

L'ATTIVITÀ PROMOZIONALE DELL'AGENZIA ICE NEL 2023



20
23

L'ATTIVITÀ PROMOZIONALE DELL'AGENZIA ICE NEL 2023

INDICE

| | | | |
|---|-----------|---|-----------|
| PREMESSA | 6 | UFFICIO DI COORDINAMENTO MARKETING | 27 |
| OVERVIEW | 6 | DESK ASSISTENZA E TUTELA DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE E OSTACOLI AL COMMERCIO | 27 |
| L'ATTIVITÀ PROMOZIONALE | 8 | PROGETTO HELP DESK BREXIT | 28 |
| SETTORI, PAESI E STRUMENTI DELL'INTERVENTO PROMOZIONALE | 9 | PROGETTO EXPORT FLYING DESK | 28 |
| CUSTOMER SATISFACTION | 12 | DESK NORMATIVE TECNICHE | 29 |
| LE ATTIVITÀ DEGLI UFFICI DELL'AGENZIA ICE | 16 | RILEVAZIONE ESTERNA DELLA CUSTOMER SATISFACTION | 29 |
| UFFICIO BENI DI CONSUMO | 16 | ARRICCHIMENTO BANCA DATI OPERATORI ITALIANI (BDOI) | 30 |
| UFFICIO AGROALIMENTARE E VINI | 17 | UFFICIO SERVIZI ALLE IMPRESE | 30 |
| UFFICIO TECNOLOGIA INDUSTRIALE, ENERGIA E AMBIENTE | 19 | ATTIVITÀ DIGITALI PER LE IMPRESE | 30 |
| INDUSTRIA LEGGERA E MECCANICA INDUSTRIALE | 20 | UFFICIO SERVIZI FORMATIVI | 31 |
| MOTORISTICA E INFRASTRUTTURE | 22 | FORMAZIONE E ACCOMPAGNAMENTO SUI MERCATI ESTERI | 31 |
| INNOVAZIONE | 24 | INIZIATIVE PER LE IMPRESE | 31 |
| START UP | 25 | INIZIATIVE PER GIOVANI LAUREATI | 32 |
| UFFICIO PARTENARIATO INDUSTRIALE E RAPPORTI CON GLI ORGANISMI INTERNAZIONALI | 26 | INIZIATIVE PER OPERATORI STRANIERI | 32 |
| | | ATTIVITÀ DI FORMAZIONE ON LINE | 33 |

| | | | |
|--|-----------|---|-----------|
| UFFICIO DI COORDINAMENTO ATTRAZIONE INVESTIMENTI ESTERI | 33 | UFFICIO DI SUPPORTO COMUNICAZIONE, RELAZIONI ESTERNE E ISTITUZIONALI | 40 |
| UFFICIO DI MILANO | 35 | COMUNICAZIONE, RELAZIONI ESTERNE E ISTITUZIONALI | 40 |
| FIERA SMART 365 | 35 | SUPPORTO AGLI UFFICI DELLA SEDE NELL'ORGANIZZAZIONE DI EVENTI | 40 |
| EXPORT.GOV.IT | 35 | GRANDI EVENTI SPORTIVI | 41 |
| PROGETTO BLOCKCHAIN PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE | 36 | NATION BRANDING | 42 |
| UFFICIO DI SUPPORTO PER LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA E IL CONTROLLO DI GESTIONE | 36 | ITALY JAPAN BUSINESS GROUP | 42 |
| ATTIVITÀ DI STUDI E INTELLIGENCE ECONOMICA | 36 | RAFFORZAMENTO DEI RAPPORTI CON LA STAMPA E POTENZIAMENTO DELL'IMMAGINE SUI MEDIA | 42 |
| ATTIVITÀ DI GESTIONE E SVILUPPO DEL SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITÀ (SGQ) | 38 | GESTIONE DEI SOCIAL ISTITUZIONALI DELL'AGENZIA ICE | 43 |
| | | TAVOLE | 44 |

PREMESSA

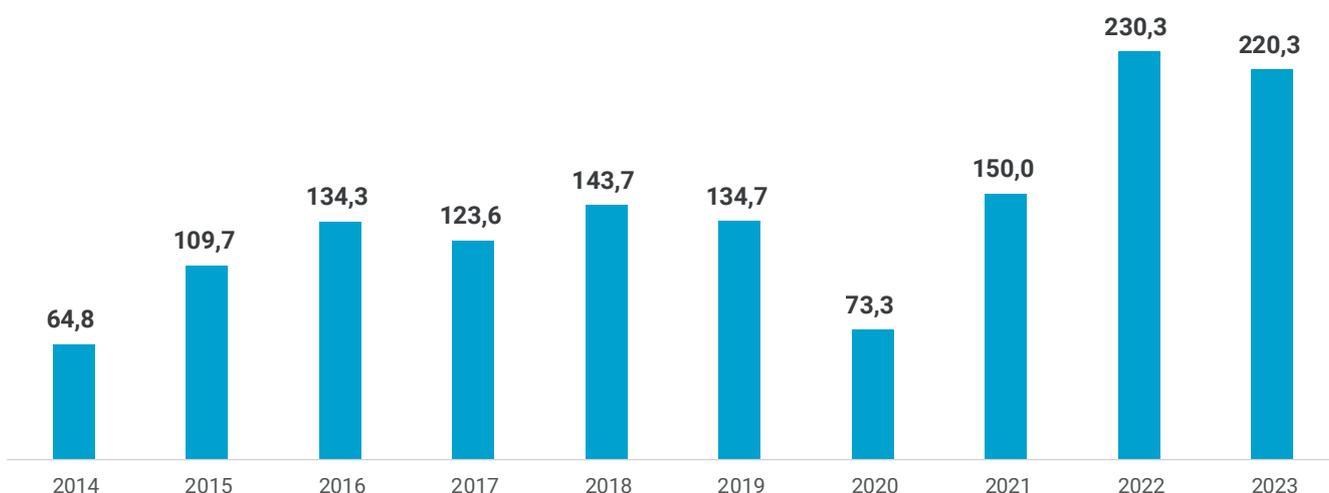
OVERVIEW

L'economia italiana ha osservato nel 2023 un rallentamento della rapida ripresa economica che aveva caratterizzato i due anni precedenti. Il PIL è cresciuto dello 0,9%, con un incremento superiore rispetto a quello di Francia e Germania e al tasso medio dell'Eurozona. Per quanto riguarda la domanda estera netta, le esportazioni sono aumentate dello 0,2%; le importazioni, invece, sono diminuite dello 0,5%. A prezzi costanti, la quota di mercato mondiale delle esportazioni italiane di merci è rimasta stabile rispetto all'Eurozona, subendo però una lieve diminuzione rispetto ad altre aree – in particolar modo rispetto alle Americhe e alla Cina. A prezzi correnti, invece, le vendite all'estero di beni dell'Italia si sono attestate sullo stesso livello del 2022 (626 miliardi, var. 2023/22= 0,0%) e la quota di mercato sul totale delle esportazioni mondiali ha recuperato la leggera perdita del biennio precedente, causata dal deprezzamento dell'euro e dal vistoso incremento del peso delle materie prime energetiche sul totale degli scambi. Le esportazioni italiane di servizi sono cresciute di oltre l'8% in volume, aumentando la propria quota

di mercato mondiale (1,8% a prezzi correnti: un dato, tuttavia, ben inferiore rispetto a quello della quota di mercato mondiale delle esportazioni italiane di merci, 2,8%).

Per quel che riguarda l'attività dell'Agenzia ICE, la definitiva uscita di scena dell'emergenza sanitaria internazionale ha permesso un rilancio pieno degli eventi promozionali, e in particolare delle iniziative tradizionali in presenza (partecipazioni collettive a fiere, seminari e workshop, mostre autonome, ecc.). Nel corso del 2023, dunque, l'Agenzia ICE ha continuato a sostenere le aziende italiane, organizzando interventi promozionali per una spesa complessiva di 220,3 milioni di euro. Sebbene il dato evidenzia una lieve flessione rispetto all'anno precedente (come indicato nella figura che segue), è necessario segnalare che nel 2022 la spesa si era attestata sui 230,5 milioni anche per via di fattori straordinari quali la realizzazione della campagna di Nation Branding "beIT" e del progetto speciale "Bonus export digitale", che avevano generato una spesa complessiva di 59,5 milioni.

Spesa promozionale 2014-2023



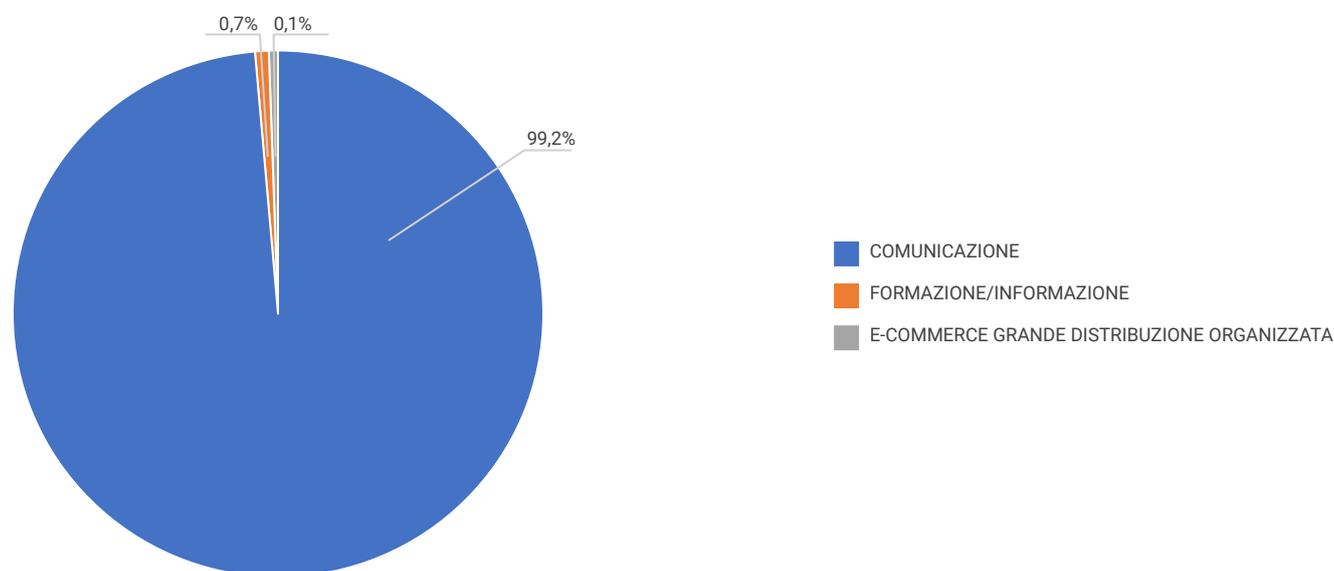
La spesa promozionale complessiva del 2023 (che rappresenta l'ammontare dei costi netti promozionali registrati nel singolo anno solare) è ripartibile in tre voci principali:

- 218,6 milioni di euro (99,2% della spesa totale) per iniziative dei Piani promozionali ordinari e straordinari ICE-MAECl, che includono anche 12,4 milioni di euro di contributo privato versato dalle aziende a titolo di compartecipazio-

ne dei costi di realizzazione delle iniziative promozionali;

- 1,5 mln di euro (0,7%) per gli interventi finanziati dal MISE/MIMIT, per iniziative in collaborazione con CNA e Confartigianato, per iniziative finanziate dalle Regioni e per le code di attività a valere sul Quinto programma operativo del Piano Export Sud e sui fondi Made in Italy ex L. 350/2003;
- 0,2 mln di euro (0,1%) per altre attività finanziate da privati.

Ripartizione della spesa promozionale 2023 per tipologia di fondi



Anche nel 2023 le attività del Piano promozionale ordinario e straordinario hanno rappresentato la parte più rilevante dell'attività promozionale dell'Agenzia ICE. Come noto, i Piani vengono definiti annualmente sulla base delle linee guida e di indirizzo strategico definite dalla Cabina di Regia e tenendo conto delle proposte elaborate dalla rete degli uffici dell'Agenzia ICE all'estero, assieme alle Ambasciate, sulla base del continuo confronto con le categorie produttive e con il mondo associativo, che permette che gli interventi siano adeguatamente in linea con le esigenze delle imprese. I Piani vengono finanziati annualmente attraverso la Legge di Bilancio, adottata dal Parlamento nel mese di dicembre, con un contributo a carico del bilancio del MAECl.

Alle azioni dei Piani ordinari e straordinari ICE-MAECl si sono affiancate, in maniera complementare, gli interventi attuati nel quadro delle attività realizzate a valere su altri fondi MISE/MIMIT e MAECl, per conto di altri Enti, Istituzioni (Regioni, Ministeri, ecc.) e committenti privati, che hanno registrato costi pari a 1,7 milioni di euro. Nell'ambito di questo importo, il Piano Export Sud II ha registrato una spesa di 508 mila euro nel 2023, relativa a code di attività del Quinto programma operativo, realizzato dal 1° gennaio al 31 dicembre 2022.

Il contributo privato da parte delle imprese nel 2023 ha rappresentato quasi il 6% della spesa totale. Questo dato risulta in risalita rispetto al 2022 (2%), anche per via della gra-

duale reintroduzione delle quote di partecipazione agli eventi promozionali dopo il periodo pandemico: tra febbraio 2020 e dicembre 2022, infatti, le aziende partecipanti agli eventi pro-

mozionali organizzati dall'Agenzia ICE avevano potuto godere della gratuità del primo modulo espositivo.

L'ATTIVITÀ PROMOZIONALE

L'azione promozionale dell'Agenzia ICE nel 2023 è stata sviluppata tenendo conto delle direttive ricevute dalla Cabina di Regia per l'Italia Internazionale del 16 febbraio 2023 che – a seguito di un confronto con i principali stakeholder dell'Agenzia ICE e con tutte le associazioni di categoria e gli Enti preposti al sostegno pubblico all'internazionalizzazione – ha definito paesi prioritari e attività in termini di azioni strategiche, geografiche e settoriali.

L'attività a supporto delle manifestazioni fieristiche, sia in Italia che all'estero, è stata di particolare rilievo: sono stati oltre 11.000 i delegati presenti in 123 eventi italiani; sono state invece 6.000 le aziende che hanno presenziato nei padiglioni nazionali organizzati in 266 fiere di 60 mercati differenti. Sono inoltre proseguite le promozioni con i principali player GDO ed e-commerce in tutto il mondo, le azioni di comunicazione (anche attivando l'iter per realizzare la seconda fase

della Campagna di Nation Branding), le attività di formazione e informazione per le imprese italiane e la ricerca di nuove partnership per l'attrazione di investimenti esteri in Italia.

Per assicurare continuità agli interventi avviati negli anni precedenti, nel 2023 il Governo ha destinato ingenti risorse per la prosecuzione delle misure di promozione del Made in Italy nel 2023/24, con uno stanziamento per l'anno 2023 pari a 168,7 milioni di euro, affidato all'Agenzia ICE per il finanziamento di progetti promozionali declinati 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 3712/485 dell'8 marzo 2022 ha previsto, per ognuna delle tipologie di azione sopra indicate, la seguente ripartizione triennale (2022-2024) delle risorse:

| 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 e 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 iniziative promozionali realizzate nel 2023 sono state complessivamente 960 e hanno visto la partecipazione di 21.300 operatori italiani e 14.100 esteri. Il MAECI e l'Agenzia ICE hanno svolto un'intensa azione di promozione del sistema fieristico italiano con differenti iniziative volte a incrementare la presenza di buyers stranieri nell'ambito degli eventi fieristici italiani più rappresentativi e rilevanti a livello internazionale, a favorire la partecipazione delle imprese italiane ai più importanti saloni internazionali attraverso appositi padiglioni nazionali e a promuovere l'organizzazione dei maggiori eventi fieristici italiani di portata internazionale.

