione dei servizi.
- 3) È stata rinnovata la richiesta di realizzazione di una "console" per le vetrine delle imprese con funzioni di consultazione e monitoraggio dei contatti e degli interessi da parte degli operatori internazionali verso la propria produzione / attività aziendale.

(E DESK) - PORTALE EXPORT.GOV.IT

Dopo aver curato la prima edizione del portale [export.gov.it](https://www.export.gov.it), pubblicato il 18 settembre 2020 e rilasciata una seconda versione con un *ChatBot* per le aziende e con l'integrazione dei servizi del sistema camerale, l'Ufficio Servizi alle Imprese nei primi due mesi del 2021 ha continuato a partecipare al gruppo di lavoro con SACE e MAECI per le varie attività di mantenimento e per avviare l'ottimizzazione del portale: individuazione di nuovi contenuti da pubblicare nell'area *News e Media* del portale; perfezionamento del motore di ricerca per gli utenti; ottimizzazione del *ChatBot* e della sua reportistica; ottimizzazione del sito per migliorarne il posizionamento sui motori di ricerca ed aumentarne la

visibilità; avvio di una seconda campagna di pubblicizzazione per aumentare la conoscenza del portale; integrazione di funzionalità di intelligenza artificiale.

A febbraio 2021, su input della Direzione Generale dell'ICE, il progetto è stato ristrutturato per essere affidato all'Ufficio ICE di Milano per seguire l'evoluzione digitale e le attività di ottimizzazione del portale. L'Ufficio Servizi alle Imprese ha continuato a presidiare il *ChatBot* tramite URP e a fornire assistenza alle aziende che accedono al modulo *Contattaci* del portale.

SERVIZI FORMATIVI

Formazione e accompagnamento sui mercati esteri

L'Ufficio Servizi Formativi nel 2021 ha realizzato 89 interventi formativi in favore di circa 6.000 partecipanti (rappresentanti aziendali, professionisti, giovani laureati italiani e stranieri, operatori stranieri). L'85% delle iniziative è stato dedicato a imprenditori e manager, attraverso la realizzazione di cicli seminariali (anche con focus tecnici su specifici settori merceologici), minicorsi innovativi, attività di coaching (ore di consulenza personalizzata). Il restante 15% è stato orientato a giovani potenziali export manager (stranieri ed italiani) e ad operatori internazionali.

Anche il 2021 è stato caratterizzato dalla formazione erogata prevalentemente in modalità online, a causa del perdurare della pandemia, con l'utilizzo di piattaforme digitali che hanno garantito la business continuity dei Servizi Formativi e la soddisfazione dei partecipanti ai corsi. L'analisi di customer satisfaction a freddo, curata da società esterna, ha infatti registrato per la formazione un incremento complessivo pari a 4,4 su 5, superiore ai livelli raggiunti nei due anni precedenti.

L'offerta formativa ha rafforzato le strategie su diversi ambiti: lo sviluppo di tematiche e format innovativi, come ad esempio la sostenibilità, anche in collaborazione con partner di rilievo (Tender Lab, La doppia elica del Commercio, Smartexport, Train2Markets); il potenziamento del tema digitale introdotto e diffuso oramai nella maggior parte dei programmi formativi, oltre che nello specifico format di successo (Digital Export Academy); il proseguimento dei format particolarmente significativi per le aziende, quali: Taranto Riparte con l'Export, 2° edizione di Master Food Export, Africa Business Lab.

Iniziative per le imprese

Rinnovata la realizzazione del percorso formativo dedicato al marketing digitale rivolto ai mercati esteri Digital Export

Academy declinato in percorsi base, avanzati, tematici: 10 le edizioni, di cui 8 per il percorso base in collaborazione con Confindustria Lombardia e Assolombarda, Confartigianato Piemonte, Confindustria Trento, Confindustria Moda, Confindustria Valle d'Aosta e CCIAA Valdotaine-Sportello SPIN, Settoriale Nutraceutica Federsalus, CCIAA dell'Umbria e Umbria Export, Friuli Venezia Giulia con le CCIAA del Friuli Venezia Giulia (sedi di Trieste, Gorizia, Pordenone, Udine, Sportello SPRINT, FINEST), 1 edizione avanzata con la Regione Emilia Romagna, 1 edizione tematica Digital Export Together Moda con CNA Moda della Regione Toscana.

Tra le iniziative di rilievo realizzate in risposta alla crisi economica causata dalla pandemia, si menziona il progetto Canada Education & Business Program, in collaborazione con SACE e Confindustria: un percorso di formazione, assistenza ed accompagnamento per il mercato canadese rivolto ad imprese manifatturiere di tutto il territorio. Una edizione dedicata ai mercati ASEAN sarà realizzata nel 2022.

È stata realizzata la 2° edizione del progetto Africa Business Lab, in collaborazione con SACE e Confindustria Assafrica & Mediterraneo, relativo alle opportunità d'affari nelle principali aree dell'Africa Sub-Sahariana e del Nord Africa.

La proficua collaborazione con Confindustria è continuata con due nuovi progetti: Focus Brexit: che cosa cambierà per le aziende dal 1 gennaio 2022 (8 webinar per aiutare le aziende ad affrontare al meglio i cambiamenti nei rapporti economici con UK) e un ciclo di 6 webinar denominato La doppia elica del commercio mondiale: dogana e mercati.

Tender Lab – In Gara con Noi è un progetto integrato di formazione e accompagnamento sulle gare di appalto internazionali, promosso dal MAECI e Agenzia ICE, con l'obiettivo di sensibilizzare le imprese italiane sulle opportunità offerte dal mercato delle gare internazionali, ambito ad alta potenzialità ma non ancora adeguatamente esplorato dal sistema imprenditoriale italiano.

È stata inoltre realizzata, ad Arezzo, la seconda edizione del Master Food Export destinato ad aziende della filiera del settore agroalimentare del Nord Italia, in collaborazione con CNA.

Nell'ambito del Piano di azione per le MPMI della provincia di Taranto, si è concluso il Progetto Taranto Riparte con l'Export – con la realizzazione della 2° fase di formazione frontale e assistenza personalizzata sui temi dell'export e del digitale. Così come è proseguito il progetto Formazione a supporto dell'internazionalizzazione delle imprese Cooperative italiane, promosso dal MAECI, rivolto a dirigenti ed export manager di cooperative operanti in tutti i settori merceologici e dei servizi di piccola, media e grande dimensione.

Nell'ambito del Piano Export Sud 2 sono stati realizzati i tradizionali format: Export Lab, Corsi sulla Proprietà Intellettuale e Seminari tecnici.

A seguito della firma dell'Accordo MAECI-CRUI-AGENZIA ICE è stato lanciato, nel marzo del 2021, il progetto di formazione digitale e manageriale multidisciplinare Smart Export - L'Accademia digitale per l'internazionalizzazione: 6 percorsi didattici, curati da prestigiose Università italiane e dalla stessa Agenzia ICE, fruibili in modalità asincrona, tramite piattaforma e-learning e rivolti ad una platea di imprese, professionisti, funzionari P.A. impegnati nei processi di internazionalizzazione. Le Università e Business School coinvolte sono: Federica Web Learning- Università di Napoli Federico II, Luiss Business School, MIP-Politecnico di Milano Graduate School of Business, SDA-School of Management Bocconi, UNIBO-Bologna. Nel corso del 2021 sono stati registrati circa 7.000 iscritti alla piattaforma per seguire i percorsi didattici.

Iniziative per giovani laureati

Nel 2021 si è svolto il 53° CORCE Fausto De Franceschi, Master specialistico accreditato Asfor, che ha formato 24 export manager specificatamente preparati per essere impiegati presso le piccole e medie imprese del tessuto produttivo italiano. Nel 2021 si è svolta la verifica da parte dei revisori ASFOR e riottenuto l'accreditamento del Master per i prossimi 5 anni.

Sono proseguite inoltre le collaborazioni con l'Università Cattolica di Milano per il Master MIMM e per il corso di Laurea Magistrale in Innovation & Technology Management, con l'Università Tor Vergata per il Master CEIDIM e con l'Università LUISS nel Master in Digital Export e per il corso executive in Digital export Management. Nel 2021 è proseguito il Progetto Ri-parti con l'export!, nell'ambito degli interventi per l'attuazione del Reddito di Cittadinanza, rivolto a disoccupati e inoccupati (prioritariamente beneficiari del RdC ma anche di altre politiche attive), con l'obiettivo di riqualificare o formare figure professionali che siano di supporto alle imprese italiane nei processi di internazionalizzazione (Marche, Abruzzo e Campania).

Inoltre, si è realizzato con l'ufficio ICE di Canton un corso on line dedicato all'ecosistema digitale cinese e rivolto agli studenti delle Università di Torino, La Sapienza di Roma e L'Orientale di Napoli.

In attuazione delle linee guida governative dichiarate nel "Patto per l'Export" e nell'ottica di supportare le aziende nei processi di internazionalizzazione, sono stati erogati due corsi di formazione (Bari e Bologna) per D-TEM (Digital Temporary Export Manager) per giovani laureati su tematiche del digital marketing e della digital strategy.

Iniziative per operatori stranieri

In ambito internazionale, si è svolta la 3° edizione del Progetto Lab Innova for Africa, con le tappe di Nigeria e Costa

d'Avorio, un programma di formazione tecnico-manageriale per sostenere lo sviluppo del settore agribusiness africano e promuovere il partenariato commerciale e tecnologico con le imprese italiane. Analogo format è stato realizzato per la Tunisia, rivolto a PMI innovative e start up dell'ITC. Sono stati organizzati inoltre due study tour: a Torino presso il Politecnico e a Rimini, in occasione della fiera Macfrut.

È stata realizzata la nuova edizione del Corso Origini Italia, in collaborazione con il MIB School of Management di Trieste, destinata a giovani laureati stranieri di origine italiana. Avviata inoltre la 6° edizione del Programma Invest your Talent, promosso da MAECI in partnership con ICE ed Uni-Italia, con il supporto di Unioncamere e Confindustria, per l'erogazione di borse di studio a giovani stranieri, provenienti da 15 Paesi, per la partecipazione ad un biennio di alta formazione presso atenei italiani, seguiti da un tirocinio presso aziende italiane. Nel corso del 2021 è stata inoltre curata la prosecuzione delle attività della 5° edizione (biennio 2020-2022) e conclusa la 4° edizione del progetto (2019-2021).

Attività di formazione on line

L'Agenzia ICE, inoltre, ha ulteriormente sviluppato la piattaforma e-learning Train2Markets, dedicata alle imprese italiane e operativa dal 2021. Le attività hanno riguardato un importante arricchimento del catalogo, arrivando a proporre oltre 100 moduli formativi (tra webinar, pillole formative e corsi) e una serie di miglioramenti tecnici della piattaforma, che ha permesso di semplificare la procedura di caricamento dei materiali formativi e della fruizione delle pillole formative da parte degli utenti.

Attività di comunicazione trasversale

Nel corso del 2021 è proseguita l'attività di promozione social delle iniziative formative realizzate per i diversi utenti target, attraverso l'alimentazione dei canali Twitter e LinkedIn dell'Ufficio Servizi Formativi. Avviato inoltre, a ottobre 2021, il restyling del sito expotraining.ice.it, finalizzato ad un deciso miglioramento della User Experience, attraverso una ridefinizione più appropriata dell'albero di navigazione, la semplificazione delle modalità di esplorazione dell'offerta formativa e l'adeguamento agli standard di sicurezza dell'infrastruttura tecnologica.

ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI

Le strategie attuate nel 2021 dalla struttura dedicata all'attività di attrazione degli investimenti esteri sono state orientate al perseguimento dei seguenti obiettivi:

- garantire e incrementare l'assistenza agli investitori esteri nell'insediamento di attività in Italia;
- potenziare le attività di scouting di potenziali investimenti tramite tutta la rete di ICE Agenzia, con particolare focus su quei Paesi dotati di FDI Desk o FDI Analyst (21 Paesi nel 2021);
- promuovere l'immagine Paese e le opportunità di investimento in Italia;
- affinare 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 ICE-Agenzia) che esterni (MAECI, MISE, Invitalia, Regioni, agenzie di promozione locali, altri ministeri, etc.).

A causa della pandemia da Covid-19 scoppiata nel 2020, che ha impattato anche sul 2021, l'attività in generale ha registrato diverse riprogrammazioni, cancellazioni o posticipi di eventi previsti in presenza fisica.

Il Coordinamento AIE ha risposto alle sfide che si sono presentate, continuando a mettere in campo una serie di azioni volte al potenziamento delle attività digitali, mantenendo al contempo l'attività d'intelligence per migliorare la capacità di intercettazione di nuovi progetti e recependo le linee strategiche indicate dai vertici ICE, dal Comitato Attrazione Investimenti Esteri, dal Ministero vigilante e dalla Cabina di Regia per l'Internazionalizzazione MISE-MAECI. Laddove è stato possibile ha anche svolto iniziative in presenza.

Sottostante a queste attività è rimasto centrale l'accordo tra ICE-Agenzia e Invitalia siglato nel 2017 e rinnovato nel 2020 che si ricorda prevede che ICE Agenzia continui ad avere un ruolo di leadership nell'attività all'estero, in particolare nella lead generation e nella promozione delle opportunità di investimento in Italia, mentre ad Invitalia è attribuita la responsabilità della creazione e raccolta dell'offerta nazionale, così come l'accompagnamento dell'investitore sul territorio.

Nello specifico si riportano le principali azioni implementate nel 2021:

- 1) sviluppo e realizzazione di un programma di Eventi promozionali digitali e in presenza oltre a un'attività di lead generation strutturata online: parte dell'attività promozionale anche nel 2021 è stata svolta in digitale; inoltre,

anche l'attività di scouting/lead generation ha mantenuto una gestione ibrida con la partecipazione di Desk e Analyst anche a eventi e incontri virtuali.

- 2) Potenziamento della Rete AIE, in coordinamento con il MAECI: da fine 2015 la rete AIE è un asset strategico di attività. Nel tempo, accanto ai Desk AIE collocati in USA, Cina, Giappone, Turchia, Emirati Arabi e Regno Unito, in alcuni mercati strategici sono state inserite delle figure junior, gli Analyst, per intercettare anche in altri mercati oltre a quelli tradizionali gli operatori esteri, mapparne le esigenze e fornire supporto durante tutto il ciclo dell'investimento. In coordinamento con il MAECI, è stato attuato un piano di potenziamento della struttura dei Desk e degli Analyst, sia migliorando qualitativamente i profili delle persone coinvolte che incrementandone la presenza geografica: nel 2021 siamo pertanto arrivati ad avere in totale 23 strutture, coinvolgendo nuovi mercati.
- 3) Sedimentazione e implementazione di un sistema evoluto di gestione e monitoraggio progetti di investimento, Pipedrive e Tableau, che si è aggiunto: consentono di tracciare e monitorare l'attività di Desk e Analyst, in particolare le attività svolte (meeting, call o partecipazione a eventi), i progetti di investimento intercettati appositamente organizzati per visualizzazioni di sintesi e razionalizzate, il tutto in contenitori condivisi in tempo reale o in modo mediato.
- 4) Potenziamento del Market intelligence a supporto dell'attività di scouting/lead generation: all'interno del Coordinamento AIE un team ha verificato costantemente, col monitoraggio contatti e followup, gli esiti dei periodici invii di segnali di investimento condivisi con la rete da referenti interni di Desk e Analyst.
- 5) Programmazione di uno specifico piano di invio di Offerte tematiche utili all'attività di scouting/lead generation e sulle quali sono state organizzate con la Rete estera coinvolta apposite sedute di Formazione in specifici intervalli temporali.
- 6) Conferma del webmarketing Invest in Italy con i profili LinkedIn e Twitter: pubblicazione di notizie e aggiornamenti su settori e eccellenze italiane al fine di promuovere l'Italia come destinazione di investimenti.

Con riferimento alle attività operative portate avanti per la promozione di opportunità di investimenti esteri in Italia, sono stati organizzati 21 eventi in Italia e all'estero.