Il 19,2% del totale delle risorse promozionali è stato destinato al comparto agroalimentare, che ha registrato una spesa di 42,4 milioni di euro. Il sistema tecnologia industriale ha invece conseguito una spesa pari a 40,7 milioni (18,5% del totale), mentre il comparto moda-persona-sport si è attestato sui 38,4 milioni (17,4%). Di una certa rilevanza anche la spesa per il comparto casa-ufficio (pari a 21,7 milioni, 9,8%

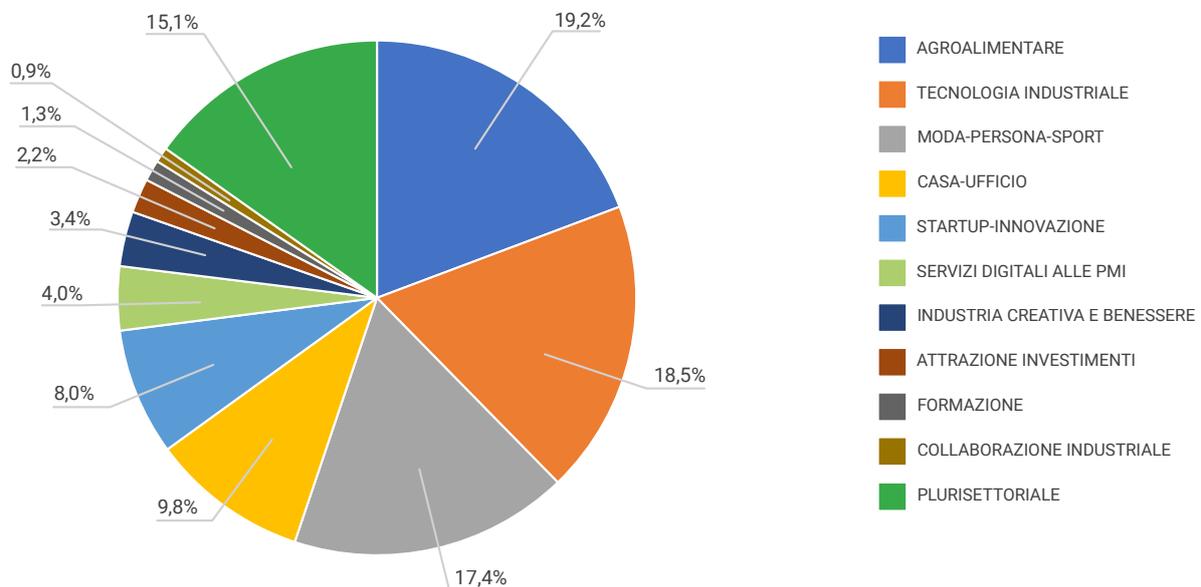
del totale) e per il sistema startup-innovazione e digitalizzazione (17,6 milioni, 8,0%).

Le attività plurisetoriali, che hanno registrato una spesa di 33,4 milioni di euro (15,1%), comprendono le attività di comunicazione del Sistema Italia, quelle realizzate col fine di accrescere la notorietà del Made in Italy e di promuovere internazionalmente l'Italia nell'ambito di grandi eventi sportivi, le campagne GDO/e-commerce dedicate a più settori, la gestione di banche dati, ecc.

Seguono, in ordine di consistenza, la spesa a sostegno dei servizi digitali alle PMI (8,8 milioni, 4,0%), quella a supporto dell'industria creativa e del benessere (7,6 milioni, 3,4%) e gli interventi di attrazione degli investimenti esteri in Italia (4,8 milioni, 2,2%).

Alle attività di formazione – iniziative a favore di imprese, giovani laureati e operatori stranieri – sono stati destinati 2,9 milioni (1,3%). Le azioni di collaborazione industriale hanno registrato, invece, una spesa di 2,1 milioni (0,9%).

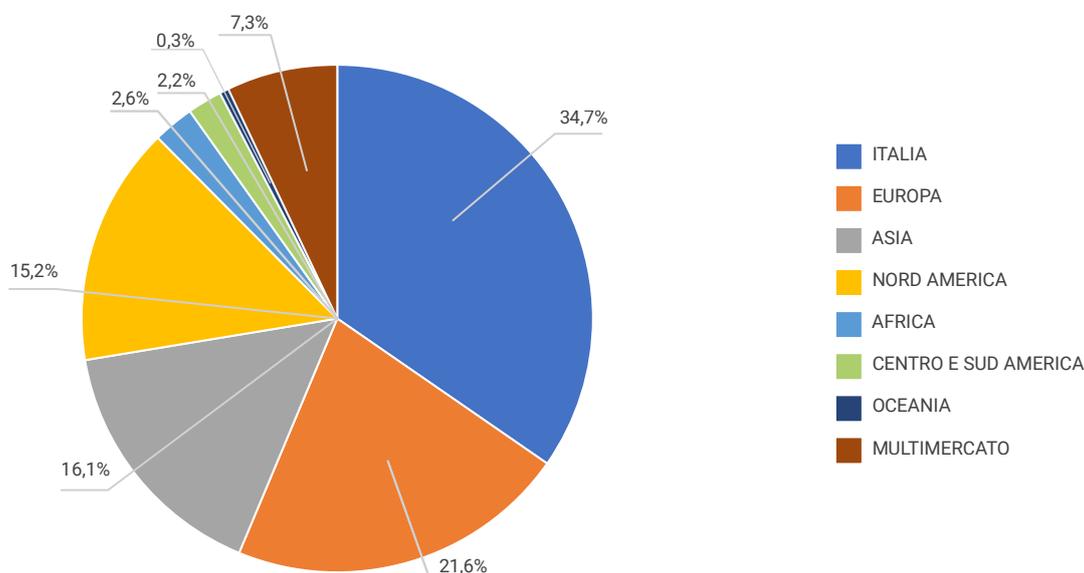
Ripartizione spesa promozionale 2023 per sistema merceologico



Per quanto riguarda la ripartizione della spesa promozionale del 2023 per aree geografiche, invece, si è confermato primario l'impegno finanziario a sostegno delle iniziative a favore dell'internazionalizzazione che si svolgono in Italia (tra le quali rientrano, principalmente, le azioni a sostegno dei grandi eventi fieristici italiani, le attività di formazione, le attività di comunicazione in occasione di grandi eventi sportivi, il progetto Blockchain, workshop, studi e analisi), con una spesa totale di 76,4 milioni (34,7% del totale).

Dopo l'Italia, l'Europa è stata la prima area di intervento

Ripartizione spesa promozionale 2023 per aree geografiche



Per quel che riguarda i principali mercati dell'attività promozionale 2023, gli Stati Uniti si sono confermati primo paese per entità dell'investimento promozionale, con 31,2 milioni di euro (14,2% del totale), seguiti al secondo posto dalla Francia con 15,5 milioni (7,1%) e al terzo dalla Germania con 12,6 milioni (5,7%).

È risultato consistente anche l'impegno di risorse per i mercati di Cina, Regno Unito, Emirati Arabi Uniti, Giappone,

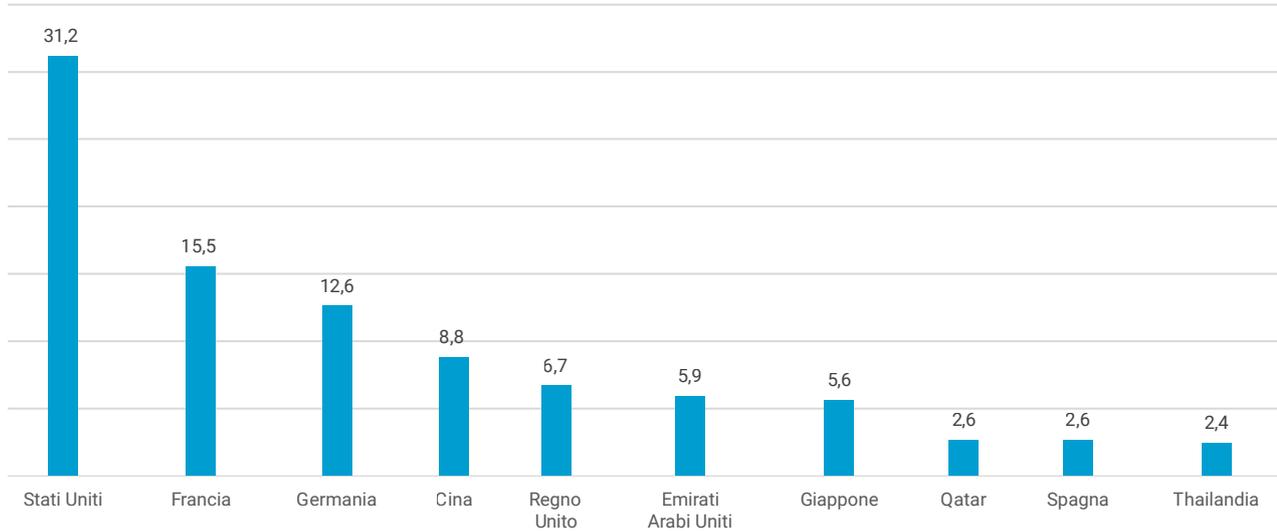
dell'attività dell'Agenzia ICE con 47,6 milioni di spesa (21,6% del totale), seguita dai mercati asiatici (35,5 milioni, 16,1%) e nordamericani (33,6 milioni, 15,2%). Si evidenziano, inoltre, gli interventi in Africa con 5,7 milioni (2,6%, in aumento rispetto ai 4,6 milioni del 2022), seguiti da quelli in Centro e Sud America con 4,8 milioni (2,2%) e in Oceania con 0,7 milioni (0,3%).

Le azioni promozionali e di comunicazione multi-mercato, che hanno interessato più aree geografiche, hanno totalizzato una spesa pari a 16 milioni (7,3%).

Qatar (che ha ospitato "The International Horticultural Exhibition EXPO 2023 Doha Qatar – Green Desert, Better Environment"), Spagna e Thailandia, attestatisi tra i primi dieci paesi di intervento, come evidenziato nella figura che segue.

È qui necessario evidenziare, come si può notare dalla tavola 3 in appendice, che l'Agenzia ICE ha registrato costi promozionali in ben 101 mercati: erano stati 88 nel 2022 e 66 nel 2021.

I primi 10 paesi dell'investimento promozionale nel 2023



Per quel che riguarda le tipologie di intervento promozionale la spesa per le manifestazioni espositive all'estero (fiere, mostre e presenze istituzionali), grazie alla piena ripresa degli eventi in presenza, è risultato la voce più rilevante del 2023 (98,2 milioni di euro, 44,6% del totale).

È stato molto consistente anche l'investimento in azioni di comunicazione, con un totale di 41,6 milioni (18,9%). Il potenziamento delle principali manifestazioni fieristiche italiane e gli incoming in Italia sono invece la terza tipologia di intervento tra quelle realizzate nel 2023, con una spesa di 40,6 milioni (18,4%).

Seguono le azioni di partnership con l'e-commerce e la GDO (20,1 milioni, 9,1% del totale), il finanziamento di desk per l'assistenza alle PMI all'estero (6,3 milioni, 2,9%), i progetti digitali per le PMI (6,3 milioni, 2,9%), le attività di formazione alle imprese (6,1 milioni, 2,8%) e, infine, altre tipologie di promozione come indagini di mercato, nuclei operativi, studi, ecc. (per le quali è stato speso complessivamente 1 milione, 0,5%).

Per quanto riguarda la ripartizione della spesa promozionale riconducibile alle tipologie di azione previste dal Decreto MAECI n. 3712/485, che ripartisce i fondi destinati alla promozione degli scambi e all'internazionalizzazione delle imprese italiane nel triennio 2022-2024, l'importo più consistente è stato quello dedicato al sistema fieristico, con una spesa di 104,7 milioni di euro (47,5% del totale), seguito da digitalizzazione e innovazione con 29,9 milioni (13,6%) e dalla valorizzazione delle produzioni agricole e agroalimentari con 23,5 milioni (10,7%). Seguono poi le azioni di: comunicazione (23,0 milioni, 10,4%); e-commerce e grande distribuzione organizzata (20,1 milioni, 9,1%); formazione/informazione (14,3 milioni, 6,5%); attrazione investimenti esteri (4,8 milioni, 2,2%).

Siccome l'impostazione originaria della ripartizione era differente, la distribuzione per linee dei fondi antecedenti il PO 2022 è stata adattata a quella prevista dal decreto attuale.

CUSTOMER SATISFACTION

Per rilevare i livelli di soddisfazione delle aziende italiane clienti dell'Agenzia ICE in riferimento ai servizi di promozione utilizzati nel corso del 2023 è stata impiegata una metodologia di somministrazione mista:

- CAWI (*Computer Assisted Web Interviewing*): interviste autocompilare con questionario online, inviate tramite i contatti e-mail forniti da Agenzia ICE;
- CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*): interviste telefoniche per raggiungere le aziende che non hanno

risposto al questionario online.

A partire da un universo di 22.525 aziende sono state effettuate 3.987 interviste ed è emerso che, nel complesso, i servizi di promozione hanno raggiunto una soddisfazione media di 4,3 (su scala da 1 a 5).

Il report completo sulla *Customer Satisfaction* è disponibile nella sezione "Servizi Erogati" (sottosezione "Servizi in Rete") del sito dell'Amministrazione Trasparente dell'Agenzia ICE (<http://ice.patisweb.it>).

FOCUS: I PROGETTI INNOVATIVI DI AGENZIA ICE

LA STRATEGIA DIGITALE: E-COMMERCE

Nel 2023 l'Agenzia ICE, 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, ha dato seguito alle linee strategiche già in atto negli anni passati attraverso:

- la sottoscrizione di accordi con grandi marketplace ed e-tailer internazionali o locali, per garantire alle realtà produttrici italiane, a costi limitati, l'accesso a tali piattaforme;
- la creazione – all'interno di queste piattaforme – di vetrine del Made in Italy, per contrastare i fenomeni di Italian sounding;
- il 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;
- assistenza end-to-end: dalla creazione di negozi virtuali fino alla fatturazione, attraverso l'intero ciclo dell'e-commerce (formazione, promozione, ordine, logistica, post-vendita).

Nel corso dell'anno l'Agenzia ICE ha aperto 18 vetrine in 7 paesi con i seguenti partner e-commerce: Archiproducts (Stati Uniti, Germania, Regno Unito, Francia, Spagna), Ankorstore e Manomano (Francia, Germania, Regno Unito, Spagna), Empik (Polonia), Lazada (Thailandia), Wine52 e Ocado (Regno Unito), Wine.com (Stati Uniti). Di queste piattaforme, due sono dedicate esclusivamente al vino (Wine52 e Wine.com); Archiproducts è rivolta ai settori arredamento e design; Ocado al settore agroalimentare; Manomano al settore "Fai da te"; le tre restanti sono plurisetoriali (tra loro, Ankorstore si rivolge al segmento B2B).

Le aziende servite nell'ambito di tali accordi sono state 4.343, delle quali 3.064 sono state ammesse nel 2023. Le categorie merceologiche maggiormente rappresentate sono, in sequenza: agroalimentare, vini e bevande alcoliche; design; cosmetica; abbigliamento e accessori; gioielleria; pelletteria e calzature; occhialeria; tecnologia industriale. Dal punto di vista della distribuzione territoriale, invece, cinque Regioni italiane raggruppano oltre il 50% delle aziende ammesse: Veneto, Lombardia, Toscana, Piemonte ed Emilia-Romagna.

In termini dimensionali, le aziende che hanno aderito ai progetti e-commerce dell'Agenzia ICE rientrano per la quasi totalità nella categoria delle PMI: meno del 10%, infatti, dichiara un

fatturato annuo superiore ai 25 milioni di euro.

A partire dal 2022, inoltre, l'Agenzia ICE fornisce un servizio di assistenza specializzata tramite un team dedicato a indirizzare le aziende nel mondo delle soluzioni digitali e-commerce e a dare loro indicazioni per ottimizzare la loro presenza sulle varie piattaforme: nel 2023 tale servizio di consulenza digitale è stato utilizzato da 473 aziende.

Sempre a supporto delle imprese, l'Agenzia ICE e Amazon hanno proseguito la loro collaborazione con il servizio "Made in Italy Incubator", che ha affiancato complessivamente 120 imprese del Made in Italy nell'incremento delle proprie performance sulla piattaforma tramite una consulenza specializzata e la creazione di business plan e piani di azione progettati ad hoc.