Un complesso programma di eventi promozionali digitali, in continuità con quanto avvenuto nel 2020, è stato improntato in affiancamento ad occasioni che si sono svolte in presenza sulla scorta del ridimensionamento delle limitazioni epidemiologiche: IHIF, Mipim22, Meet in Italy for Lifescience, G20 Innovation League, MapiC, Fam Trip.

In occasione degli eventi fieristici, digitali o in presenza, spesso sono stati realizzati, in house, cataloghi/video, strumenti utili a supportare la conoscenza dell'offerta italiana, anche oltre la durata delle manifestazioni

Di seguito si riporta il dettaglio degli eventi per tipologia:

- Eventi di Incoming di investitori esteri virtuali/ibridi in occasione di alcune iniziative: si cita in particolare il webinar “Invest in Italy in manufacturing sector ” organizzato in occasione del World Manufacturing Forum and Week di Cernobbio (Italia), evento che ha consentito la presentazione in streaming di opportunità di investimento nel settore manifatturiero da parte di 6 Regioni agli investitori invitati, senza trascurare il Bio in Italy Investment forum e ricordando, anche, IFIB e Meet in Italy, iniziative di incoming, queste ultime, organizzate in Italia in forma ibrida e dedicate al comparto life sciences.
 - In presenza è stato realizzato l'ultimo incoming dell'anno, organizzato in collaborazione con CBREL (settore wedding)
- Manifestazioni fieristiche settoriali digitali: di grande importanza la realizzazione di un evento collaterale alla JPM Health Conference, in occasione della quale più di 60 aziende si sono presentate su Fiera 365. È stata organizzata una tavola rotonda/pitching session con la presenza di key note speakers, ed è stata data la possibilità ad alcune aziende di partecipare all'evento principale, che come noto è solo ad invito.

Rilevante anche la partecipazione di un significativo numero di porti e interporti alla Fiera Transport Logistic, attraverso un webinar settoriale e la partecipazione alla Bio Digital, realizzata in collaborazione anche con l'Ufficio Tecnologia, in occasione della quale si è presentata una collettiva italiana virtuale. Gli Uffici AIE hanno raccolto in particolare le adesioni di Territori e Cluster interessati

- Webinar settoriali: a partire da marzo 2021 è stata programmata una serie di webinar con diversi focus settoriali, in particolare per la logistica, e dedicati alla Svizzera, alla Francia e al Bahrein (quest'ultimo ha utilizzato anche la piattaforma 365). L'organizzazione di tali eventi è stata supportata dal Desk/Analyst AIE o dall'Ufficio ICE del Paese di riferimento, che si è occupato principalmente di invitare potenziali investitori dei loro network di lavoro. Sono state coinvolte anche le Associazioni di categoria per la presentazione di opportunità di investimento; e spesso si è avuta la partecipazione dell'Ambasciatore d'Italia.
- Iniziative in presenza: ci si limita ad elencare le attività, che hanno riguardato in primis il settore real estate e generale AIE: IHIF; MIPIM September Edition; G20; MAPIC. Si rileva che le stesse si sono svolte nella seconda parte dell'anno.

Per il settore real estate è sempre vivo e in aggiornamento il sito dedicato, che consente di visualizzare il portafoglio di offerta pubblica di immobili in dismissione.

Inoltre, per la promozione più ampia delle opportunità degli investimenti in Italia sono state mantenute e rafforzate

specifiche attività di comunicazione, come segue:

- elaborazione/condivisione di profili dedicati a specifici settori e temi (settoriali e di incentivi);
- sviluppo e aggiornamento della sezione all'interno del portale www.ice.it nel sub-menu Invest in Italy;
- sviluppo e aggiornamento della vetrina www.investinitalyrealstate.com -promozione e valorizzazione di immobili pubblici in dismissione, che conta più di 400 immobili-;
- newsletter e book settoriali per il real estate;
- book settoriali in occasione di eventi;
- web marketing InvestinItaly con i profili LinkedIn e Twitter con aggiornamenti su settori e eccellenze italiane per promuovere l'Italia come destinazione di investimenti.

Grazie alle attività e alle strategie messe in campo, complessivamente nel 2021 sono state supportate e assistite aziende estere con servizi di prima assistenza, di accompagnamento e di aftercare e in particolare sono stati ben 82 i progetti di investimento portati in una fase avanzata di trattazione. Di questi, 22 investitori hanno avviato un nuovo investimento per un ammontare complessivo di 997 mln € e genereranno nei prossimi 5 anni oltre 800 nuovi posti di lavoro. Sono 48 le aziende supportate in aftercare e 243 aziende hanno progetti di investimento in gestione a Invitalia con l'auspicio che una parte di questi possa essere finalizzato nei prossimi mesi.

Si aggiunga che con la gestione del sito InvestinItalyrealstate.com sono stati alienati 15 immobili pubblici per una stima di circa 50 mln € di investimenti.

PARTENARIATO INDUSTRIALE E RAPPORTI CON GLI ORGANISMI INTERNAZIONALI

L'attività dell'Ufficio segue tre direzioni principali, riferibili rispettivamente alla collaborazione industriale, alle attività con l'Unione Europea e alle azioni rivolte a organismi internazionali e multilaterali.

1. COLLABORAZIONE INDUSTRIALE

L'attività di collaborazione industriale ha l'obiettivo di favorire la realizzazione di partenariati fra le aziende italiane e quelle di altri paesi, principalmente quelli in via di sviluppo. Si caratterizza per la realizzazione di iniziative progettate in collaborazione con i Paesi destinatari dell'intervento, focalizzate prevalentemente sui settori infrastrutturali e tecnologici e fortemente caratterizzate da una componente progettuale di lungo respiro.

Interventi di restauro della Moschea di Imrahor (febbraio-novembre 2021, Istanbul)

Progetto di restauro e valorizzazione della Moschea di Imrahor. In collaborazione con Assorestaurato e con i tecnici locali della Direzione Generale delle Fondazioni (VGM), istituzione che gestisce, per conto del governo turco, il patrimonio storico/artistico turco, è stato articolato in attività formative (n. 8 seminari tecnici, sessioni frontali e digitali) e costituzione di un cantiere pilota. Hanno partecipato al progetto n. 23 aziende italiane specializzate negli ambiti richiesti per la riqualificazione, che hanno realizzato saggi di restauro ed analisi approfondite su 5 aree chiave dell'edificio.

Restoration Week 2021 (29 agosto-4 settembre 2021, Italia)

Sono stati invitati n. 22 delegati esteri provenienti da 7 Paesi (Albania, Arabia Saudita, Azerbaijan, Croazia, Cuba, Israele, Libano) che hanno visitato le città di Napoli, Pompei e Matera.

Restauro in tour Live&digital (1-3 settembre, Bari)

Nel corso dell'evento è stato realizzato un programma di workshop Paese da parte dei rispettivi delegati esteri; attraverso la Piattaforma FS 365 è stata realizzata una agenda di n. 105 incontri B2B.

Workshop itinerante Zagabria Sarajevo (9-12 novembre 2021)

A Zagabria è stato realizzato il 'Seminario tecnologico e di scambio del know how nel campo del restauro e della conservazione di edifici storici e della progettazione antisismica'. Hanno partecipato all'iniziativa relatori in rappresentanza delle associazioni Assorestaurato, OICE ed Ance, oltre a 17 aziende italiane ed oltre 80 rappresentanti di imprese ed istituzioni locali. Il secondo Seminario realizzato a Sarajevo l'11 e il 12 novembre, è stato corredato da un programma di visite a "siti" di rilevanza storica ed architettonica.

Partenariato industriale in Perù: filiere agroalimentare, tessile, biocosmesi

Il primo webinar, realizzato il 23 novembre 2021, è stato dedicato al settore caffè.