LA STRATEGIA NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA (GDO)

Come indicato dalla Cabina di Regia per l'Internazionalizzazione, «per proseguire nel solco dell'azione di rafforzamento dell'offerta del Made in Italy nelle catene della GDO internazionale», le iniziative che l'Agenzia ICE realizza con le GDO estere, in stretto raccordo con il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, costituiscono una base di marketing incentivante per i processi di aggregazione e qualificazione dell'offerta di prodotti e di servizi delle PMI export-oriented, oltre che un ulteriore stimolo per le attività online che caratterizzano la struttura di molte catene distributive estere.

Ciascun retailer, a fronte di un investimento promozionale dell'Agenzia ICE, si impegna a effettuare acquisti aggiuntivi di prodotti italiani di qualità da distribuire nei propri punti vendita sul territorio, anche in modalità online. Le GDO sono inoltre incentivate ad ampliare la gamma di prodotti italiani in assortimento e a prevedere l'inserimento di nuovi fornitori.

Le finalità che l'Agenzia ICE intende raggiungere attraverso gli accordi con le GDO sono:

- sostenere l'ingresso e lo sviluppo sui mercati esteri di prodotti italiani di qualità, grazie alla collaborazione con le GDO e con i retailer O2O (offline to online);
- incrementare la visibilità, la distribuzione e le 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 del Made in Italy;

- contrastare la contraffazione e altri fenomeni simili, come quello dell'Italian Sounding.

Nel 2023 sono stati registrati 55 accordi attivi con la GDO in tutto il mondo, con particolare riferimento ad alcuni mercati prioritari (tra i quali: Stati Uniti, Giappone, Cina, Emirati Arabi Uniti, Thailandia e Canada), che han-

no coinvolto oltre 6.000 punti vendita. Tra le catene distributive estere coinvolte citiamo, a titolo esemplificativo: Rouses, World Market e Hy Vee (USA), Secoma (Giappone), Jenny Wang, Chunbo e Benlai (Cina), Lulu (Qatar, Bahrain e Arabia Saudita), The Mall Group (Thailandia), Saq e Lcbo (Canada), Konzum (Croazia).

LE ATTIVITÀ DEGLI UFFICI DELL'AGENZIA ICE

Quella che segue è una sintetica descrizione delle attività gestite dagli Uffici dell'Agenzia ICE, secondo la struttura vigente fino al 31 dicembre 2023. A partire dal 1° gennaio 2024, infatti, dando seguito alla modifica della legge istitutiva dell'Agenzia ICE (articolo 1, comma 50, della legge 30 dicem-

bre 2021 n. 234), l'Agenzia ha introdotto, in aggiunta alla Direzione Generale, 4 nuove Direzioni Centrali: Direzione Centrale Amministrazione, Direzione Centrale per i Settori dell'Export, Direzione Centrale Servizi alle Imprese, Marketing e Innovazione e Direzione Centrale Rete Estera.

UFFICIO BENI DI CONSUMO

L'attività dell'Ufficio Beni di Consumo, dal punto di vista settoriale, è articolata in quattro comparti principali, riferiti rispettivamente alla moda (abbigliamento, calzature e accessori), ai prodotti per la persona (gioielleria, occhialeria, cosmetica, sport e benessere), al sistema casa (materiali da costruzione, arredamento e artigianato) e alle industrie creative e culturali (editoria, musica, audiovisivi).

Per tutti i settori di competenza dell'Ufficio si è assistito nel 2023 al graduale superamento dell'emergenza pandemica, accompagnato da importanti segnali di ripresa dell'export e da un forte ritorno d'interesse per le manifestazioni in presenza. Su questo piano in particolare l'Ufficio, coerentemente con la politica promozionale generale dell'Agenzia, ha lavorato intensamente e a stretto contatto con i partner associativi e fieristici nazionali; il miglioramento delle condizioni operative ha consentito inoltre l'uscita dal regime straordinario applicato fino all'anno precedente e la reintroduzione progressiva delle quote di partecipazione alle iniziative promozionali.

Dal punto di vista geografico, i mercati di maggior interesse si sono confermati quelli tradizionalmente più ricettivi per il Made in Italy settoriale, con particolare attenzione agli Stati Uniti, alla regione del Golfo e all'area del Pacifico; se la do-

manda europea è rimasta importante, ma complessivamente meno dinamica, si è assistito alla nascita di nuove opportunità nel Sudest asiatico e, in prospettiva, nel continente africano. È necessario anche segnalare che le conseguenze degli eventi geopolitici in corso ai confini orientali e sudorientali dell'Europa sono state significative, in modo particolare per alcuni dei settori di competenza dell'Ufficio.

Sul piano delle tipologie promozionali la ripartizione principale è tra i progetti di supporto a fiere e a eventi nella modalità a contributo e le azioni a gestione diretta (che includono prevalentemente padiglioni nazionali presso fiere estere, incoming e azioni di comunicazione accanto ad altre tipologie promozionali). In continuità con le annualità immediatamente precedenti, i progetti a contributo hanno riguardato per esempio le settimane milanesi della moda, con progettualità articolate in funzione dei diversi partner interessati, e le principali fiere settoriali italiane: Pitti Immagine (Firenze, 10-27 gennaio e 13-30 giugno), Milano Unica (Rho, 31 gennaio - 2 febbraio e 11-13 luglio), MICAM Milano (Rho, 19-22 febbraio e 17-20 settembre), MIPEL (Rho, 19-22 febbraio e 17-20 settembre) e Expo Riva Schuh & Gardabags (Riva del Garda, 14-17 gennaio e 17-20 giugno) per il comparto della moda;

Cosmoprof Worldwide Bologna (Bologna, 16-20 marzo), VicenzaOro (Vicenza, 8-12 settembre) e MIDO (Milano, 4-6 febbraio) per i prodotti per la persona; Salone del Mobile (Rho, 18-23 aprile) e CERSAIE (Bologna, 25-29 settembre) per il sistema casa-arredo; MIA (Roma, 9-13 ottobre) e Bologna Children's Book Fair (Bologna, 6-9 marzo) per le industrie creative e culturali.

Numerose altre manifestazioni italiane sono state oggetto di incoming e azioni di supporto a gestione diretta, con l'obiettivo di valorizzare gli eventi in sinergia con i rispettivi organizzatori. In questo campo l'approccio è stato quello di condividere l'impegno complessivo attribuendo a ciascuno dei partner le attività maggiormente in linea con le rispettive capacità operative.

Le iniziative svolte all'estero hanno incluso: programmi articolati come quello legato all'Italian Design Day (realizzato in collaborazione con la rete diplomatica sul tema prescelto per il 2023, "La qualità che illumina. L'energia del design per le persone e per l'ambiente"); iniziative ricorrenti come, per esempio, la mostra autonoma Moda Italia in Giappone (Tokyo, 7-9 febbraio e 11-13 luglio) e la partecipazione

alle fiere Maison&Objet (Parigi, 19-23 gennaio), Buchmesse (Francoforte sul Meno, 18-22 ottobre), JCK (Las Vegas, 2-5 giugno) e Beauty Istanbul (Istanbul, 27-29 settembre); iniziative dedicate a settori di nicchia e a mercati meno frequentati in passato, tra le quali si segnalano le partecipazioni a fiere africane del settore costruzioni e involucro edilizio come SENCON (Dakar, 23-25 febbraio), BIG 5 Construct Kenya (Nairobi, 8-10 novembre) e AddisBuild (Addis Abeba, 18-20 maggio) e quelle a manifestazioni dedicate alla moda nuziale – Bridal Fashion Week (Barcellona, 19-22 aprile), all'industria dei videogiochi – Gamescom (Colonia, 23-27 agosto) e GDC (San Francisco, 20-24 marzo) e alle attrezzature per gli sport invernali – World Winter Sports Expo (Pechino, 15-17 settembre).

Nel 2023 sono inoltre proseguite le attività dei progetti speciali Confartigianato USA ed extraitastyle.com, rivolte al mercato nordamericano, e sono giunte a completamento quelle previste dai programmi BUY DESIGN, realizzato in collaborazione con la Regione Toscana, e Italian Design Masterclass China.

UFFICIO AGROALIMENTARE E VINI

L'Ufficio Agroalimentare svolge la propria attività attraverso: l'organizzazione di collettive nazionali presso le principali Fiere estere di settore; B2B tra buyer esteri e aziende italiane in occasione di eventi fieristici primari o in collaborazione con Associazioni di categoria e stakeholder privati; giornate di formazione/informazione; Borse Vini.

Tra le iniziative principali dell'Ufficio Agroalimentare e Vini nel 2023 si contano:

- 60 partecipazioni a fiere estere e mostre autonome, tra le quali Biofach (Norimberga, 14-17 febbraio), Foodex (Tokyo, 7-10 marzo), Seoul Food (30 maggio - 2 giugno), Hofex (Hong Kong, 10-12 maggio), Gourmet Selection Pa-

ris (Parigi, 10-11 settembre), Wine Paris & Vinexpo Paris (Parigi, 13-15 febbraio), Prowein (Dusseldorf, 19-21 marzo), Bar Convent Berlin (Berlino, 9-11 ottobre), Bar Convent Brooklyn (New York, 13-14 giugno), PLMA Amsterdam (Amsterdam, 23-24 maggio) e PLMA Chicago (Chicago, 13-14 novembre);

- oltre 30 incoming in Italia, tra i quali quelli a: Sigep (Rimini, 21-25 gennaio), Beer&Food Attraction (Rimini, 19-22 febbraio), Sana (Bologna, 7-10 settembre), Slow Wine Fair (Bologna, 26-28 febbraio), Milano Wine Week (Milano, 7-15 ottobre), Aperitivo Festival (Milano, 25-28 maggio), Marca (Bologna, 18-19 gennaio), Vinitaly e Sol&Agrifood

- (Verona, 2-5 aprile), Vitigno Italia (Napoli, 15-17 maggio);
- 17 azioni di comunicazione attraverso campagne pubblicitarie e siti web, tra le quali le azioni di promozione a favore dei formaggi e dei salumi italiani in collaborazione con le Associazioni di Categoria e alcuni Consorzi di Tutela e quelle in occasione di: Real Italian Wine & Food a Londra, High Street Italia in Corea del Sud; Salone del Cacao e del Cioccolato in Perù;
 - 25 workshop autonomi e degustazioni, tra i quali: Borsa Vini Seoul; Borsa Vini Regno Unito; Progetto di promozione del vino italiano in Germania 2023; Borsa Vini Singapore.

Tra le attività svolte è doveroso evidenziarne alcune, particolarmente rilevanti per innovatività e impegno, come la "Settimana della Cucina Italiana nel Mondo", giunta all'ottava edizione, che costituisce un consolidato strumento di promozione per l'immagine del Made in Italy alimentare italiano nel mondo. L'iniziativa consente di ampliare la conoscenza della cucina e della gastronomia italiana mediante la diffusione di attività educative, fornendo al contempo una vetrina commerciale in termini di promozione e vendita dei prodotti alimentari italiani. Questa edizione, che si è svolta nella settimana tra il 13 e il 19 novembre 2023, ha avuto come tema "A tavola con la cucina italiana: il benessere con gusto". In questa occasione, sono state realizzate 102 iniziative in 93 paesi, tra le quali figurano, per esempio: degustazioni guidate, in-store promotion, azioni di formazione con scuole di cucina, videoricette, promozioni tramite influencer. A partire da questa edizione, inoltre, l'Agenzia ICE, in collaborazione con il MAECI, ha dato una nuova identità grafica alla manifestazione attraverso un'immagine coordinata, declinata in nove lingue diverse, che si è affiancata al marchio "The Extraordinary Italian Taste" (che identifica la promozione del settore alimentare italiano nel mondo) e che sarà utilizzata anche nelle edizioni successive.

Nel corso dell'anno è poi continuata la collaborazione di questo Ufficio con il Cluster Agrifood Nazionale, un'associazione multistakeholder che aggrega imprese, associazioni di

categoria, università, organismi di ricerca, enti di formazione e rappresentanze territoriali che operano nel settore agrifood, alla quale l'Agenzia ICE è associata dal 2013. Nel secondo semestre, il Cluster Agrifood ha chiesto la disponibilità dell'Agenzia ICE di entrare a far parte di un Gruppo di Lavoro per la realizzazione di un Position Paper dal titolo "Dieta Mediterranea come volano per l'attrattività e l'export del Made in Italy" e di coordinarlo. Il risultato di tale lavoro, redatto di concerto con il nucleo Studi dell'Agenzia ICE, è stato presentato in occasione dell'Assemblea dei Soci che ha avuto luogo il 13 dicembre 2023 a Roma.

È inoltre proseguita anche la collaborazione, attiva dal 2020, con FederBio. Questa partnership, finalizzata alla promozione dei prodotti agroalimentari biologici sui mercati internazionali, ha portato, tra le altre attività, all'attivazione della piattaforma ITA.BIO, all'interno della quale sono gratuitamente messi a disposizione delle aziende strumenti di *market intelligence* (report sul comparto, schede paese e webinar registrati sui mercati potenzialmente più favorevoli per il bio Made in Italy, realizzati anche grazie al supporto di Nomisma). Nel 2023 sono state portate avanti le attività già in essere nel 2022: in particolare sono stati realizzati tre nuovi webinar sulla piattaforma ITA.Bio che hanno riguardato la promozione nei paesi Scandinavi, in Giappone e in Messico.

Sono proseguite anche le collaborazioni didattiche con le Università italiane (tra queste, quelle di Roma Tor Vergata e La Sapienza e la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa) all'interno di Master di I e II livello dedicati all'internazionalizzazione del comparto agroalimentare, così come sono continuate le attività di comunicazione del settore agroalimentare e vini grazie all'attivazione di accordi a titolo gratuito con varie riviste di settore.

L'Ufficio ha proseguito anche la sua collaborazione (limitatamente alle attività agroalimentari) con i Nuclei Antisofisticazione e Sanità dell'Arma dei Carabinieri e il Comando Carabinieri per la Tutela Agroalimentare. Questa cooperazione, nata a seguito di un Protocollo di intesa firmato dall'Ufficio di

Coordinamento Marketing, mira a un supporto reciproco nelle azioni di promozione in occasione dei principali eventi fieristici in Italia e all'estero, nell'ottica di un'azione di sistema sulla salubrità del prodotto agroalimentare Made in Italy, in linea con il dettato governativo e le strategie di tracciabilità e so-

stenibilità. Seguendo la stessa impostazione, nell'ambito delle fiere di settore è stata prevista – grazie ai colleghi dell'ufficio dell'Agenzia ICE di Milano, incaricati dello sviluppo del progetto – un'azione formativa e di assistenza alle aziende sui temi della *blockchain* e del progetto "TrackIT".

UFFICIO TECNOLOGIA INDUSTRIALE, ENERGIA E AMBIENTE

L'Ufficio Tecnologia Industriale Energia e Ambiente (TIEA) ha gestito l'attività di promozione, in Italia e sui mercati esteri, per più di 45 settori e comparti, da quelli della meccanica industriale a quelli dell'industria leggera, dalle infrastrutture all'aerospazio, dalle tecnologie ambientali e le energie rinnovabili ai settori relativi all'innovazione.

Nel corso del 2023 l'Ufficio TIEA ha realizzato 227 iniziative promozionali in 58 paesi: nel 2022 erano state 194 in 50 paesi. Le presenze delle aziende italiane, negli eventi promozionali all'estero o negli spazi dedicati nell'ambito delle maggiori manifestazioni fieristiche italiane, sono state nel complesso 2.801, di cui 954 relative a startup e PMI innovative (nel 2022 erano state, rispettivamente, 2.680 e 704).

Le iniziative hanno interessato principalmente le aree più importanti per quel che riguarda il commercio mondiale. Nell'area delle Americhe, gli Stati Uniti sono il paese che ha fatto registrare il maggior numero di eventi, con 26 iniziative realizzate; in quella asiatica, invece, hanno prevalso gli EAU, con 12 iniziative; in Europa, infine, il paese più interessato da eventi dell'Agenzia ICE è stata la Germania, primo partner commerciale dell'Italia, con 9 iniziative organizzate. Nel 2023 è salito ancora il numero delle attività organizzate in Africa, pari a 22 (15 nel 2022), grazie anche alla maggiore attenzione sul continente africano e all'apertura di nuovi uffici della rete ICE. In Italia, invece, sono state realizzate complessivamente 43 iniziati-

ve, prevalentemente progetti di potenziamento di fiere italiane, gestiti in alcuni casi con la modalità del contributo: nel 2022 le iniziative nel territorio nazionale erano state 42.

Per il 2023 è stata inoltre assicurata l'operatività dei Desk promozionali dedicati ai settori della meccanica in Bangladesh, Pakistan, Bahrein e Perù; relativamente al "Piano Africa", varato nel 2022, sono rimasti invece attivi i Desk settoriali in Senegal, Costa d'Avorio e Burkina Faso. È stata inoltre assicurata la prosecuzione dell'attività per i Desk relativi al progetto Machines Italia, dedicato alla promozione dell'eccellenza della tecnologia italiana, presso gli Uffici dell'Agenzia ICE di Chicago, Toronto e Città del Messico.

Le principali attività a carattere plurisetoriale realizzate nel 2023 sono state le partecipazioni collettive in occasione della FACIM 2023 (Maputo, 26 agosto - 1° settembre), della FILDA 2023 (Luanda, 18-22 luglio) e della FIHAV 2023 (L'Avana, 6-11 novembre) e la partecipazione istituzionale con Punto Italia alla Italian Expo Laos 2023 (Vientiane, 16-18 marzo). In occasione delle manifestazioni collettive è stata attivata una stretta collaborazione con l'Ambasciata d'Italia, realizzando campagne di comunicazione e promozione incentrate sulla presenza italiana.

L'attività dei singoli settori, descritta di seguito nel dettaglio, è stata molto intensa.

INDUSTRIA LEGGERA E MECCANICA INDUSTRIALE

In favore del comparto delle tecnologie per la fonderia e metallurgia è stata organizzata una partecipazione collettiva alla GIFA (Düsseldorf, 12-16 giugno), la più importante fiera del settore, con uno spazio espositivo di 1.440 mq: al centro del Padiglione Italia è stata allestita la "Piazza Italia", che ha ospitato due opere realizzate dalla Fonderia d'Arte Massimo Del Chiaro di Pietrasanta (LU). Nello stesso ambito è stata inoltre organizzata una collettiva in occasione della fiera GIFA Southeast Asia (Bangkok, 20-22 settembre), con 12 aziende italiane partecipanti.

Per il settore delle macchine utensili, robot e automazione industriale, è stata organizzata una partecipazione collettiva alla fiera CIMT (Pechino, 10-15 aprile), con un'area espositiva di 1.150 mq. In Italia è stato realizzato un incoming in occasione della fiera Lamiera (Milano, 10-13 maggio). È stato inoltre organizzato il Forum macchine utensili negli USA (Chicago, 14 giugno), al quale hanno partecipato 20 aziende italiane del comparto.

Nel campo della subfornitura sono state organizzate una partecipazione collettiva alla fiera Elmia (Jonkoping, 14-16 novembre) e due partecipazioni istituzionali, alla Hannover Messe (Hannover, 17-21 aprile) e al 58° Simposio di BME (Berlino, 18-20 ottobre). È stata inoltre promossa l'offerta della subfornitura italiana tramite le attività del Progetto Subfornitura nei paesi scandinavi e baltici. Per il settore della mecatronica e per le trasmissioni di potenza è stata realizzata una partecipazione collettiva alla fiera PTC Asia (Shanghai, 24-27 ottobre), principale evento fieristico del settore in Cina e in tutto il sud-est asiatico. È stato anche realizzato, a favore della promozione internazionale per la filiera dell'acciaio, un incoming di 44 operatori esteri alla fiera Made in Steel (Milano, 9-11 maggio).

Per il settore delle macchine filo e cavo sono state realizzate due partecipazioni collettive in altrettante manifestazioni fieristiche: la Interwire (Atlanta, 9-11 maggio) e la Wire Southeast Asia (Bangkok, 20-22 settembre), che hanno con-

tato rispettivamente 17 e 15 aziende italiane partecipanti. Il 16 ottobre, inoltre, si è svolta a Milano la Wire & Cable Conference and Exhibition, un evento tecnico di settore organizzato da Acimaf in collaborazione con la Wire Association International, che ha registrato la partecipazione di 56 operatori esteri del settore, invitati da Agenzia ICE.

Per quanto riguarda le attività a favore delle tecnologie per la lavorazione dei metalli preziosi, è stato organizzato un incoming di 34 operatori alla fiera T-Gold, che si svolge a Vicenza in concomitanza con VicenzaOro (Vicenza, 20-24 gennaio). È stata inoltre realizzata per la prima volta una partecipazione collettiva alla fiera IIJS (Mumbai, 4-8 agosto), principale evento fieristico per il settore in India.

Per il settore della meccanizzazione agricola, l'attività promozionale 2023 ha visto l'organizzazione di partecipazioni collettive alle più importanti fiere settoriali all'estero: Expoagro (San Nicolás de los Arroyos, 7-10 marzo), Agrishow (Ribeirão Preto, 1°-5 maggio), SIAM (Meknes, 2-5 maggio), Novi Sad Agricultural Fair (Novi Sad, 18-23 maggio), New Zealand National Agricultural Fieldays (Hamilton, 14-17 giugno), IAMS (Obihiro, 6-10 luglio), CIAME (Wuhan, 26-28 ottobre), Sara (Abidjan, 29 settembre - 8 ottobre), Expo Agrofuturo (Medellin, 6-8 settembre). Sempre nell'ambito dello stesso settore sono stati organizzati anche seminari/workshop in Kazakhstan, Ecuador, Turkmenistan e USA e due incoming di operatori esteri in Italia in occasione di Agrilevante (Bari, 5-10 ottobre) e Rive (Pordenone, 8-10 novembre); a Panama, invece, è stato aperto un Desk.

Per il settore della trasformazione alimentare, la promozione delle aziende e delle fiere italiane è passata attraverso il progetto per azioni di comunicazione, incoming ed eventi speciali in occasioni di Macfrut (Rimini, 3-5 maggio), presentato da Cesena Fiere SpA e finanziato con contributo dell'Agenzia ICE, e con incoming di operatori esteri alle altre principali manifestazioni settoriali italiane: ABtech (Rimini, 21-25 gennaio), BBtech (Rimini, 19-22 febbraio), Fieravicola (Rimi-

ni, 3-5 maggio), Cibus Tec (Parma, 24-27 ottobre). Sono state inoltre organizzate partecipazioni collettive a Hostalcuba (L'Avana, 25-25 maggio), ProPak China (Shanghai, 19-21 giugno), Fispal Tecnologia (San Paolo, 27-30 giugno), Anutec (Mumbai, 7-9 settembre).

Nell'ambito del settore delle tecnologie per il confezionamento e per l'imballaggio sono state realizzate collettive nelle principali fiere di settore – Pack Expo (Las Vegas, 11-13 settembre), Expo Pack (Guadalajara, 13-15 giugno), ProPak Vietnam (Ho Chi Minh City, 8-10 novembre), ProPak East Africa (Nairobi, 14-16 marzo) e Djazagro (Algeri, 5-8 giugno) – che hanno registrato una partecipazione sempre nutrita di aziende italiane. Sono state realizzate, inoltre, le prime partecipazioni collettive organizzate dall'Agenzia ICE nell'ambito di fiere quali Senepack (Dakar, 22-24 giugno) e Eurasia Packaging (Istanbul, 11-14 ottobre), nonché una missione in Turkmenistan (Ashgabat, 16-18 ottobre). È stata infine svolta attività di assistenza alle imprese italiane presenti alla Interpack (Düsseldorf, 4-10 maggio) con azioni di comunicazione e a quelle che hanno presenziato a ProPak Asia (Bangkok, 14-17 giugno) con uno stand istituzionale e l'organizzazione di incontri B2B.

Il comparto delle macchine per la lavorazione di plastica e gomma è stato invece oggetto di un rilevante incoming (circa 240 operatori) con formula a contributo in occasione di Plast (Rho, 5-8 settembre). Sono state inoltre organizzate partecipazioni collettive in occasione di Plastico Brasil (San Paolo, 27-31 marzo), Saudi Plastics & Petrochem (Riyad, 12-15 giugno) e PlastPrintPack Ghana (Accra, 21-23 novembre).

A sostegno dei produttori di macchine per la lavorazione della ceramica e del laterizio sono state invece organizzate le partecipazioni a Indian Ceramics (Gandhinagar, 15-17 febbraio) e Coverings (Orlando, 18-21 aprile). È stato inoltre organizzato un incoming al Convegno Decortech (Rimini, 13-15 giugno), seguito da visite a diversi impianti produttivi.

A favore del comparto HVAC+R (Heating, Ventilation and Air Conditioning + Refrigeration), sono state realizzate le col-

lettive a ICCI (Istanbul, 24-26 maggio) e a HVAC-R Expo Saudi (Riyad, 18-21 febbraio).

Per il settore macchine pelli, calzature e concerie sono state organizzate le seguenti collettive: ILF 2023 (Chennai, 1-3 febbraio), APLF 2023 (Dubai, 13 - 15 marzo) e Shoes & Leather 2023 (Ho Chi Minh City, 12-14 luglio). Per la promozione del settore è stato poi importante il progetto a contributo realizzato in occasione di Simac Tanning Tech (Milano, 19-21 settembre).

Per il settore delle macchine vetro sono state invece realizzate partecipazioni collettive alle principali fiere internazionali: Chinaglass 2023 (Shanghai, 6-9 maggio) e Glassbuild North America 2023 (Atlanta, 30 ottobre - 2 novembre).

Per il settore delle macchine tessili, inoltre, sono state realizzate, in collaborazione con l'Associazione di settore ACIMIT, diverse tipologie di iniziative, tra le quali si segnalano le partecipazioni collettive in occasione delle fiere: Colombiatex (Medellín, 24-26 gennaio), Index (Ginevra, 18-21 aprile), Titas (Taipei, 17-19 ottobre), ITME Africa (Nairobi, 30 novembre - 2 dicembre). In occasione di ITMA (Milano, 8-14 giugno), la più grande esposizione internazionale del settore, itinerante e a cadenza quadriennale, sono state organizzate diverse attività con il supporto di ACIMIT, tra le quali un incoming di 112 operatori provenienti da 22 paesi. Nel corso dell'anno sono stati organizzati ulteriori incoming di operatori tessili provenienti dai paesi di maggior rilievo per il meccanotessile italiano: Vietnam, Mongolia e Egitto.

Tra le attività promozionali a favore della tecnologia per la lavorazione del marmo e della pietra naturale, lo strumento principale è stato l'organizzazione di partecipazioni collettive in fiere quali: Stone And Surface 2023 (Riyadh, 18-21 febbraio), Coverings 2023 (Orlando, 18-21 aprile), Batimatec 2023 (Algeri, 7-11 maggio), Expo CIHAC 2023 (Città del Messico, 9-11 ottobre) e Middle East Stone 2023 (Dubai, 4-7 dicembre). Per promuovere la tecnologia italiana è stato inoltre organizzato un incoming formativo a Marmomac 2023 (Verona, 26-29 settembre), fiera italiana di riferimento per tutto il

settore nel mondo, e un seminario formativo con visite aziendali e incontri B2B in Marocco (Casablanca, 29-30 novembre).

Nell'ambito del *printing* e del *converting* sono stati invece realizzati: un incoming in occasione della Print4All Conference 2023 (Stresa, 6-7 luglio 2023), che ha visto la partecipazione di circa 65 aziende provenienti da oltre 10 paesi; una par-

tecipazione collettiva alla fiera Printing United (Atlanta, 18-20 ottobre 2023); azioni di comunicazione in occasione di Expo ACCCSA (Monterrey, 17-19 ottobre 2023).

Per il settore delle tecnologie per la lavorazione del legno, infine, è stato realizzato un incoming di operatori egiziani con visite aziendali e una partecipazione collettiva a Vietnamwood (Ho Chi Minh City, 20-23 settembre 2023).

MOTORISTICA E INFRASTRUTTURE

Sono state numerose le iniziative realizzate per il settore dell'aerospazio e difesa, tra le quali alcune partecipazioni collettive molto significative come quelle al Dubai Airshow (Dubai, 13-17 novembre), all'International Astronautical Congress (Baku, 2-6 ottobre) e allo Space Tech Expo Europe (Brema, 14-16 novembre). Altre collettive sono state realizzate nell'ambito di Spacecom (Orlando, 21-23 febbraio), Avalon (Australia, 28 febbraio-5 marzo), Satellite (Washington, 13-16 marzo), Aeromart Montreal (4-6 aprile), LAAD (San Paolo, 11-13 aprile), Space Symposium (Colorado Springs, 17-20 aprile), IMDEX (Singapore, 3-5 maggio) e LIMA (Langkawi, 23-27 maggio). In occasione del Paris Air Show (Parigi, 19-25 giugno), poi, è stata organizzata una collettiva di start-up. Il 2023 ha registrato, inoltre, la partecipazione dell'Agenzia ICE alla prima edizione della manifestazione Space Meetings Veneto (Venezia, 15-17 maggio), in occasione della quale è stato realizzato un incoming di 25 operatori esteri. Un altro incoming di operatori esteri è stato invece organizzato in occasione degli Aerospace and Defence Meetings (Torino, 28-30 novembre). Nell'ambito dell'Australian Space Forum (Adelaide, 9 maggio; Sydney, 6 dicembre) è stato invece fornito un servizio di *catalogoteca* digitale. Interventi seminariali con B2B hanno avuto luogo in Polonia (Varsavia, 22 novembre) e presso la sede di Roma dell'Agenzia ICE, dove è stata offerta alle aziende italiane la possibilità di incontrare i rappresentanti dei due più importanti player del settore: Airbus (Roma, 8 febbraio 2023) e Boeing (Roma, 20 settembre 2023). Per le celebrazioni relative alla Giornata dello Spazio, infine, è sta-

ta realizzata una collettiva di imprese italiane appositamente allestita all'interno dei locali dell'Ambasciata d'Italia a Washington, alla quale sono stati invitati esponenti di rilievo delle istituzioni e delle aziende statunitensi.

Per quel che riguarda il settore movimento terra è stata organizzata, in collaborazione con ANIMA Confindustria, ALSEM, UCoMESA e UNACEA, la presenza italiana alla manifestazione fieristica CONEXPO-CON/AGG 2023 (Las Vegas, 14-18 marzo). Altre partecipazioni collettive sono state inoltre organizzate in occasione della Bauma Conexpo India (Nuova Delhi, 31 gennaio - 3 febbraio), della Batimatec (Algeri, 7-11 maggio), della Expomin (Santiago del Cile, 24-27 aprile), della AddisBuild (Addis Abeba, 18-20 maggio), della Expo Construcción (Bogotà, 30 maggio-4 giugno), della Drc Mining Week (Lubumbashi, 14-16 giugno), dell'AED Summit 2023 (Chicago, 10-12 gennaio) e del PDAC (Toronto, 5-8 marzo). In occasione della EXCON India (Bangalore, 12-16 dicembre) è stato inoltre realizzato un lounge istituzionale. In tutte le iniziative sono state compiute attività di comunicazione e promozione a supporto della presenza italiana. È stato organizzato anche un incoming, con il coinvolgimento di 57 operatori da 23 paesi, in occasione di Samoter (Verona, 3-7 maggio), l'evento più importante del settore a livello nazionale.