Webinar sulle opportunità di investimento nella regione di Al Ula (24 marzo 2021)

L'Ambasciata d'Italia a Riyad e Agenzia ICE, in collaborazione con la "Royal Commission for Al Ula" (RCU), hanno organizzato un webinar sulle opportunità di investimento nella regione di Al Ula. Questa località, che ospita l'unico sito UNESCO nel Regno, è al centro di un progetto di trasformazione in area turistica internazionale, a sua volta inserito nel progetto di sviluppo Vision 2030 inteso a svincolare l'economia saudita dal petrolio. Le principali opportunità sono rivolte ad aziende italiane operanti nei settori arte e cultura, incluse la valorizzazione e management del patrimonio culturale, turismo e industria dell'ospitalità, sviluppo urbano ecosostenibile. Sono particolarmente richieste anche le nuove tecnologie al servizio dei beni culturali e i servizi per gestione dei beni culturali.

Business Forum Italia/ Minas Gerais (11 maggio 2021)

Il Business Forum è stato realizzato da remoto su Fiera Smart 365 l'11 maggio 2021 su impulso del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, e organizzato congiuntamente da Consolato d'Italia a Belo Horizonte, Agenzia ICE, Camera di Commercio Italo-Brasiliana del Minas Gerais e in collaborazione con le autorità locali e Confindustria. Sono state coinvolte aziende italiane appartenenti ai settori agribusiness, manifatture, automazione e industria 4.0, energia sostenibile, elettricità urbana e smart cities. Oltre alla sessione plenaria, nei due giorni successivi sono stati organizzati incontri B2B virtuali tra aziende dei due Paesi sfruttando la nuova modalità "Collaborazione Industriale", che consente ai partecipanti di scegliersi reciprocamente dopo aver preso visione della vetrina virtuale del

potenziale partner.

Tavola rotonda Italia / Arabia Saudita su robotica e intelligenza artificiale (16 giugno 2021)

La tavola rotonda sulla collaborazione Italia/Arabia Saudita, nei campi della robotica e dell'intelligenza artificiale, è stata realizzata da remoto il 16 giugno 2021. È stata organizzata dall'Ambasciata d'Italia a Riad, da Agenzia ICE e dal SCISP (Saudi Centre for International Strategic Partnerships) in collaborazione con UCIMU, l'Istituto Italiano di Tecnologia e il Politecnico di Torino. L'evento, rivolto ad aziende italiane attive nei settori dell'intelligenza artificiale, della robotica e industria 4.0, è nato nel contesto del programma Saudita Vision 2030 ed è volto a diversificare l'economia locale, ad attrarre know-how e a favorire partnership con aziende saudite, con l'obiettivo di costruire infrastrutture digitali nei settori industria, miniere, logistica, healthcare ed energia. Sono stati illustrati i programmi di finanziamento e di attrazione investimenti posti in essere dal governo Saudita.

Business Forum Italia Cile (13 settembre 2021)

Il 13 settembre 2021, nel quadro del gruppo di lavoro misto Italia/Cile, è stata realizzata da remoto, su Fiera Smart 365, la Country Presentation del Cile, organizzata dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale in collaborazione con l'Ambasciata d'Italia a Santiago del Cile e ICE, con il sostegno di CDP, SACE, Simest, InvestChile e le controparti cilene. Nell'ottica dell'ammodernamento dell'industria cilena, sono stati illustrati i piani di investimento e attrazione investimenti posti in essere dal governo cileno. L'evento è stato destinato soprattutto ad aziende italiane operanti nei tre settori considerati chiave, ovvero l'agroindustriale, quello delle infrastrutture e quello delle energie alternative.

Rinnovo dell'abbonamento al servizio Economist Intelligence Unit - Access China 2021-2022

Su richiesta dell'Ufficio ICE di Pechino, e a favore della rete ICE in Cina e dell'Ufficio Studi, è stato rinnovato l'abbonamento Economist Intelligence Unit - Access China - 50 Provinces and Cities, che offre dati aggiornati e molto precisi sull'evoluzione nel tempo e l'andamento delle economie delle singole provincie cinesi. Queste informazioni non sono reperibili nell'EIU Country report, che non consente il livello di dettaglio ritenuto indispensabile dagli Uffici della Rete ICE in Cina. I dati sono anche a disposizione dell'Ufficio Studi.

Abbonamento al Servizio Economist Intelligence Unit – Viewpoint 2021-2022

Con l'annualità 2021-2022 il consueto abbonamento di Agenzia ICE ai country report dell'Economist Intelligence Unit (EIU), gestito direttamente dall'Ufficio Partenariato Industriale, è evoluto in un nuovo servizio denominato EIU Viewpoint, che prevede l'accesso personalizzato destinato a tutti i dipendenti di ICE Agenzia che ne facciano richiesta. A ciascuno

viene fornito un codice di accesso personalizzato, il che agevola la gestione delle richieste e facilita la disseminazione delle informazioni in seno all'Agenzia. Il rinnovo è stato preceduto da una ricerca di mercato in cui sono stati vagliati diversi concorrenti, il maggiore dei quali è stato oggetto di una valutazione comparativa. Il responso unanime di diversi Uffici della Sede e della Rete Estera è stato quello di mantenere l'abbonamento in essere con l'EIU.

2. COLLABORAZIONE CON OO. II.

Costruendo sull'intenso programma di eventi e feedback ricevuto dalle imprese nel 2020, gli obiettivi perseguiti nel 2021 sono stati indirizzati a consolidare le attività di collaborazione e formazione sulle principali Banche Multilaterali di Sviluppo, ampliando nel contempo il raggio d'azione verso i servizi di assistenza ed informazione con il lancio del progetto TENDER PLUS + che ha aggiunto due ulteriori pilastri: quello dell'informazione ai bandi di gara, con il progetto TenderPASS e l'assistenza per i capitolati di alcune multilaterali banche di sviluppo con TenderDESK.

EIB The European Investment Bank - Il procurement dei servizi (23 febbraio 2021)

In collaborazione con OICE e con gli interventi di: Raffaele Cordiner, Investment Officer EIB; Nicola Di Pietro, Transport Specialist (EIB) e Sonia De Giorgis. link: <https://bit.ly/3qTXU6P>

Webinar EBRD/BERS + incontri one-to-one con i relatori (9 marzo 2021)

In collaborazione con ANIE e ANIMA e la partecipazione di one to one meetings con speakers.

Il webinar è visibile al seguente link: <https://bit.ly/2TEuDRv>

Webinar MIGA - Garanzia sugli investimenti MIGA della WB (6 maggio 2021)

In collaborazione con Confindustria e partecipazione di Matteo Bugamelli (Direttore Esecutivo per l'Italia Banca Mondiale); Roberto Luongo (Direttore Generale, Agenzia ICE).

Webinar sulla AIIB + incontri one-to-one (28 maggio 2021)

Paula Alayo (IFC Country Manager, Italy); Ousseynou Nakoulima (Director of Western Europe, IFC); Guido Agostinelli (Senior Industry Specialist, Climate, IFC)

Il webinar è visibile al seguente link: <https://bit.ly/3AzZGhZ>

Webinar BERS - Il procurement dei servizi EBRD (11 giugno 2021)

In collaborazione con OICE e la partecipazione di Johan Bert, Acting Interim Director and Procurement Operations and Delivery Department (EBRD) link: <https://bit.ly/3yDDO3B>

Webinar + incontri one-to-one con Asian Development Bank (21 giugno 2021)

In collaborazione con Confindustria e con la partecipazione di Sergio Lugaresi, ADB Executive Director, Rehan Kausar, Director of Procurement (ADB) e Kevin Moore; link: <https://bit.ly/3dS7eCV>

Presentazione e lancio progetto TENDER PLUS+ (parzialmente in presenza, 16 novembre 2021)

In collaborazione con i colleghi dell'ufficio Formazione hanno preso parte il Sottosegretario Manlio Di Stefano, il Presidente Carlo Ferro, il Min. Nicoletti del MAECI; link: <https://bit.ly/3qWpS2f>

Webinar - Opportunità di procurement per le imprese abruzzesi (1 dicembre 2021)

Evento realizzato in collaborazione con l'Agenzia di Sviluppo della Camera di Commercio di Chieti e Pescara ed Export Flying Desk. Il link alla video registrazione: <https://bit.ly/3F5HMEG>

Webinar TENDER PASS per le imprese piemontesi (20/12/2021)

Evento realizzato in collaborazione con il Ceipiemonte, Centro Estero per l'Internazionalizzazione delle Camere di Commercio del Piemonte. <https://bit.ly/3qYZAwI>

3. AFFARI EUROPEI

Obiettivo delle iniziative curate dalla linea Affari Europei è accrescere le competenze e le conoscenze delle imprese italiane in relazione alle opportunità offerte dalla Commissione europea. Nel 2021 ha preso il via la nuova programmazione europea 2021-2027. Si è ritenuto pertanto fondamentale promuovere e sostenere interventi di informazione/formazione e di capacity building per informare le imprese sui nuovi programmi, ovviare alla scarsa capacità di progettazione e per rafforzare la capacità di gestione dei fondi europei. Di seguito un elenco delle principali attività svolte.