A favore della filiera impiantistica e dei servizi specializzati in Oil & Gas, in collaborazione con ANIMA, ANIE e Federtec, sono state organizzate presenze collettive in occasione dell'evento internazionale più importante per l'industria di settore - l'ADIPEC - Abu Dhabi International Petroleum Exhi-

bition and Conference (Abu Dhabi, 2-5 ottobre) – e nell'ambito delle principali manifestazioni settoriali: EGYPS (Il Cairo, 13-15 febbraio), OTC - Offshore Technology Conference (Houston, 1-4 maggio), Caspian Oil & Gas 2023 (Baku, 31 maggio-2 giugno), SPE Offshore Europe (Aberdeen, 5-8 settembre), OGA (Kuala Lumpur, 13-15 settembre), Mozambico Oil & Gas (27-28 settembre), EMC Cyprus (Limassol, 28-30 novembre). È stata significativa anche la prima presenza collettiva organizzata nell'ambito della fiera, dedicata all'energia nucleare, WNE - World Nuclear Exhibition (Parigi, 28-30 novembre). Una missione di incoming è stata realizzata presso la OMC Med Energy Conference & Exhibition 2023 (Ravenna, 24-26 ottobre).

Nel settore della nautica l'attività è stata incentrata sul Salone Nautico di Genova 2023, per il quale Confindustria Nautica, beneficiando di un contributo, ha organizzato, con il supporto degli uffici della rete ICE, un incoming di oltre 100 operatori e giornalisti e varie azioni di comunicazione sui mercati esteri. Un secondo incoming di circa 40 operatori e giornalisti è stato realizzato presso il Salone Nautico di Venezia (Venezia, 31 maggio-4 giugno). Partecipazioni collettive, invece, sono state realizzate in occasione delle fiere Miami Boat Show (Miami, 15-19 febbraio), Palm Beach Boat Show (West Palm Beach, 24-27 marzo), FLIBS 2023 (Fort Lauderdale, 25-29 ottobre), IBEX (Tampa, 3-5 ottobre), DIBS (Dubai, 1-5 marzo) e Nor Shipping (Oslo, 2-6 giugno). Sono state inoltre realizzate azioni di comunicazione negli USA e in occasione della Metstrade (Amsterdam, 15-17 novembre).

A supporto del settore mobilità e automotive sono state invece organizzate le collettive alle fiere SEMA (Las Vegas, 31 ottobre - 3 novembre), AAPEX (Las Vegas, 31 ottobre - 2 novembre) e PRI - Performance Racing Industry (Indianapolis, 7-9 dicembre). Le attività in Italia hanno invece riguardato la fiera Futurmotive (Bologna, 16-18 novembre), per la quale sono stati organizzati un incoming di operatori e azioni di supporto, e il Motor Valley Fest (Modena, 11-14 maggio), che prevedeva un programma convegnistico e l'organizzazione di

B2B con delegati esteri selezionati dall'Agenzia ICE. L'Ufficio dell'Agenzia ICE di Canton ha inoltre realizzato l'"Osservatorio sul settore automotive in Cina", un progetto sviluppato in sintonia con le associazioni Anfia e Promotec, con lo scopo di fornire agli operatori italiani, tramite la pubblicazione di newsletter bimestrali distribuite dalle Associazioni di riferimento ai propri associati, una panoramica del mercato cinese e delle sue tendenze future.

L'attività a favore del settore del ciclo e del motociclo è stata focalizzata sull'EICMA - Esposizione Internazionale delle Due Ruote (Milano, 7-12 novembre) per la quale, beneficiando di un contributo, gli organizzatori hanno realizzato, con il supporto degli uffici della Rete Estera dell'Agenzia ICE, un incoming di oltre 80 operatori e giornalisti e di varie azioni di comunicazione sui mercati esteri. Le aziende hanno potuto inoltre partecipare alla collettiva presso il festival sportivo con esposizione Sea Otter Classic 2023 (Monterey, 20-23 aprile) e fruire della promozione di settore "Mobilità sostenibile e promozione delle bici italiane in Irlanda" (Dublino, 14 maggio).

In collaborazione con l'associazione OICE sono state invece organizzate, a favore delle aziende del settore infrastrutture, una missione imprenditoriale in Romania (13-15 novembre), per conoscere le opportunità commerciali nei settori delle costruzioni e delle infrastrutture ospedaliere, e una in Spagna (30 novembre-1° dicembre), dedicata ai grandi progetti infrastrutturali e dell'energia. Il 26 ottobre, inoltre, è stato presentato il Rapporto annuale OICE presso la sala Pirelli della sede romana dell'Agenzia ICE. Sono state inoltre organizzate, in collaborazione con l'associazione Airtech, due partecipazioni a fiere nel settore delle tecnologie e delle infrastrutture aeroportuali: Dubai Airport Show 2023 (Dubai, 9-11 maggio) e Inter Airport Europe 2023 (Monaco, 10-13 ottobre). Nel settore delle infrastrutture ferroviarie è stato invece organizzato un incoming di 15 operatori alla fiera Expo Ferroviaria 2023 (Milano, 3-5 ottobre).

INNOVAZIONE

Nel 2023 l'Agencia ICE ha confermato il suo supporto all'internazionalizzazione a favore del settore medicale, dentale e farmaceutico all'interno dei mercati maturi attraverso la sua partecipazione a tre eventi di estrema rilevanza come Medica (Düsseldorf, 13-16 novembre) per il settore medicale e AEEDC (Dubai, 7-9 febbraio) e IDS (Colonia, 14-18 marzo) per quello dentale. Sono state inoltre organizzate partecipazioni collettive in occasione di IDEX (Istanbul, 25-28 maggio) e CMEF (Shanghai, 14-17 maggio), nonché azioni di comunicazione in occasione della fiera Arab Health (Dubai, 30 gennaio - 2 febbraio). Per la prima volta, inoltre, sono state realizzate partecipazioni alle fiere CIOSP (San Paolo, 25-28 gennaio) e CADEX (Almaty, 18-20 ottobre), con una presenza di dieci aziende nel settore dentale e un desk istituzionale. È stata inoltre realizzata, in collaborazione con l'Ufficio dell'Agencia ICE di Casablanca, un'indagine di mercato sul settore *Health Care* in Marocco. Per il potenziamento fieristico in quest'ambito settoriale, invece, è stato organizzato l'incoming in occasione della principale fiera italiana del settore dentale, l'Expo-dental Meeting (Rimini, 18-20 maggio).

Per quel che riguarda i materiali compositi è stata organizzata l'usuale collettiva in occasione del JEC World (Parigi, 25-27 aprile), la principale manifestazione mondiale dedicata al settore, nell'ambito della quale è stata organizzata anche una Country Presentation, con interventi di figure di spicco del mondo accademico di riferimento.

Nell'ambito settoriale delle biotecnologie, invece, è stata perseguita una strategia di sviluppo che ha mirato ad assicurare la presenza italiana nei principali mercati: negli USA l'obiettivo è stato raggiunto grazie alla partecipazione alla Bio International Convention USA (Boston, 5-8 giugno), il più grande evento di settore, nell'ambito del quale sono riuniti i leader mondiali dell'industria delle scienze della vita; in Asia, poi, il piano è stato realizzato attraverso la partecipazione dell'Italia alla Bio Asia-Taiwan (Taipei, 26-30 giugno) e alla Bio Japan (Yokohama, 11-13 ottobre), i principali eventi di

partnering settoriale in Asia; la presenza in Europa, infine, è stata assicurata grazie alla presenza dell'Agencia ICE alla Bio Europe (Monaco di Baviera, 6-8 ottobre).

Per quel che riguarda il settore delle tecnologie ambientali e quello contiguo del *cleaning* professionale, in linea generale, il 2023 ha visto attività promozionali a favore delle imprese del comparto nei principali mercati di sbocco per l'export italiano: Emirati Arabi Uniti, Canada, Cina, Francia, India, Messico, Regno Unito e Stati Uniti. L'azione di sostegno all'internazionalizzazione si è quindi svolta sia all'interno di mercati maturi sia in mercati ad alto potenziale, attraverso l'organizzazione di partecipazioni collettive a fiere quali: Pollutec (Lione, 10-13 ottobre), Issa Show North America (Las Vegas 14-16 novembre), Ocean Business (Southampton, 18-20 aprile), Americana (Montreal, 20-22 marzo), IFAT India (Mumbai, 17-19 ottobre), Ecomondo Mexico (Guadalajara, 26-28 aprile), Wetex (Dubai, 15-17 novembre) e CDEPE (Chengdu, 30 marzo-1 aprile). Sempre nel 2023, inoltre, sono state valorizzate le filiere produttive di eccellenza in tema di economia circolare e sostenibilità (settore nel quale l'Italia è leader) promuovendo con rinnovata attenzione, mediante lo strumento del contributo, il potenziamento fieristico di Ecomondo (Rimini, 7-10 novembre), che per la prima volta si è svolta senza la concomitanza della manifestazione Key Energy: al salone sono stati invitati quasi 600 operatori esteri, coinvolti in circa 2.500 incontri b2b. Si segnala, tra le altre attività, anche l'organizzazione dei consueti incoming di operatori esteri alle principali fiere di settore in Italia, tra le quali rivestono particolare rilevanza: RemTech Expo (Ferrara, 20-22 settembre), dedicata alle bonifiche dei siti contaminati e alla riqualificazione territoriale; Accadueo H2O (Bologna, 10-13 ottobre), rivolta all'industria dell'acqua; ISSA Pulire (Milano, 9-11 maggio), l'unica fiera in Italia (e la seconda in Europa per importanza e dimensioni) dedicata al comparto della pulizia professionale.

L'obiettivo principale delle iniziative promozionali dedicate alle energie rinnovabili nel 2023 è stato quello di rafforza-

re la presenza delle aziende italiane nei mercati internazionali per ampliare la loro rete di contatti con potenziali clienti. Tale obiettivo è stato raggiunto attraverso la partecipazione collettiva a sei manifestazioni internazionali di settore – Renewable Energy Tokyo (Tokyo, 1°-3 febbraio), Expo Seguridad Messico (Città del Messico, 18-20 aprile), Enlit Africa (Città del Capo, 16-18 aprile), Future Energy Asia (Bangkok, 17-19 maggio), Ener Event Marocco (El Jadida, 8-11 novembre), Enlit Europe (Parigi, 28-20 novembre) – e con due presenze istituzionali – ERA Algeria (Orano, 2-4 ottobre) e Ener-

gy Industry Mixer (Varsavia, 14-16 giugno). Il sostegno pubblico all'internazionalizzazione è stato garantito attraverso il potenziamento fieristico del salone per la transizione energetica Key (Rimini, 22-23 marzo) e l'incoming di operatori esteri a Sicurezza (Milano, 15-17 novembre), manifestazione settoriale delle tecnologie della *security* (antincendio e antintrusione). Sono state inoltre avviate indagini in diversi paesi (Australia, Bulgaria, Lituania, Marocco), al fine di acquisire maggiori informazioni sui singoli mercati e identificare nuove opportunità di business nel settore delle energie rinnovabili.

START UP

L'attività dell'Agenzia ICE per la promozione internazionale dell'ecosistema delle startup e delle PMI innovative italiane è consistita principalmente nell'organizzazione di partecipazioni collettive a eventi all'estero di grande rilievo internazionale e nell'invito di delegazioni straniere di investitori in occasione di fiere o manifestazioni italiane di primaria importanza. Tra le tante partecipazioni collettive del 2023 si sono evidenziate quelle al Consumer Electronics Show (Las Vegas, 5-8 gennaio), al Mobile World Congress (Barcellona, 27 febbraio - 2 marzo), all'AI Summit - London Tech Week (Londra, 14-15 giugno), al Web Summit (Lisbona, 13-16 novembre) e alla SLUSH (Helsinki, 30 novembre - 1° dicembre). Per quel che riguarda le azioni promozionali nel territorio italiano, invece, si segnala l'organizzazione di incoming di delegati esteri al We Make Future (Rimini, 15-18 giugno) e il contributo al progetto a supporto del Maker Faire Rome (Roma, 20-22 ottobre), comprendente azioni di comunicazione e incoming di operatori stranieri. Nel mese di ottobre, inoltre, è stato organizzato un incoming di 40 operatori a SMAU (Milano, 18-19 ottobre), salone di primaria importanza per il settore dell'innovazione, con incontri B2B tra gli operatori invitati e le startup partecipanti alla fiera; in collaborazione con SMAU, inoltre, nel primo semestre dell'anno sono stati organizzati tre eventi Italia Restartup, tenutisi a Londra, Parigi e San Francisco.

Sono inoltre proseguite le attività dei Desk Innovazione

– dedicati specificamente a startup e PMI innovative, attivi presso gli Uffici dell'Agenzia ICE di Parigi, Londra, Praga, Los Angeles e Singapore – e quelle presso il centro Innovit di San Francisco, progetto promosso dal MAECI, in collaborazione con l'Agenzia ICE e con l'Istituto Italiano di Cultura di San Francisco, che vuole offrire un modello di promozione integrata del Sistema paese nella Silicon Valley, luogo simbolo dell'innovazione globale, unendo le dimensioni culturali, tecnologiche e scientifiche.

A ottobre 2023, infine, ha avuto inizio la quarta edizione del Global Start Up Program (terminato a maggio 2024), che ha coinvolto 50 startup innovative italiane dei settori: ICT, Robotica e Industria 4.0, Aerospazio, *Automotive*, *Life Sciences*, *Smart Agriculture* e *Foodtech*, *Circular Economy*, *Smart Cities* e Domotica. Le aziende coinvolte hanno partecipato a un percorso di otto settimane presso acceleratori esteri in Corea del Sud, Germania, Giappone, Regno Unito e Stati Uniti d'America.

UFFICIO PARTENARIATO INDUSTRIALE E RAPPORTI CON GLI ORGANISMI INTERNAZIONALI

L'attività dell'Ufficio è stata indirizzata alla promozione del partenariato industriale sul piano bilaterale e su quello multilaterale, coerentemente con le indicazioni della Cabina di regia per l'internazionalizzazione e in raccordo con gli uffici competenti del MAECI. Comprende inoltre azioni mirate su settori di particolare interesse per il nostro sistema imprenditoriale, con la partecipazione di aziende e associazioni italiane e delle rispettive controparti nei mercati obiettivo.

Tra le azioni a carattere bilaterale realizzate nel corso del 2023, prevalentemente in raccordo con l'Ufficio IV della DGSP del MAECI, si segnalano:

- Conferenza italiana sui Balcani (Trieste, 24 gennaio);
- Business Forum Italia Serbia (Belgrado, 21 marzo);
- Conferenza bilaterale sulla ricostruzione dell'Ucraina (Roma, 26 aprile) e successive attività correlate (la Newsletter Tender Ukraine e il Marketplace, vetrina di aziende ucraine sulla piattaforma di business matching istituzionale dell'Agenzia ICE FS365);
- Country Presentation Kosovo (Roma, 11 maggio);
- Business Forum Italia Uzbekistan (Roma, 6 giugno);
- Country Presentation Kenya (digitale, 29 settembre);
- High Level Dialogue Italy ASEAN (Bangkok, 3-4 ottobre);
- Partecipazione Agenzia ICE al SA Europe CEO Dialogue Summit e BtoB in occasione dell'evento della European House Ambrosetti (Johannesburg, 9-11 novembre);
- Prosecuzione delle attività del desk promozionale di Tripoli in Libia;
- Prosecuzione delle attività dei desk promozionali a Valona (Albania) e Pristina (Kosovo);
- Prosecuzione delle attività del Procurement desk Canada;
- Attivazione dei Desk plurisettoriali in Uganda, Tanzania, Kenya, Somalia e Rwanda;
- Attivazione del Desk promozionale dedicato ai Mega Projects a Riyad (Arabia Saudita);
- Attivazione del Desk promozionale a Bangalore;
- Attivazione del Desk dedicato alle attività di comunicazione a New Delhi.