Webinar Europrogettazione: I nuovi programmi comunitari a gestione diretta (24 febbraio-4 marzo 2021)

Il seminario è stato sviluppato lungo l'arco di sette giornate, con una prima parte a carattere seminariale in plenaria (della durata di tre giorni) e una seconda dedicata a due sessioni di esercitazioni di gruppo di due giorni ciascuna. Hanno partecipato 178 aziende, a fronte di un'adesione molto più elevata (240 richieste), che è stato necessario limitare per motivi didattici. La "soddisfazione globale" espressa tramite somministrazione del questionario CS a caldo, è stata di 4,5 su 5.

Webinar: Le opportunità dei nuovi programmi UE 2021-2027 (8 giugno 2021)

Il Webinar aveva lo scopo di fornire una panoramica generale sulle novità dei nuovi programmi avviati dalla Commissione europea nell'ambito del nuovo Quadro Finanziario Pluriennale 2021-2027. I relatori sono stati alti funzionari della Commissione Ue e della Rappresentanza Ue in Italia, responsabili delle varie Direzioni Generali competenti per lo sviluppo della competitività e dell'internazionalizzazione delle PMI e per alcuni programmi di punta per le PMI quali COSME, Single Market Programme - EEN e internazionalizzazione, che sono stati illustrati. Hanno partecipato 400 operatori in rappresentanza di vari settori di attività produttive, istituzioni e servizi alle imprese, a riprova del grande interesse verso le tematiche europee.

Webinar Digital Europe: le nuove opportunità dall'UE (23 novembre 2021)

Il Webinar aveva l'obiettivo di fornire una panoramica generale e operativa su uno dei programmi di punta del nuovo settennato europeo avviato nel 2021: Digital Europe, il programma dedicato all'agenda digitale che sostiene gli investimenti in informatica e dati ad alte prestazioni, intelligenza artificiale e sicurezza informatica.

Sono intervenuti come relatori: Rappresentanza Commissione UE in Italia, DG CONNECT, Commissione Europea e della European Health and Digital Executive Agency (HaDEA) agenzia della Commissione Europea competente per la gestione del programma. Il Webinar ha visto la partecipazione di 230 operatori in rappresentanza di vari settori di attività produttive, istituzioni e servizi alle imprese.

Manuale di Europrogettazione

Nel 2021 è stato completato l'iter di realizzazione, stampa e divulgazione (cartacea e online) del Manuale di Europrogettazione, uno strumento concepito per aiutare le PMI italiane a orientarsi tra le diverse tipologie di finanziamento messe a disposizione dalla Commissione UE, illustrando le metodologie di base necessarie per presentare domande di finanziamento in ambito europeo. La conoscenza di queste ultime, infatti, è una precondizione

indispensabile per partecipare ai bandi, per ottenere i finanziamenti e per riuscire a gestire con successo i progetti finanziati. Il Manuale è stato inoltre divulgato con lettere personalizzate a istituzioni italiane attive in materia di supporto alle PMI e internazionalizzazione.

Comunicazione e diffusione dei programmi UE

Attività realizzata attraverso la Newsletter redatta dall'Ufficio ICE di Bruxelles.

ATTIVITÀ UFFICIO DI MILANO

L'ufficio di Milano ha concentrato la sua attività nello sviluppo di servizi digitali per le PMI in linea con gli obiettivi previsti dal Patto con l'Export, in particolare con i pilastri III Formazione/Informazione, IV E-commerce e V Sistema Fieristico.

Si evidenziano qui di seguito le 4 linee principali di intervento di promozione dei servizi digitali.

Export.gov.it

L'ufficio di Milano cura la gestione lato Agenzia ICE del portale export.gov.it. Il portale rappresenta una soluzione innovativa di unico accesso ai servizi pubblici per l'internazionalizzazione e l'export messi a disposizione da MAECI, Agenzia ICE, SACE e SIMEST, Unioncamere e Regioni. Le soluzioni back end del portale consentono una migliore usabilità da parte del visitatore. Nel 2021 è stato implementato un Chatbot, basato su algoritmi di Intelligenza Artificiale, che consente di offrire un servizio di supporto all'utente, in modo rapido ed efficace. Il Chatbot, inoltre, incorpora funzioni di Machine Learning che consentono un apprendimento automatico. Allo stesso tempo, si sono effettuati numerosi interventi per migliorare l'esperienza dei visitatori e la facilità d'uso per i dispositivi mobili, per ottimizzare la referenziazione dei testi presso i maggiori motori di ricerca, per ottimizzare il peso delle risorse grafiche, per arricchire di contenuti unici la parte riservata, per attrarre nuovi gruppi di utenza attraverso una campagna di comunicazione sui social media. Tali attività hanno consentito di ottenere un numero di visualizzazioni pari a 415.025 e, nell'ambito delle attività di export.gov.it, sono stati raccolti 4.700 contatti, di cui 1.758 utenti iscritti nel 2021.

Progetto blockchain per l'internazionalizzazione

Il progetto blockchain per l'internazionalizzazione è un'attività assolutamente innovativa per l'Agenzia e prevede l'offerta di un servizio di tracciamento con tecnologia blockchain della filiera produttiva per i settori del tessile/abbigliamento e agroalimentare/vini. Obiettivo del progetto è di mettere a disposizione delle aziende un servizio che consenta la protezione e la valorizzazione dei prodotti Made in Italy, il contrasto alla contraffazione e all'Italian sounding e il tracciamento delle filiere produttive, anche in chiave di sostenibilità e sicurezza dei consumatori.

L'ufficio è stato impegnato nella definizione del servizio dal punto di vista tecnico, ovvero l'insieme delle attività

volte a fornire, gestire, mantenere e sviluppare un sistema di registrazione su blockchain. Sono state coinvolte le associazioni di categoria (Federalimentare, SMI, Unione Italiana Vini) e, in collaborazione con le associazioni, sono state individuate alcune aziende pilota con le quali è stato predisposto un servizio di tracciamento demo che ha consentito di definire in maniera puntuale il perimetro dell'offerta da presentare alle aziende. Si è quindi proceduto all'individuazione delle modalità di acquisizione del servizio che deve essere offerto da più operatori economici sulla base delle singole esigenze di tracciamento (più o meno complesso) e del livello di digitalizzazione della PMI partecipanti. Questa soluzione consente inoltre di favorire la partecipazione di più operatori economici anche a livello di start up e contribuisce allo sviluppo del nascente ecosistema italiano di applicazioni della tecnologia blockchain. L'offerta del servizio alle PMI sarà operativa dal 2022. Per la parte di comunicazione è stato realizzato il sito dedicato al progetto Blockchain per l'internazionalizzazione www.ice.it/it/blockchain.

Azioni a favore dell'E-commerce

Nell'ambito del sostegno alle attività di promozione degli accordi e-commerce, l'Ufficio di Milano ha concentrato l'attività nell'attivazione di due soluzioni finalizzate all'assistenza alle PMI al migliore utilizzo dei marketplace con cui l'Agenzia ha sottoscritto degli accordi di collaborazione. In particolare, si è proceduto a:

- creazione di un Help Desk E-commerce costituito da 7 account manager con competenze digitali, con l'obiettivo di assistere le aziende nei processi di internazionalizzazione attraverso i canali e-commerce e di aumentare la percentuale di aziende attive sulle piattaforme oggetto di accordi.