Nel corso del 2023, inoltre, si sono svolte in ambito multilaterale le seguenti iniziative:

- Prosecuzione dell'attività dei Desk Agenzia ICE presso la BEI - Banca Europea per gli Investimenti a Bruxelles, presso la AFDB - Banca Africana di Sviluppo a Abidjan e presso la ADB - Banca Asiatica di Sviluppo a Manila;
- Presentazione del Fondo ENEF II (BERS - Banca Europea per la Ricostruzione e lo Sviluppo) ai paesi dell'area dei Balcani occidentali (15 febbraio);
- Missione imprenditoriale presso la ADB (6-8 marzo);
- Seminario di formazione sul procurement della BERS (Milano, 8 giugno);
- Webinar Tender Lab "Navigare le fonti" (Roma, 29 marzo), in collaborazione con l'Ufficio Servizi Formativi;
- Webinar "L'ICE ascolta l'Europa" (20 aprile);
- Missione presso la Banca Mondiale e la IDB - Banca Interamericana di Sviluppo in collaborazione con l'associazione OICE (16-18 maggio);
- Prosecuzione dell'iniziativa "TenderPASS", che offre alle MPMI italiane accesso illimitato e gratuito alla piattafor-

ma DevelopmentAid.org, la più vasta piattaforma di tender e informazioni sul procurement multilaterale;

- Collaborazione con il centro ricerche Internationalia per l'acquisizione e la diffusione di informazioni di mercato sui paesi africani;
- Partecipazione al gruppo di lavoro per il coordinamento delle attività delle rappresentanze italiane presso le istituzioni multilaterali in tema di supporto all'internazionalizzazione delle imprese, presieduto dall'Ufficio I della DGSP del MAECI e dal Dipartimento del Tesoro presso il MEF.

Le azioni destinate a specifiche filiere e settori hanno incluso le attività di seguito elencate:

- Progetto Restauro Made in Italy - Arabia Saudita (12-15 febbraio);
- Workshop sulle energie rinnovabili in Tunisia (Tunisi, 22-23 febbraio);
- Partecipazione di aziende italiane alla fiera Heritage per il settore restauro (Istanbul, 3-5 maggio);
- Azioni di promozione in occasione della visita del Presi-

dente della Repubblica in Kenya e potenziamento della presenza italiana alla fiera Propak East Africa (Nairobi, 14-16 marzo);

- Missione di operatori esteri al Salone internazionale del restauro (Ferrara, 10-12 maggio) e alla Restoration Week (visita a cantieri e siti d'interesse a Roma, Napoli e Pompei, 22-27 ottobre);
- Workshop sulle tecnologie e le infrastrutture energetiche in Libano (Beirut, 12-13 giugno);
- Seminari tematici ibridi sulle opportunità del procurement e dei programmi di finanziamento in ambito NATO con particolare riguardo ai settori delle infrastrutture critiche, della cybersecurity, delle ICT e dell'intelligenza artificiale (Bruxelles e online, 22 giugno, 26 settembre, 23 ottobre e 6 dicembre);
- Forum tematico bilaterale italo-serbo con la partecipazione di start up, enti di supporto e altri operatori attivi nel settore dell'innovazione tecnologica e industriale (Belgrado, 6 dicembre).

UFFICIO DI COORDINAMENTO MARKETING

DESK ASSISTENZA E TUTELA DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE E OSTACOLI AL COMMERCIO

L'attività dei Desk Assistenza e Tutela della Proprietà Intellettuale e Ostacoli al Commercio è proseguita nel corso del 2023, offrendo assistenza specialistica alle imprese nell'ambito delle due tematiche. L'attività, avviata nel gennaio del 2022, si ricollega alle azioni iniziate nel 2014 attraverso i Desk Anticontraffazione e Assistenza per gli Ostacoli al Commercio operativi presso gli Uffici dell'Agenzia ICE di Istanbul,

Mosca, New York e Pechino.

Il rinnovamento del progetto ha portato due innovazioni principali:

- il mutamento della denominazione, allo scopo di delimitare più efficacemente il perimetro delle azioni che possono essere svolte dai suddetti desk;
- l'ampliamento della rete degli Uffici coinvolti – che, allo

stato attuale, sono 11: Bangkok, Buenos Aires, Città del Messico, Ho Chi Minh, Istanbul, Kiev, Mosca, New Delhi, New York, Pechino e San Paolo.

I Desk, affidati a professionalità operanti in studi legali specializzati nelle materie di competenza, garantiscono contributi qualificati e conoscenza del mercato di riferimento.

Dall'inizio delle attività al 31 dicembre 2023 sono state date risposte a 5.155 richieste provenienti da aziende, associazioni di categoria e istituzioni (4.019 sulla tematica dell'accesso al mercato e 1.136 su quella della proprietà intellettuale). Nello stesso periodo, i servizi di assistenza specialistica sono stati 699 (619 sulla tematica dell'accesso al mercato e 80 su quella della proprietà intellettuale). Tutta l'attività di assistenza dei Desk è fornita a titolo gratuito.

PROGETTO HELP DESK BREXIT

Dall'aprile del 2019 è attivo presso l'Ufficio dell'Agenzia ICE di Londra uno sportello per l'assistenza alle imprese italiane che devono gestire problematiche derivanti dall'uscita del Regno Unito dall'Unione Europea. Il Desk Brexit costituisce un punto di riferimento per le aziende e le associazioni di categoria italiane per tutte le questioni inerenti all'interscambio tra i due paesi e offre loro servizi di assistenza, formazione e informazione. Il Desk si avvale anche del contributo di una società esterna specializzata per dare risposta ai quesiti più complessi.

Il numero di richieste pervenute all'Help Desk Brexit dall'inizio delle attività al 31 dicembre 2023 è stato pari a 3.095,

PROGETTO EXPORT FLYING DESK

Dal 2019 l'Agenzia ICE, per fornire un'assistenza personalizzata e per dare maggiore spinta all'export delle PMI italiane, realizza il progetto Export Flying Desk. L'obiettivo del progetto è garantire un presidio stabile dell'Agenzia ICE sull'intero territorio italiano, rafforzando il dialogo con le realtà istituzionali locali e ampliando le opportunità di confronto diretto

Oltre a fornire informazioni e assistenza alle imprese, i Desk hanno organizzato webinar informativi e redatto materiali poi pubblicati nelle pagine web dedicate, gestite dai singoli Uffici. Nel 2023 è stato mantenuto attivo l'Avviso nella Home Page del Sito dell'Agenzia ICE denominato "Desk Assistenza e Tutela della Proprietà Intellettuale e Ostacoli al Commercio", inserito l'anno precedente, che riporta le finalità del progetto, i riferimenti e-mail per le richieste di informazioni e il link che porta alle pagine dedicate.

L'Ufficio di Coordinamento Marketing ha assicurato la gestione complessiva del progetto, partecipato a vari corsi relativi al tema, organizzati dall'Ufficio Servizi Formativi, e redatto delle relazioni trimestrali riassuntive dello stato di avanzamento dei lavori dei Desk, inviate al MAECI.

con un totale di iscritti alla newsletter pari a 3.118 unità.

Il Desk si è contraddistinto per l'intensa attività di produzione di materiale editoriale utile a imprese, privati cittadini e istituzioni che, oltre a essere inviato agli iscritti alla Newsletter, è sempre stato pubblicato sul Sito dell'Agenzia ICE nella sezione "Brexit in pillole per gli esportatori italiani": dall'inizio dell'attività sono stati prodotti 28 manuali, 20 tascabili, 45 flash news, 17 edizioni della rubrica "Gli ospiti del Desk". Sono stati inoltre organizzati vari webinar informativi. I referenti del Desk hanno anche preso parte a diversi eventi in qualità di relatori.

con le aziende interessate ad avviare, o a sviluppare, il proprio percorso di internazionalizzazione.

La presenza costante sui territori e la vicinanza fisica con le imprese ha permesso in questi anni la creazione di un maggiore rapporto di fiducia fra l'Agenzia e le imprese, che hanno potuto contare su un'interazione personale e continuativa

con i funzionari dell'Agencia ICE e sul loro supporto.

L'obiettivo di creare una relazione produttiva e durevole con le imprese italiane è stato raggiunto grazie alla continua realizzazione di iniziative e incontri, anche online, e grazie a servizi sempre più mirati e concreti rispetto alle aspettative delle aziende.

Il progetto si sviluppa attraverso 21 desk (19 regionali e 2 attivi nelle province autonome di Trento e Bolzano) gestiti da funzionari dell'Agencia ICE che – da remoto o utilizzando strutture concesse da enti e associazioni partner – incontrano le aziende interessate all'esportazione, valutandone le potenzialità e fornendo loro una consulenza personalizzata per accompagnarle nel processo di internazionalizzazione o nell'ingresso in un nuovo mercato.

Nel 2023, per incrementare sempre più il numero di aziende coinvolte e i partner territoriali con cui collaborare, sono

stati realizzati sul territorio italiano diversi eventi speciali dedicati a specifici settori o con focus su alcuni mercati o paesi di interesse.

Nel progetto, inoltre, per poter dare strumenti mirati, indicazioni, informazioni puntuali e un aiuto concreto alle PMI che si affacciano per la prima volta verso nuovi mercati, sono stati coinvolti direttori e *trade analyst* degli Uffici della Rete Estera dell'Agencia ICE.

Le aziende assistite direttamente da Export Flying Desk nei 4 anni del progetto sono state quasi 7.000. In linea con le previsioni formulate, nel 2023 si sono svolti 1.513 incontri b2b (+15% rispetto ai risultati dell'anno precedente), con un livello di soddisfazione da parte delle imprese per l'utilità del servizio e sull'assistenza ricevuta pari a 4,7 punti su 5, rilevato con la somministrazione di un questionario a caldo di *Customer Satisfaction*.

DESK NORMATIVE TECNICHE

Il 6 novembre del 2023 è stato attivato, presso l'Ufficio dell'Agencia ICE di Bruxelles, il Desk Normative Tecniche. Lo sportello assiste le imprese italiane nell'ambito della conoscenza e della corretta interpretazione delle normative europee, anche tramite l'assistenza di qualificati studi legali specializzati in materia. Per essere di supporto al più ampio numero possibile di aziende è prevista un'intensa attività promozionale che prevede:

- la realizzazione di webinar;
- la produzione di materiale editoriale quali brochure, note e news;
- l'inserimento, nell'area del sito dell'Agencia ICE riservata al Belgio, di un link a una pagina dedicata al Desk, nella quale sono pubblicate informazioni e aggiornamenti;
- la diffusione delle attività del Desk tramite newsletter.

RILEVAZIONE ESTERNA DELLA CUSTOMER SATISFACTION

L'Agencia ICE realizza da più di un quinquennio un'indagine di rilevazione su base annuale della *Customer Satisfaction* sui servizi di assistenza, promozione e formazione dell'ente stesso. Il servizio di rilevazione esterna della *Customer Satisfaction* è poi pubblicato sulla Gazzetta Amministrativa e su Amministrazione Trasparente, nel rispetto della normativa vigente. La società che cura l'indagine, individuata con gara, riceve il database e i riferimenti degli utenti dei semestri di ri-

levamento, sottoponendo loro il questionario concordato con ICE, processando i dati ed elaborando i risultati in schede grafiche e testuali di output.

Anche nel 2023 la rilevazione è stata effettuata mediante una metodologia di somministrazione mista CAWI e CATI e ha avuto cadenza semestrale: per i servizi fruiti nel corso del I semestre, le interviste sono state realizzate dal 17 ottobre al 15 novembre 2023; per i servizi fruiti nel corso del II se-

mestre 2023, le interviste sono state realizzate dal 12 febbraio al 4 marzo 2024.

Dall'indagine, effettuata nel 2024, è risultato che l'indicatore di *Customer Satisfaction* dei servizi offerti dall'Agenzia ICE nel 2023 è stato pari a 4,3 (stesso valore dell'obietti-

vo prefissato). Tale dato è il risultato della media delle famiglie di servizi considerati: servizi promozionali (4,4), servizi di assistenza gratuiti (4,1), servizi di assistenza a pagamento (4,2), servizi di formazione (4,4).

ARRICCHIMENTO BANCA DATI OPERATORI ITALIANI (BDOI)

Per ampliare il bacino delle aziende destinatarie delle attività dell'Agenzia ICE, gli uffici Coordinamento Marketing e Servizi alle Imprese hanno acquistato da Infocamere le anagrafiche di un ulteriore insieme di aziende presenti nel Registro delle Imprese. È stata poi organizzata, a seguire, un'attività di comunicazione volta ad acquisire dalle aziende stesse il consenso a essere inserite in Banca Dati (BDOI) e a essere contattate – nel rispetto delle norme sulla privacy – dall'Agenzia ICE per la promozione delle proprie attività istituzionali.

La BDOI è stata quindi arricchita con 15.110 nuove anagrafiche aziendali (6.882 micro, 7.428 piccole e 800 medie imprese). Tali aziende sono così ripartite per grado di internazionalizzazione:

- 33% non esportatrici;

- 23% esportatrici;
- 44% non hanno dichiarato il proprio grado di internazionalizzazione.

Le nuove anagrafiche sono complete di dati di contatto aggiornati quali e-mail, PEC, recapiti telefonici e sito web, essenziali per un'efficace promozione delle attività. A seguito di tale attività, a dicembre 2023 è stato assegnato a una società esterna il compito di:

- svolgere attività di Customer Experience, per indirizzare le aziende acquisite in BDOI verso un corretto processo di internazionalizzazione;
- individuare, contattare e inserire nuove aziende in BDOI, con successiva fruizione dei servizi offerti dall'Agenzia ICE, tramite una campagna social su LinkedIn.

UFFICIO SERVIZI ALLE IMPRESE

ATTIVITÀ DIGITALI PER LE IMPRESE

Per ottemperare agli obiettivi di ampliamento della base dati clienti e di miglioramento della qualità del dato-azienda è stato realizzato – in collaborazione con il Coordinamento Marketing – un progetto di aggiornamento massivo, bonifica e arricchimento delle anagrafiche della BDOI.

È stato effettuato un *matching* tra la BDOI e la Banca Dati del Registro Imprese, funzionale all'aggiornamento dei dati delle imprese attive in base alla visura camerale e all'eliminazione dalla banca dati delle imprese cessate.

Le attività eseguite hanno portato all'aggiornamento dei dati di 110.193 imprese (verificate e importate), all'inserimento nella banca dati dell'Agenzia ICE di 14.407 nuove aziende e all'eliminazione dal database di 28.510 imprese cessate.

UFFICIO SERVIZI FORMATIVI

FORMAZIONE E ACCOMPAGNAMENTO SUI MERCATI ESTERI

Nel 2023 l'Ufficio Servizi Formativi ha realizzato 77 interventi formativi a beneficio di circa 4.800 partecipanti tra rappresentanti aziendali, professionisti, giovani laureati italiani e stranieri, operatori esteri. L'85% delle iniziative è stato diretto a imprenditori e manager attraverso la realizzazione di cicli seminari (anche con focus tecnici su specifici settori merceologici), corsi innovativi e attività di *coaching* (ore di consulenza personalizzata); il restante 15% è stato dedicato a giovani potenziali export manager (stranieri e italiani) e a operatori internazionali.

Nel 2023 le attività sono state svolte sia in presenza sia in modalità online, agevolando una più vasta partecipazione. Le

ore di formazione, assistenza e *training-on-the-job* complessivamente erogate sono state 45.300.

L'offerta formativa ha continuato a concentrarsi sul rafforzamento di tre diverse linee di intervento: lo sviluppo di tematiche e format innovativi, anche in collaborazione con partner di primo piano (Tender Lab, Export Kit Dogana, Formazione per Imprese Artigiane); il potenziamento del tema digitale, non solo nell'ambito dello specifico format di successo Digital Export Academy, ma nella maggior parte dei programmi formativi; la riproposizione di format specializzati quali: Africa Business Lab, Progetto Sostenibilità, La Doppia Elica del Commercio Internazionale.

INIZIATIVE PER LE IMPRESE

Il progetto formativo Digital Export Academy, giunto alla sua quinta annualità, è dedicato allo sviluppo di competenze di marketing digitale per i mercati esteri. I percorsi formativi sono stati prevalentemente di tipo settoriale, erogati interamente online in edizioni di livello base, avanzato e con affiancamenti. In totale sono state realizzate 10 edizioni: 3 per il percorso base (per i vini in collaborazione con Federvini, UIV e Federdoc; per la nautica con Confindustria Nautica, per dolci e prodotti da forno con Unionfood), 6 di livello avanzato (3 edizioni in collaborazione con Confindustria Moda, una con l'Associazione Marchi Storici d'Italia, una con AIE e una con Cosmetica Italia) e infine un'edizione con affiancamenti (in collaborazione con CNA) dedicata alle imprese artigiane produttrici di strumenti musicali.