L'Help Desk è strutturato con un alias e-mail, un numero verde e una chat dedicati. Opera in affiancamento alle aziende già operative sui marketplace rilevando le criticità e fornendo le soluzioni appropriate anche con l'organizzazione di webinar formativi specializzati e video tutorial. Opera, inoltre, come promotore degli accordi sottoscritti con la gestione della pagina su linkedin 'ITA - Ecommerce' affiliata alla pagina aziendale dell'Agenzia ITA - Italian Trade Agency e nell'alimentazione delle faq dei minisiti dedicati ai singoli accordi.

- Preparazione di contenuti formativi per il progetto Accelera del gruppo Amazon aperto anche alle aziende non aderenti all'accordo sottoscritto con Amazon. I contenuti formativi sono stati realizzati con produzione video con la tecnologia della grafica animata. I contenuti erano focalizzati sugli strumenti di internazionalizzazione che le PMI possono utilizzare a complemento dell'azione e-commerce.

Fiera Smart 365

L'Ufficio di Milano è impegnato nella gestione della piattaforma Fiera Smart 365 dedicata agli appuntamenti virtuali tra PMI e operatori esteri. L'ufficio gestisce l'area di amministrazione degli eventi, il back end per le aziende espositrici e il front end per i visitatori. Sono stati realizzati 115 incontri di formazione con amministratori e uffici esteri e supporto tecnico e assistenza ai colleghi ICE sulla gestione di eventi con oltre 1200 ticket gestiti.

Nel corso del 2021 sono stati organizzati 85 eventi cui hanno partecipato 4911 aziende italiane e 3910 buyers esteri. Il numero degli incontri b2b digitali creati è stato 5347. Continuo l'impegno del gruppo che gestisce FS365 anche per l'individuazione di migliorie che hanno portato il sistema ad evolvere verso uno strumento altamente rispondente alle necessità presentate dagli eventi organizzati da ICE, oltre che ad una migliorata usabilità del sito da parte delle aziende e buyer, in termini di navigazione, contatti e gestione delle agende per appuntamenti virtuali nonché fisici.

Infine, l'Ufficio è stato impegnato anche nella realizzazione di iniziative promozionali di stampo tradizionale di cui si riportano qui di seguito i riferimenti e un breve descrittivo

Salone Internazionale "DaTE by Mido 2021"

La nona edizione di DaTE, Salone internazionale dell'occhialeria d'avanguardia dedicato all'occhialeria del futuro, si è svolta a Firenze dall'11 al 13 settembre 2021. Agenzia ICE ha supportato un incoming di 15 buyer internazionali, oltre ad eventi di comunicazione online. Il target degli operatori individuato in concerto con ANFAO, si è focalizzato come lo scorso anno, in professionisti di alto livello con punti vendita di tendenza, in linea con l'obiettivo della manifestazione.

Mediterranean Aerospace Matching: Building Our Future, "MAM Grottaglie"

L'evento è stato organizzato con il Distretto Tecnologico Aerospaziale di Brindisi e Aeroporti di Puglia e con la collaborazione della Regione Puglia (attore e finanziatore del programma) e dell'Agenzia Spaziale Italiana (ASI) insieme a Leonardo S.p.A, Intesa Sanpaolo e Intesa Sanpaolo Innovation Center.

Agenzia ICE ha supportato in particolare le startup partecipanti (39 + 1 incubatore) e le PMI innovative pugliesi e nazionali del settore aerospaziale con un incoming di operatori esteri appartenenti alle categorie Corporate, Fondi e Venture Capital e Centri di R&D ed accelerazione e provenienti da Francia, Germania, Repubblica Ceca, Austria, UK, USA, Israele, Giappone e Cina.

Agenzia ICE ha premiato con un particolare riconoscimento (partecipazione nella prossima selezione della terza edizione del Global Start Up Program) una start up partecipante per l'applicazione della intelligenza artificiale all'efficiamento dei satelliti.

Azioni a sostegno di Altagamma

In collaborazione con Altagamma è stato realizzato l'evento ibrido "Next Design Perspectives", che ha avuto luogo il 28 ottobre 2021 presso la sede della Fondazione Feltrinelli a Milano. L'appuntamento di Altagamma ha presentato le tendenze future della creatività e del design ed è stato realizzato in partnership con il MAECI e con l'AGENZIA ICE. L'evento è stato trasmesso in diretta streaming. ICE Milano ha organizzato i servizi interpretariato ed hostessing.

Progetto Export Flying desk

In seguito all'adesione al progetto, l'Ufficio di Milano ha assistito 153 aziende, provenienti da diverse regioni: Lombardia, Emilia-Romagna e Liguria.

PIANIFICAZIONE STRATEGICA E STUDI

Le attività realizzate nel 2021 dall'Ufficio di Supporto per la Pianificazione strategica e il controllo di gestione (USPSCG) a valere su fondi promozionali messi a disposizione dal Ministero Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI) hanno riguardato prevalentemente i due seguenti filoni di intervento:

- attività di studi e intelligence economica a favore della Cabina di regia per l'Italia internazionale, del MAECI, del MISE, dell'alta direzione dell'Agenzia, delle istituzioni e delle imprese che avviano o consolidano strategie di internazionalizzazione;
- attività di gestione e sviluppo del Sistema di gestione per la qualità (SGQ), al fine di favorire il miglioramento della qualità dei servizi dell'ICE alla clientela promozionale e di assistenza.

ATTIVITÀ DI STUDI E INTELLIGENCE ECONOMICA

Nell'ambito del progetto strumenti di analisi a sostegno della promozione dei processi di internazionalizzazione, su fondi del programma promozionale annuale, sono state realizzate le seguenti attività di studio e analisi:

- in collaborazione con la società di ricerca Prometeia, è stata presentata il 3 maggio 2021, alla presenza del Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale Luigi Di Maio, del Presidente dell'Agenzia ICE Carlo Ferro e di Alessandra Lanza, Partner Prometeia, la XVIII edizione del Rapporto Evoluzione del commercio con l'estero per aree e settori.

Il progetto, avviato nel 2002, utilizza il modello di previsione "MoPIce" per prevedere la domanda di importazioni per settori e Paesi dando alle imprese indicazioni sulle prospettive di crescita con una ampia disaggregazione settoriale nei diversi mercati. Le informazioni desunte dal modello, raccolte in una banca dati (FIPIce), vengono utilizzate anche dalla cabina di regia per l'Italia internazionale al fine di individuare i mercati e settori strategici e dall'ICE per definire gli obiettivi della programmazione promozionale.

Specifici progetti sono stati destinati all'ampliamento delle banche dati di commercio estero dell'ICE, alimentando

la pagina web delle statistiche, e a fornire dati e informazioni sull'interscambio e sugli investimenti a imprese e istituzioni. Con riferimento a questo punto, è proseguita l'alimentazione della sezione statistiche dell'ICE con i dati di circa 100 paesi forniti dalla Società TDM - Trade Data Monitor LLC. L'obiettivo di questa iniziativa è quello di mettere a disposizione degli uffici e dell'utenza dati sugli scambi di merci disaggregati per voci del sistema armonizzato, aggiornati mensilmente; questi dati rappresentano una risorsa indispensabile per l'analisi della posizione competitiva delle imprese italiane, a disposizione dell'ICE-Agenzia. L'ICE mette i dati a disposizione dell'utenza esterna e interna, attraverso un'interfaccia dedicata accessibile tramite i propri siti Internet, e sono altresì consultabili attraverso un'interfaccia proprietaria del fornitore. Inoltre, i dati TDM sono utilizzati dai colleghi impegnati nel progetto Export Flying Desk. Si ricorda, infine, che per la parte di fonte Comtrade i dati TDM sono atti ad alimentare alcune sezioni di Infomercatiesteri, la piattaforma della Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese del MAECI.

Nel 2021 è stato rinnovato anche l'abbonamento alla banca dati Euromonitor Passport che contribuisce, con le informazioni su prodotti, prezzi e distribuzione, a completare il patrimonio informativo a disposizione di ICE Agenzia.

Anche nel 2021, in considerazione dell'importanza che il commercio digitale riveste come canale per le imprese per accrescere la loro presenza sui mercati internazionali, si è continuato il filone di ricerca sull'e-commerce già avviato in passato da ICE Agenzia. Nel 2021, l'Agenzia ICE ha deciso di realizzare con la collaborazione del Consorzio Netcomm una breve collana sui temi dell'e-commerce: i quattro quaderni tematici pubblicati sul sito web dell'ICE hanno trattato argomenti come le funzionalità di vendita online nei social media, i sistemi di pagamento, la logistica, e infine forniscono un'analisi del mercato e-commerce nel Regno Unito post-Brexit.

Un altro tema di estrema rilevanza nelle attività di ricerca di ICE Agenzia è quello delle politiche commerciali. Alcuni elementi contenuti negli accordi di libero scambio siglati, o in fase di negoziazione, tra l'UE e i Paesi terzi possono costituire un'opportunità per l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Tuttavia, non è oggi semplice accedere a informazioni utili e organizzate in un sistema coerente e facilmente fruibile. Per queste ragioni nel 2021 è stato completato lo studio sul possibile impatto sulle imprese italiane dell'accordo tra UE e MERCOSUR, realizzato dal CRES Rossi-Doria, dell'Università Roma Tre. L'ICE-Agenzia ha anche affidato ad un operatore economico esterno di comprovata esperienza la realizzazione di singoli studi destinati a fronteggiare le ripercussioni sul commercio internazionale nella fase post-Covid-19, derivanti da possibili indagini di difesa commerciale ai danni dell'Italia promosse da Paesi terzi, il primo dei quali ha avuto ad oggetto le misure antidumping e anti sussidi applicate dagli Stati Uniti d'America nei confronti dell'import di pasta dall'Italia a seguito dell'indagine avviata a luglio 2021 dal locale Department of Commerce. Obiettivo di questa iniziativa è fornire ad ICE-Agenzia uno strumento conoscitivo sullo stato delle citate indagini di difesa commerciale e sui possibili provvedimenti che ne potrebbero conseguire.

Con riguardo al filone di ricerca avente per oggetto le imprese italiane nelle reti produttive internazionali (o catene

globali del valore), nel 2021 è stato caricato online sul sito web ICE all'indirizzo: <https://www.ice.it/it/studi-e-rapporti/le-imprese-italiane-nelle-reti-produttive-internazionali> lo studio "Le imprese italiane nelle reti produttive internazionali", con un focus sul settore automotive nel distretto piemontese.

ATTIVITÀ DI GESTIONE E SVILUPPO DEL SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITÀ (SGQ)

I vertici dell'Agenzia ICE, fin dal 2013, hanno adottato la scelta strategica di applicare lo standard ISO 9001 al proprio sistema di gestione, poiché tale standard favorisce un forte orientamento alla qualità del servizio ed ai fabbisogni ed aspettative dei clienti (intendendo per "clienti" in primis le aziende, oltre agli stakeholders/committenti istituzionali e non).

Il Sistema di Gestione per la Qualità ha evidenziato un sempre maggiore grado di maturità ed ampia consapevolezza da parte del personale sull'approccio per processi, rilevata attraverso l'attività di audit interno SGQ.

Nel 2021 si è attuato il nuovo Piano Triennale degli Audit interni, con copertura nel triennio di tutte le procedure del Sistema verificate sia presso gli uffici della Sede e di Milano sia presso un numero progressivamente maggiore di uffici esteri, anche non certificati.

Inoltre, sulla base della Norma 9001:2015, si è coinvolta la dirigenza nel governo dei processi e delle procedure con un ruolo sempre più attivo.

Il SGQ adotta l'approccio "risk-based thinking" individuando otto Macroprocessi, per ogni attività viene censita la tipologia di rischio/opportunità correlata. Sono state individuate cinque tipologie di rischio, assumendo come opportunità l'ipotesi migliorativa dello scenario di rischio:

- finanziario: se l'attività/processo in generale presenta la possibilità di causare perdite o mancati incassi;
- business continuity: se l'attività/processo in generale presenta la possibilità di originare, in particolari condizioni, la discontinuità e l'interruzione dei processi e/o del servizio;
- reputazionale: se l'attività in generale presenta possibilità di arrecare danni all'immagine di ICE- Agenzia;
- contenzioso/legale/sanzionatorio: se l'attività presenta possibilità di apertura di contenziosi o di non rispetto di leggi ed altre prescrizioni applicabili, o l'imputazione di una sanzione;
- prodotto/servizio non conforme: se l'attività presenta la possibilità di generare prodotti/ servizi non rispondenti ai requisiti contrattuali con il cliente.

È proseguita l'attività rivolta a:

- mantenere e rafforzare il coinvolgimento e la responsabilizzazione della leadership nella verifica/rivalutazione dei rischi interni ed esterni relativi alla qualità dei servizi offerti;
- estendere l'applicazione del SGQ, aumentando la consapevolezza del personale con particolare attenzione agli uffici della rete estera, attraverso gli audit interni sul SGQ presso gli uffici esteri non certificati;
- assistere la struttura sulle tematiche del Sistema e nel coordinare gli aggiornamenti alla documentazione, Manuali e Procedure Operative;
- migliorare la comprensione del sistema attraverso attività di formazione diretta e a distanza;
- effettuare i monitoraggi periodici dei processi del Sistema, attraverso gli audit interni di qualità presso gli uffici dell'Agenzia, secondo un Piano triennale che garantisca la copertura nel triennio della verifica di tutti i processi;
- coordinare l'attività della società vincitrice del contratto triennale di assistenza tecnica specialistica per le attività di auditing interno, formazione e assistenza;
- coordinare l'attività della società vincitrice del contratto triennale di certificazione, accreditata dall'ente di certificazione nazionale Accredia, sulla base della Norma ISO 9001:2015, per l'attività di mantenimento della certificazione dei servizi dell'Agenzia, per le sedi di Roma, di Milano degli uffici esteri certificati e l'adozione per il futuro della modalità multisito che consiste nell'estensione della certificazione all'intera Rete dell'Agenzia;
- supportare direttamente gli uffici in fase di certificazione.

A luglio 2021 l'Agenzia ICE ha ottenuto il mantenimento della certificazione, confermata per gli uffici della Sede, per Milano e per gli uffici esteri di Madrid, Istanbul, San Paolo, Varsavia, Tokyo, Berlino e l'estensione su New York, relativamente alle attività di progettazione e realizzazione servizi di assistenza, promozione, formazione e investimenti esteri.

TAVOLE

TAV.1 - ATTIVITA' PROMOZIONALE 2021 TOTALE PER SISTEMI MERCEOLOGICI

(Valori in Euro)

Sistemi merceologici	Spesa	% sul totale
MODA-PERSONA-TEMPO LIBERO E BENESSERE	35.556.375	23,7%
AGRO-ALIMENTARE	31.955.578	21,3%
TECNOLOGIA INDUSTRIALE, CHIMICA AMBIENTE, START-UP E INNOVAZIONE	25.889.603	17,3%
CASA-UFFICIO	10.022.850	6,7%
FORMAZIONE	4.379.373	2,9%
ATTRAZIONE INVESTIMENTI	2.735.927	1,8%
COLLABORAZIONE INDUSTRIALE	584.232	0,4%
PLURISETTORIALE	7.996.266	5,3%
PROGETTO D - TEM	19.200.000	12,8%
NATION BRANDING	11.642.066	7,8%
Totale	149.962.269	100,0%

TAV.2 - ATTIVITA' PROMOZIONALE 2021 TOTALE PER SETTORI

(Valori in euro)