È inoltre proseguita la proficua collaborazione con Confindustria, attraverso la riproposizione di due progetti: "La doppia elica del commercio mondiale: dogana e mercati", con in-

contri tecnico-specialistici volti a sostenere e facilitare l'attività delle imprese che già operano sui mercati esteri; "Export Kit Dogana", dedicato a imprese di piccole e medie dimensioni che stanno avviando – o intendono avviare – un processo di internazionalizzazione della propria attività.

"Tender Lab – In Gara con Noi", promosso insieme al MA-ECI, è invece un progetto integrato di formazione e accompagnamento in materia di procurement internazionale, finalizzato a sensibilizzare le nostre imprese sulle opportunità, malconosciute in Italia, offerte dal vasto mercato degli appalti finanziati dalle banche multilaterali di sviluppo e dalle altre organizzazioni internazionali. Nel 2023, in particolare, è proseguita la promozione del corso online pubblicato sulla piattaforma dell'Agenzia ICE di e-learning: sono stati realizzati 2 seminari specifici sui portali dove individuare i Bandi di Gara ed è stata svolta la progettazione e la realizzazione della fase d'aula con un Roadshow di 8 tappe territoriali in tutta Italia.

Per quanto riguarda i corsi dedicati a specifici mercati o settori, è stata realizzata la terza edizione del progetto "Africa Business Lab", in collaborazione con SACE e Confindustria Assafrica & Mediterraneo, con l'obiettivo di promuovere una migliore conoscenza del continente africano e di preparare le PMI a cogliere nuove opportunità di affari. Per la prima volta è stato approfondito il settore ICT e digitale. Sono stati inoltre realizzati 12 episodi podcast dal titolo "Direzione Africa", contenenti approfondimenti geografici sul continente africano.

Nel 2023, nell'ambito del Progetto di Formazione sulla Sostenibilità, si sono tenuti dei corsi formativi e di coaching per PMI finalizzati a porre le basi per la realizzazione di piani di gestione aziendale sostenibili. Tali eventi dedicati alla sostenibilità aziendale si sono tenuti nella loro prima edizione a Vicenza e Brescia per le aziende del nord Italia e a Salerno per quelle del meridione, in collaborazione con le associazioni di territorio di Confindustria. L'interesse suscitato dal progetto ha portato alla realizzazione di una seconda edizione, avviata già a novembre 2023 con la riproposizione del format a Bologna per le aziende del nord Italia.

INIZIATIVE PER GIOVANI LAUREATI

Il 55° CORCE Fausto De Franceschi, Master specialistico accreditato ASFOR, si è concluso a dicembre 2023 formando 19 export manager, specificatamente preparati per essere inseriti nelle PMI come Junior Export Manager.

Sono proseguite le collaborazioni con alcune università che hanno ricevuto un contributo formativo in termine di docenze (Università Cattolica di Milano per il Master MIMM in International Marketing Management e Fondazione Biella Master per la realizzazione della XXXII edizione del Master delle Fibre Nobili). Nel caso del Master delle Fibre Nobili,

È stato inoltre realizzato un percorso formativo (aula, in presenza e online, e coaching), rivolto ad aziende artigiane e micro, piccole e medie imprese interessate a espandersi sui mercati esteri, in collaborazione con Confartigianato e CNA. L'obiettivo dell'intervento (in cinque tappe: Parma, Roma, Todi, Olbia e Milano) è stato quello di individuare e potenziare i punti di forza delle aziende in rapporto all'attività esportativa, ottimizzando la gestione e l'organizzazione aziendale, così come quello di offrire alle aziende un approfondimento sulle tecniche del commercio estero e su tematiche di carattere trasversale. L'attività formativa ha inoltre rappresentato un'occasione per fornire alle aziende informazioni dettagliate e aggiornamenti sugli incentivi e sugli strumenti finanziari offerti dal Sistema Italia in materia di internazionalizzazione.

Nell'ambito del Corso di formazione sulla GDO, erogato in sei moduli formativi online, sono state invece approfondite le principali strategie del marketing mix per aiutare le imprese a intercettare la complessità della grande distribuzione internazionale e per ottimizzare l'impatto del canale distributivo sul prezzo di vendita del prodotto.

L'Agenzia ICE ha collaborato sia nell'ambito delle docenze al corso propedeutico alla partecipazione al Master (16 allievi), sia con un contributo per le borse di studio per la partecipazione al Master della durata di 13 mesi destinate a cinque allievi selezionati al termine del corso propedeutico.

È stata poi realizzata anche la terza edizione del corso online su "Social Media & E-commerce in China", rivolto agli studenti universitari italiani dell'Università degli Studi di Torino, del Politecnico di Milano, dell'Università di Modena e Reggio Emilia e dell'Università di Roma "La Sapienza".

INIZIATIVE PER OPERATORI STRANIERI

Nel 2023 si è svolta anche una nuova edizione di Lab Innova for Africa con tappa nel Sahel (corso da remoto rivolto

ad aziende di Burkina Faso, Mali e Niger), realizzata nell'ambito dell'omonimo programma di formazione tecnico-mana-

geriale per sostenere lo sviluppo del settore agro-industriale nell'Africa sub-sahariana e per promuovere partenariati commerciali e tecnologici con le imprese italiane. Un'iniziativa dal format analogo è stata realizzata per la terza volta in Tunisia e destinata alle startup dell'ITC. Hanno poi avuto luogo due *study tour* in Italia riservati alle aziende africane partecipanti a Lab Innova e realizzati a Rimini (in occasione della fiera Macfrut) per il settore agribusiness, a Bologna (presso BiRex, Cineca e Almalabor) e a Milano (in occasione di SMAU) per il settore ICT. Il format è stato utilizzato anche per la prima edizione di Lab Innova Sud Est Europa che ha visto coinvolte

aziende del settore agribusiness di Bosnia e Bulgaria con *study tour* al Cibus Tec di Parma.

Sono state inoltre realizzate, in collaborazione con il MIB School of Management di Trieste, una nuova edizione del corso "Origini Italia", destinata a giovani laureati stranieri di origine italiana, e l'ottava edizione del programma "Invest your Talent in Italy", promosso dal MAECI in partnership con Agenzia ICE e Uni-Italia, che prevede l'erogazione di borse di studio a 65 giovani stranieri, provenienti da 17 paesi, per la partecipazione a un biennio di alta formazione presso atenei italiani, seguiti da un tirocinio nelle aziende italiane.

ATTIVITÀ DI FORMAZIONE ON LINE

L'Agenzia ICE ha continuato a sviluppare la piattaforma di e-learning Train2Markets, avviata nel 2021 per la formazione asincrona delle aziende italiane. Le attività hanno riguardato un notevole arricchimento del catalogo – arrivato a propor-

re 210 risorse formative (51 pubblicate nel 2023) – e una serie di miglioramenti tecnici della piattaforma, che hanno permesso di semplificare la procedura di caricamento e di fruizione dei contenuti formativi.

UFFICIO DI COORDINAMENTO ATTRAZIONE INVESTIMENTI ESTERI

Le strategie attuate nel 2023 dalla struttura dedicata all'attività di attrazione degli investimenti esteri sono state finalizzate a:

- 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 dell'Agenzia ICE, con particolare riferimento ai paesi in cui sono presenti FDI Desk (10) e FDI Analyst (13);
- promuovere l'immagine del paese e le opportunità di investimento in Italia e gli incentivi offerti dalla normativa italiana;
- affinare il processo strutturato di interazione tra i diversi soggetti coinvolti nell'attività di attrazione investimen-

ti, sia interni all'Agenzia (sede di Roma e Rete Estera, Desk e Analyst FDI), sia esterni (MAECI, MIMIT, Invitalia, Regioni, agenzie di promozione locali, altri Ministeri, ecc.).

Il 2023 è stato caratterizzato dall'organizzazione di eventi di primaria importanza quali, per esempio, il *side event* alla JP Morgan Annual Conference (San Francisco, 9-12 gennaio) nelle *life sciences*, il Mipim (Cannes, 14-17 marzo) nel settore immobiliare e la Bio International di San Diego (Boston, 5-8 giugno). È inoltre proseguita l'attività di *Business Intelligence* per capire come strutturare ed eventualmente modificare la rete di Desk e Analyst ai fini di un più efficace risultato di intercettazione degli investitori potenziali e non ancora censiti. È stata poi fatta leva sul processo di integrazione tra i diver-

si soggetti coinvolti nell'attività di attrazione investimenti (interni ed esterni) per promuovere l'immagine del paese tramite Investinitaly, interlocutore unico con il quale gli investitori possono interfacciarsi per conoscere preliminarmente, già dalla fase di scouting, le opportunità di investimento in Italia, gli incentivi offerti dalla normativa italiana e, più in generale, la *value proposition* nazionale.

Nel 2023 l'attività dell'Agenzia ICE ha permesso l'attivazione effettiva di 83 progetti di investimento in Italia e il concreto avvio di 5 investimenti (con circa 850 occupati e investimenti previsti per 350 milioni di euro).

Dal punto di vista della Governance, dopo la costituzione della Segreteria Tecnica del Comitato Attrazione Investimenti Esteri (CAIE) tramite decreto del 2022, nel 2023 è stato istituito lo Sportello Unico sperimentale e dell'Unità di Missione Attrazione e Sblocco degli Investimenti UMASI, alle dirette dipendenze del neocostituito Dipartimento per le Politiche per le Imprese presso il MIMIT – realtà con le quali le strutture di attrazione investimenti esteri dell'Agenzia ICE sono chiamate a collaborare.

Anche nel 2023 gli Uffici dell'Agenzia ICE impegnati nell'attività di attrazione investimenti hanno posto sistematica attenzione sull'*aftercare* e sulle richieste di supporto da parte degli investitori già presenti in Italia, fornendo tempestivamente informazioni e aggiornamenti sulla situazione del paese e su strumenti e temi di attualità come, per esempio, il PNRR.

Le principali azioni realizzate nel 2023 hanno riguardato:

- lo sviluppo e la realizzazione di un programma di eventi promozionali, principalmente in presenza, col fine di promuovere l'Italia come paese di destinazione degli investimenti;
- la gestione dell'articolata rete di Desk e Analyst dedicata all'attrazione degli investimenti esteri: un asset strategico della struttura con le proprie competenze operative che agisce in coordinamento con il MAECI e seguendo le indicazioni della Cabina di regia;

- la gestione del progetto relativo alla vetrina di promozione del patrimonio immobiliare pubblico (che coinvolge circa 100 partner pubblici e 400 immobili);
- la prosecuzione della gestione dei progetti di investimento in carico su uno specifico gestionale (*Pipedrive*) che consente di tracciare e monitorare l'attività di Desk e Analyst AIE, per il quale è stata avviata una fase di interlocuzione con MIMIT e Invitalia, nell'ambito della Convenzione poi perfezionata il 28 marzo 2024, in vista del passaggio a un nuovo gestionale integrato Investinitaly (MS Dynamics);
- il sistema di *market intelligence* a supporto dell'attività di *lead generation*, attraverso database specializzati e un team attivo nell'analisi dei segnali di investimento (costantemente condivisi con la rete) e nel monitoraggio dei progetti;
- la gestione del progetto Investinitaly sui social con i profili LinkedIn e X per attività di *web marketing*, attraverso la pubblicazione di notizie e di aggiornamenti su settori ed eccellenze italiane.

Anche per il 2023 la cornice istituzionale di queste attività è stata rappresentata dall'accordo tra l'Agenzia ICE e Invitalia, siglato nel 2017 e rinnovato nel corso del 2020, che ha previsto una divisione dei ruoli tra le due Agenzie. Nel corso del 2023 l'Agenzia ICE ha continuato ad avere un ruolo di leadership nell'attività all'estero, in particolare nella *lead generation* con collegata attività di intelligence a supporto e nella promozione delle opportunità di investimento in Italia; Invitalia ha invece proseguito nella creazione, nella raccolta dell'offerta nazionale e nell'accompagnamento dell'investitore sul territorio. Tale accordo ha avuto il suo termine nel settembre 2023 ed è stato oggetto di approfondimento e ulteriore negoziazione finalizzata al suo rinnovo, tenendo conto delle innovazioni istituzionali e dell'interesse nazionale, venendo definitivamente approvato nel primo trimestre 2024.

Nel corso del 2023 è inoltre proseguita l'attività ormai consolidata di collaborazione con le Regioni, finalizzata a coordinare gli interventi di promozione delle opportunità di inve-

stimento, in modo particolare in occasione dell'organizzazione di eventi di attrazione investimenti, nell'ambito di specifiche collaborazioni come quella per la *survey* Enterprise Informa-

tion Management (E&Y/OCO Global) e nelle attività di accompagnamento dell'investitore svolte in collaborazione con Invitalia.

UFFICIO DI MILANO

L'ufficio di Milano ha proseguito la sua attività di sviluppo e di promozione di servizi digitali per le PMI in linea con gli obiettivi previsti dalla Cabina di Regia, con particolare riguar-

do alla promozione dell'utilizzo di strumenti digitali per il rafforzamento delle strategie aziendali di internazionalizzazione, declinati nel Piano della Performance 2022-2024.

FIERA SMART 365

La piattaforma Fiera Smart 365 (dedicata a eventi sia virtuali che ibridi) e la regia della piattaforma Zoom per la realizzazione di webinar sono stati amministrati dall'ufficio di Milano, che ha gestito l'area di amministrazione degli eventi, il *back end* per le aziende espositrici e il *front end* per i visitatori. In quest'ambito sono stati realizzati incontri di formazione con amministratori e uffici esteri ed è stato fornito supporto tecnico e assistenza per la gestione degli eventi.

Nel corso del 2023 sono stati organizzati 22 webinar, 43 eventi e 9 vetrine, con la partecipazione di 5.374 aziende italiane e di 1.524 buyers esteri. Il numero degli incontri b2b digitali è stato pari a 2.124.

L'impegno del gruppo di gestione di Fiera Smart 365 ha portato a un'evoluzione del sistema, rendendo lo strumento ancor più rispondente alle necessità presentate dagli eventi organizzati da Agenzia ICE e portando a una migliore usabilità del sito da parte delle aziende e buyers, in termini di navigazione, contatti e gestione. Il sistema Fiera Smart 365, già fondamentale in periodo pandemico, è rimasto e rimane uno strumento efficace che, offrendo funzionalità come quelle del catalogo digitale e della gestione delle agende di espositori e buyers, per incontri sia virtuali che fisici, viene richiesto anche per portare avanti un lavoro parallelo a quello svolto negli eventi tradizionali.

EXPORT.GOV.IT

L'ufficio di Milano ha curato la gestione del portale export.gov.it per quel che riguarda il lato dell'Agenzia ICE. 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, SIMEST, Unioncamere e Regioni.

Nel 2023 sono state portate avanti le attività pianificate con i partner di progetto. Il portale è stato costantemente alimentato con news sul tema dell'internazionalizzazione. È stata inviata una newsletter mensile agli utenti iscritti ed è

stata effettuata una campagna di advertising ad hoc per dare maggiore visibilità al sito e per portare un maggior volume di traffico qualificato. Sono state inoltre effettuate implementazioni per migliorare l'esperienza dei visitatori e la facilità d'uso, nonché per ottimizzare la referenziazione dei testi presso i principali motori di ricerca.

PROGETTO BLOCKCHAIN PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Nel 2023 è proseguito il progetto "TrackIT blockchain", un utile strumento di tracciamento di prodotto e filiera con tecnologia blockchain. Lo strumento aveva raggiunto la piena operatività a partire dal settembre 2022 con l'attivazione di nove operatori economici (service provider) in grado di implementare, a favore delle aziende partecipanti, la soluzione di tracciamento con tecnologia blockchain entro massimo 80 giorni. Il servizio offerto – completamente gratuito per i primi 18 mesi dal completamento dell'operazione di tracciamento – ha l'obiettivo di aumentare la competitività delle aziende sui mercati esteri fornendo uno strumento utile alla protezione e alla valorizzazione del brand anche in termini di sostenibilità.