Sistemi e settori merceologici	Spesa	% sul totale
MODA-PERSONA-TEMPO LIBERO E BENESSERE	35.556.375	23,71%
TESSILE ABBIGLIAMENTO	12.309.775	8,21%
SISTEMA MODA	10.823.807	7,22%
PRODOTTI PER LA PERSONA	6.183.619	4,12%
CUOIO E CALZATURE	3.575.869	2,38%
INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA E MUSICA	2.031.170	1,35%
EDITORIA E STAMPA	632.137	0,42%
AGRO-ALIMENTARE	31.955.578	21,31%
PRODOTTI ALIMENTARI	26.805.096	17,87%
VINO E ALTRE BEVANDE ALCOLICHE	5.011.496	3,34%
PRIVATE LABEL	138.986	0,09%
TECNOLOGIA INDUSTRIALE, CHIMICA AMBIENTE, START-UP E INNOVAZIONE	25.889.603	17,26%
START UP E INNOVAZIONE	10.447.012	6,97%
MACCHINE ED APPARECCHI MECCANICI	8.957.593	5,97%
AUTOVEICOLI	1.827.816	1,22%
CHIMICA E AMBIENTE	1.584.968	1,06%
CANTIERISTICA NAVALE	1.167.224	0,78%
AEROMOBILI E VEICOLI SPAZIALI	769.123	0,51%
NAUTICA	564.968	0,38%
MOTOCICLI E BICICLETTE	457.436	0,31%
LOGISTICA	59.590	0,04%
COSTRUZIONI	53.872	0,04%
CASA-UFFICIO	10.022.850	6,68%
MOBILI, ALTRE INDUSTRIE MANIFATTURIERE	7.154.080	4,77%
PIASTRELLE E LASTRE IN CERAMICA PER PAVIMENTI E RIVESTIMENTI	992.522	0,66%

Sistemi e settori merceologici	Spesa	% sul totale
MATERIALI DA COSTRUZIONE	929.295	0,62%
PIETRE E MARMI	741.094	0,49%
RESTAURO	194.847	0,13%
COSTRUZIONI	11.012	0,01%
FORMAZIONE	4.379.373	2,92%
ATTRAZIONE INVESTIMENTI	2.735.927	1,82%
COLLABORAZIONE INDUSTRIALE	584.232	0,39%
PLURISETTORIALE	7.996.266	5,33%
PROGETTO D - TEM	19.200.000	12,80%
NATION BRANDING	11.642.066	7,76%
Totale	149.962.269	100,0%

TAV.3 - ATTIVITA' PROMOZIONALE 2021 TOTALE PER AREE GEOGRAFICHE

(Valori in euro)

Aree geografiche	Spesa	% sul totale
EUROPA	26.010.307	17,3%
ASIA	25.345.467	16,9%
NORD AMERICA	14.792.913	9,9%
AFRICA	1.939.949	1,3%
CENTRO E SUD AMERICA	611.912	0,4%
OCEANIA	294.718	0,2%
CROSS COUNTRY	19.033.105	12,7%
ITALIA	61.933.899	41,3%
Totale	149.962.269	100,0%

TAV.4 - ATTIVITA' PROMOZIONALE 2021 TOTALE PER PAESI

(Valori in euro)

Paesi	Spesa	% sul totale
STATI UNITI	13.100.389	8,7%
CINA	8.521.753	5,7%
FRANCIA	8.350.669	5,6%
GERMANIA	6.722.990	4,5%
EMIRATI ARABI UNITI	5.830.839	3,9%
GIAPPONE	4.140.839	2,8%
COREA DEL SUD	3.998.016	2,7%
RUSSIA	3.502.602	2,3%
SPAGNA	1.931.284	1,3%
EGITTO	1.008.935	0,7%
REGNO UNITO	1.000.144	0,7%
CANADA	954.607	0,6%
SVIZZERA	851.560	0,6%
SLOVENIA	702.929	0,5%
INDIA	697.073	0,5%
THAILANDIA	607.370	0,4%
MALAYSIA	338.485	0,2%
PAESI BASSI	310.734	0,2%
AUSTRALIA	294.718	0,2%
BRASILE	210.510	0,1%
TURCHIA	209.744	0,1%
PORTOGALLO	199.120	0,1%
QATAR	195.480	0,1%
MACEDONIA	168.610	0,1%
SVEZIA	138.877	0,1%

Paesi	Spesa	% sul totale
MONGOLIA	137.326	0,1%
ALGERIA	130.431	0,1%
ALBANIA	123.783	0,1%
TUNISIA	111.236	0,1%
PERU'	103.147	0,1%
SERBIA	97.399	0,1%
UCRAINA	95.095	0,1%
POLONIA	91.188	0,1%
COLOMBIA	84.563	0,1%
LIBIA	83.972	0,1%
CUBA	83.844	0,1%
KAZAKISTAN	80.068	0,1%
VIETNAM	73.292	0,0%
NORVEGIA	67.669	0,0%
CROAZIA	62.791	0,0%
SUD AFRICA	61.732	0,0%
ANGOLA	56.326	0,0%
MESSICO	52.266	0,0%
CIPRO	51.583	0,0%
BAHREIN	48.982	0,0%
CAMERUN	48.563	0,0%
FINLANDIA	48.457	0,0%
CILE	45.014	0,0%
PAKISTAN	42.039	0,0%
BELGIO	40.828	0,0%
GEORGIA	33.247	0,0%
ERITREA	33.092	0,0%
ISRAELE	30.439	0,0%
LITUANIA	20.521	0,0%

Paesi	Spesa	% sul totale
REPUBBLICA CECA	17.697	0,0%
IRAN	16.704	0,0%
GIORDANIA	12.087	0,0%
ZAMBIA	11.620	0,0%
BANGLADESH	10.248	0,0%
ARGENTINA	9.619	0,0%
MYANMAR	1.790	0,0%
UNGHERIA	1.269	0,0%
ARABIA SAUDITA	1.137	0,0%
GIBUTI	870	0,0%
LIBANO	68	0,0%
IRAQ	-117.828	-0,1%
CROSS-COUNTRY	19.033.105	12,7%
VARI NORD AMERICA	737.917	0,5%
VARI UNIONE EUROPEA	734.328	0,5%
VARI ALTRI PAESI EUROPEI	441.641	0,3%
VARI ALTRI PAESI ASIATICI	433.052	0,3%
VARI AFRICA	393.172	0,3%
VARI PACIFICO	212.963	0,1%
VARI EUROPA CENTRO ORIENTALE	26.794	0,0%
VARI AMERICA CENTRALE E MERIDIONALE	22.949	0,0%
ITALIA	61.933.899	41,3%
Totale	149.962.269	100,0%

TAV.5 - ATTIVITA' PROMOZIONALE 2021 TOTALE PER TIPOLOGIA DI INIZIATIVA

(Valori in euro)

Tipologia d'iniziativa	Spesa	% sul totale
FIERE ALL'ESTERO	34.609.367	23,1%
POTENZIAMENTO FIERE ITALIANE	26.990.472	18,0%
AZIONI CON LA GDO	13.953.554	9,3%
AZIONI DI COMUNICAZIONE	12.569.709	8,4%
AZIONI CON E-COMMERCE	10.548.211	7,0%
CORSI DI FORMAZIONE	5.864.828	3,9%
NUCLEI OPERATIVI, DESK, STUDI, INDAGINI	4.509.975	3,0%
GIORNATE TECNOLOGICHE E GASTRONOMICHE, SEMINARI	4.431.911	3,0%
ALTRE ATTIVITA' DI SUPPORTO ALLA PROMOTION	3.166.075	2,1%
MISSIONI IN ITALIA DI OPERATORI ESTERI	2.476.101	1,7%
<i>PROGETTO D - TEM</i>	<i>19.200.000</i>	<i>12,8%</i>
<i>NATION BRANDING</i>	<i>11.642.066</i>	<i>7,8%</i>
Totale	149.962.269	100,0%

TAV.6 - ATTIVITA' PROMOZIONALE 2021 TOTALE PER PILASTRO

(Valori in euro)

PILASTRI	SPESO	% sul totale
FIERE	63.638.573	42,4%
DIGITALIZZAZIONE	46.308.253	30,9%
COMUNICAZIONE	23.801.209	15,9%
FORMAZIONE E INFORMAZIONE	13.505.440	9,0%
PROMOZIONE INTEGRATA	2.708.795	1,8%
Totale	149.962.269	100,0%



www.ice.it

Italian Trade Agency 

@ITAttradeagency 

ITA-Italian Trade Agency 

@itatradeagency 