Le azioni di comunicazione in favore del progetto sono state particolarmente diffuse e hanno spiegato le opportunità di utilizzo di uno strumento innovativo per la promozione dell'internazionalizzazione sui mercati esteri, raggiungendo il più alto numero di potenziali utilizzatori. Sono stati utiliz-

zati canali di comunicazione tradizionali e canali social, infografiche e videografiche per raccontare in maniera semplice e diretta lo strumento di tracciamento "TrackIT blockchain". La squadra dedicata al progetto presso l'ufficio di Milano è stata impegnata nella promozione delle aziende partecipanti al servizio tramite un corner TrackIT presso le fiere Specialty Food a Londra, Anuga a Colonia e Igeho a Basilea. Nel 2023, inoltre, il progetto è stato ampliato ai settori della cosmetica e dell'arredo/design.

La risposta delle aziende è stata molto positiva: nei primi quindici mesi di attivazione del servizio sono state 323 le aziende dei settori coinvolti (agroalimentare e vini, sistema moda, cosmetica e arredo/design). La distribuzione geografica delle aziende è stata omogenea tra le aree nord, centro e sud del paese. Per quel che riguarda i settori, invece, è predominante l'adesione delle aziende dell'agroalimentare e vini (circa 67%) rispetto a quelle degli altri settori.

UFFICIO DI SUPPORTO PER LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA E IL CONTROLLO DI GESTIONE

ATTIVITÀ DI STUDI E INTELLIGENCE ECONOMICA

Le attività di studi realizzate nel 2023, a favore della Camera di Regia per l'Italia internazionale, del MAECI, del MIMIT, dei vertici dell'Agenzia ICE, degli stakeholder e delle imprese, hanno riguardato i filoni di intervento descritti di seguito.

Nell'ambito del progetto "Strumenti di analisi a sostegno della promozione dei processi di internazionalizzazione"

sono stati destinati specifici interventi all'ampliamento delle banche dati di commercio estero dell'Agenzia ICE, che alimentano la pagina web delle statistiche, e a fornire dati e informazioni sull'interscambio e sugli investimenti a imprese e stakeholder. È proseguita, inoltre, l'alimentazione della sezione statistiche dell'Agenzia ICE con i dati di circa cento paesi

forniti dalla Società TDM - Trade Data Monitor LLC. L'obiettivo è quello di mettere a disposizione degli uffici dell'Agenzia ICE 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 quale quella realizzata, per esempio, dai colleghi impegnati nel progetto Export Flying Desk. L'Agenzia ICE mette a disposizione dell'utenza esterna e interna queste informazioni, attraverso un'interfaccia dedicata accessibile tramite i propri siti Internet e, limitatamente agli utenti ICE, anche attraverso un'interfaccia proprietaria del fornitore. 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 2023 è stato ampliato, estendendolo anche ai beni di consumo, l'abbonamento alla banca dati Euromonitor Passport che contribuisce, con le informazioni su prodotti, prezzi e distribuzione, a completare il patrimonio informativo a disposizione dell'Agenzia ICE. Questa importante risorsa era stata attivata in precedenza solo per i beni strumentali e intermedi.

In collaborazione con la società di ricerca Prometeia, poi, è stata pubblicata sul sito web dell'Agenzia ICE, a gennaio 2023, la XX edizione del Rapporto Agenzia ICE - Prometeia "Evoluzione del commercio con l'estero per aree e settori". In questa edizione è stata posta un'attenzione particolare al tema dell'inflazione, alla luce dell'ulteriore spinta al rialzo dei prezzi delle materie prime, energetiche e non, e alle mutate condizioni del mercato del credito. Il progetto portato avanti con Prometeia, 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 un'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 in-

dividuare mercati e settori strategici, e dall'Agenzia ICE nel suo complesso, per definire gli obiettivi della programmazione promozionale.

Un altro tema di estrema rilevanza nelle attività di ricerca dell'Agenzia ICE è quello delle politiche commerciali. Al riguardo, l'Agenzia ICE ha affidato a un operatore economico esterno di comprovata esperienza la realizzazione di singoli studi e di specifiche attività destinate 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. Obiettivo di questa iniziativa è quello di fornire all'Agenzia ICE uno strumento conoscitivo sullo stato delle indagini di difesa commerciale, di volta in volta oggetto di intervento, e sui possibili provvedimenti che ne potrebbero conseguire: nel corso del 2023, in particolare, è stato richiesto un ampliamento dello studio già realizzato sul caso FEBs (misure anti-sovvenzione applicate dagli USA nei confronti dell'import dall'Italia di componenti in acciaio forgiato, introdotte nel 2020 a conclusione delle indagini originarie condotte dal Dipartimento del Commercio USA).

Con riguardo al filone di ricerca avente per oggetto le imprese italiane nelle reti produttive internazionali (o catene globali del valore), nel 2023 è stata conclusa la realizzazione dello studio "Le imprese italiane nelle Reti produttive internazionali - Il ruolo delle tecnologie digitali", finanziato anche mediante un contributo del Monte dei Paschi di Siena, in collaborazione con ricercatori dell'Istat, dell'OCSE, del Centro Studi Confindustria e del Politecnico di Milano. Lo studio - dopo una breve rassegna della letteratura economica e manageriale in materia di digitalizzazione, processi produttivi e internazionalizzazione - presenta evidenze empiriche riguardanti l'Italia, sia nel confronto internazionale con i paesi OCSE sia attraverso l'analisi di dati Istat sulle imprese italiane nel periodo pre e post-Covid 19. Vi sono inoltre descritti i risultati di un Focus Group, a cui hanno collaborato 31 imprese, riportando le loro esperienze e valutazioni sul legame tra

digitalizzazione e internazionalizzazione. Completano lo studio, infine, cinque approfondimenti sulle principali tecnologie digitali "avanzate", citate nei vari capitoli (*Blockchain*, *Intelligenza artificiale*, *Internet of Things*, *Manifattura additiva* e *Supply Chain Management*), evidenziandone vantaggi, criticità e campi di applicazione.

Un secondo studio, dal titolo "Le imprese italiane nelle Reti produttive internazionali – La partecipazione delle imprese manifatturiere esportatrici alle reti produttive internazionali: caratteristiche settoriali e cambiamenti tra il 2019 e il 2022", è stato realizzato a fine 2023 e pubblicato sul sito dell'Agenzia ICE nella sezione dedicata agli studi sulle Reti produttive Internazionali. Lo studio si propone di misurare i cambiamen-

ti relativi alla partecipazione delle imprese manifatturiere italiane alle reti produttive internazionali tra il periodo pre-pandemico e il 2022: redatto da Roberto Monducci (affiliato alla Scuola Superiore di Sant'Anna), il documento si basa su un'ampia base dati d'impresa di fonte Istat, comprendente oltre 46 mila imprese esportatrici, che rappresentano il 98% del valore export manifatturiero. Il coinvolgimento delle imprese nelle catene globali del valore è misurato in base ai flussi di import-export di beni intermedi (materie prime, parti, componenti). I risultati mostrano, con un ampio dettaglio settoriale, che una maggiore partecipazione alle reti produttive globali è associata a effetti positivi sulla dinamica dell'export, specie per le PMI.

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

L'Agenzia ICE ha adottato fin dal 2013 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 e ai fabbisogni e alle aspettative dei clienti (intendendo per "clienti" in primis le aziende, oltre a stakeholder/committenti istituzionali e non).

Il modello organizzativo adottato è connotato da forte innovazione, integrato con i requisiti legali e normativi relativi alle specifiche attività.

Tutte le attività svolte dall'Agenzia ICE sono state mappate e messe in correlazione attraverso i "Macroprocessi" (quattro di *core business* di servizi e quattro di supporto alla loro realizzazione), che definiscono responsabilità, processi e flussi di attività.

Per rispondere alle indicazioni della versione 2015 della Norma ISO 9001, che si basa sull'approccio per processi orientato all'analisi del rischio (*Risk-based thinking*), attraverso i Macroprocessi sono stati anche rilevati e definiti i rischi/opportunità di miglioramento connessi a ogni attività, identificati in cinque tipologie:

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

A seguito dell'entrata in vigore del nuovo disegno organizzativo (Legge n. 234/2021), nel corso del 2023 è stata avviata una sistematica revisione dei Macroprocessi e delle attività, nuovamente tracciate per tenere conto della declaratoria di funzioni introdotta dal nuovo Regolamento di Organizzazione e Funzionamento.

Su base triennale viene inoltre stabilito un Piano di Audit interni SGQ, volto a verificare tutte le procedure del Sistema presso gli uffici della Sede, di Milano e della Rete Estera, con le finalità di:

- mantenere e rafforzare il coinvolgimento e la responsabilizzazione della leadership nella verifica/rivalutazione dei rischi interni ed esterni relativi ai servizi offerti;
- estendere l'applicazione del Sistema, aumentando la consapevolezza del personale con particolare attenzione agli Uffici della Rete Estera dell'Agenzia ICE;
- assistere la struttura sulle tematiche del Sistema e coordinare gli aggiornamenti della documentazione (Manuali e Procedure Operative);
- migliorare la comprensione del Sistema attraverso attività di formazione diretta e a distanza;
- effettuare monitoraggi periodici dei processi del Sistema e supportare gli Uffici dell'Agenzia ICE in fase di certificazione.

A luglio 2022 l'Agenzia ICE ha ottenuto il rinnovo della Certificazione e, contestualmente, il passaggio alla modalità "multisito" sulla base della Norma UNI EN ISO 9001:2015. L'Agenzia risulta, quindi, certificata in Sede, a Milano e nei suoi Uffici nel mondo, per le attività di "Progettazione ed erogazione di servizi di promozione e cooperazione nei settori in-

dustriali, agricolo e agro-alimentare, della distribuzione e del terziario finalizzati all'internazionalizzazione delle imprese e reti italiane di imprese; di servizi e prodotti di informazione; di servizi di assistenza a imprese e istituzioni; di formazione a imprese e a giovani laureati; di promozione dell'Italia quale destinazione degli investimenti esteri".

A giugno 2023 è stata svolta la prima verifica di sorveglianza da parte della Società di certificazione RINA (accreditata dall'Ente nazionale Accredia), che ha confermato il mantenimento della Certificazione multisito e quanto rilevato in sede di Audit interni: è infatti migliorato il grado di maturità e consapevolezza del personale sull'approccio per processi e sul SGQ, grazie anche alla costante attività formativa che ha coinvolto il personale di ruolo e il personale locale nelle Sedes Estere.

Il Nucleo SGQ coordina tutte le attività necessarie al mantenimento e alla verifica di efficacia del Sistema, gestendo i rapporti con la società che fornisce formazione e assistenza tecnica (NIER) e con la società di certificazione esterna. La documentazione del Sistema di Gestione per la Qualità è tenuta costantemente aggiornata ed è disponibile nella pagina SGQ della Intranet aziendale e sul Minisito Rete Estera, espressamente dedicato alle attività che svolgono gli Uffici dell'Agenzia ICE all'estero.

UFFICIO DI SUPPORTO COMUNICAZIONE, RELAZIONI ESTERNE E ISTITUZIONALI

COMUNICAZIONE, RELAZIONI ESTERNE E ISTITUZIONALI

GIORNATA DELLA QUALITÀ ITALIA (ROMA, 17 NOVEMBRE 2023).

Anche nel corso del 2023 è stata celebrata nella Sala della Regina di Palazzo Montecitorio la Giornata della Qualità Italia, alla presenza del Vicepresidente della Camera, On. Fabio Rampelli, che ha accolto gli ospiti con un saluto iniziale. Sono intervenuti in qualità di relatori il Vicepresidente del Consiglio e Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, On. Antonio Tajani, il Ministro delle Imprese e del Made in Italy, Sen. Adolfo Urso, i Presidenti di Comitato Leonardo e dell'Agenzia ICE e la Vicepresidente per l'internazionalizzazione di Confindustria, nonché numerosi imprenditori e autorità. Nel corso dell'evento sono stati conferiti i Premi Leonardo a figure imprenditoriali di spicco, in segno di riconoscimento del loro ruolo strategico nell'affermazione della qualità e del prestigio del Made in Italy nel mondo, nonché premi di laurea a brillanti neolaureati per i lavori a supporto dell'innovazione nell'industria italiana.

49° FORUM "LO SCENARIO DI OGGI E DI DOMANI PER LE STRATEGIE COMPETITIVE" (CERNOBBIO, 1 - 3 SETTEMBRE 2023)

Anche nel 2023, così come nei due anni precedenti, l'Agenzia ICE ha partecipato al Forum di Cernobbio. Il Presidente dell'Agenzia ICE e il Segretario Generale del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale hanno partecipato in presenza; i Direttori degli Uffici dell'Agenzia ICE all'estero e gli Ambasciatori, oltre ai Dirigenti di Agenzia ICE e MAECI in Italia, hanno potuto invece seguire i lavori in videoconferenza. Gli stessi interlocutori hanno avuto la possibilità di accedere tramite l'App del Forum a tutta la documentazione resa disponibile durante i lavori e visualizzare i lavori anche dopo la chiusura dell'evento, per i dieci giorni successivi alla fine dei lavori. Agenzia ICE e MAECI, inoltre, sono stati citati come partner dell'Hub di Cernobbio nel comunicato stampa di apertura del Forum.

SUPPORTO AGLI UFFICI DELLA SEDE NELL'ORGANIZZAZIONE DI EVENTI

L'Ufficio di supporto Comunicazione, Relazioni Esterne e Istituzionali ha fornito supporto agli altri uffici della Sede nell'organizzazione di eventi di alto rilievo (elencati di seguito), con la partecipazione dei vertici dell'Agenzia ICE e di alti rappresentanti politici e imprenditoriali, e nella cura del ceri-

moniale negli eventi ibridi e in presenza, tra i quali:

- Airbus Industry Day (Roma, 8 febbraio) e Boeing Industry Day (Roma, 20 settembre), tenutisi presso la sede centrale dell'Agenzia ICE: importanti iniziative che hanno consentito alle aziende italiane di entrare in contatto con i due co-

lossi stranieri. Dopo il saluto iniziale da parte dell'Agenzia ICE si è tenuta la presentazione delle diverse suddivisioni delle due aziende e, a seguire, nel pomeriggio, B2B con le imprese italiane.

- Conferenza Bilaterale sulla Ricostruzione dell'Ucraina (Roma, 26 aprile): l'evento, tenutosi al Palazzo dei Congressi, ha visto un primo panel di interventi istituzionali con la partecipazione dei Ministri degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale on. Antonio Tajani, delle Infrastrutture e dei Trasporti sen. Matteo Salvini, delle Imprese e del Made in Italy sen. Adolfo Urso e dell'Economia e delle Finanze on. Giancarlo Giorgetti e dei loro omologhi ucraini. Sono seguiti un secondo panel con focus sul ruolo delle istituzioni finanziarie internazionale e, infine, l'intervento del Presidente del Consiglio dei Ministri on. Giorgia Me-

loni, che ha dialogato con il Presidente dell'Ucraina, Volodymyr Zelensky, collegato da remoto. In parallelo, il Presidente dell'Agenzia ICE ha firmato un Memorandum d'Intesa con il Ministero degli Affari Esteri ucraino. Al termine dell'evento si sono svolti B2B e B2G.

- Presentazione del Rapporto OICE 2023 (Roma, 26 ottobre): la presentazione del Rapporto delle società di ingegneria, architettura e consulenza tecnico-economica all'estero, che si è svolta nella Sala Pirelli della sede centrale dell'Agenzia ICE, ha visto la partecipazione dei Presidenti dell'Agenzia ICE e dell'OICE, il videomessaggio del Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale on. Antonio Tajani e le conclusioni del Viceministro delle Imprese e del Made in Italy on. Valentino Valentini.

GRANDI EVENTI SPORTIVI

Per rafforzare la visibilità internazionale del paese e promuovere opportunità di internazionalizzazione per le sue aziende (e in particolar modo per quelle legate ai settori o ai territori di riferimento), nel 2023 l'Agenzia ICE ha supportato il Made in Italy anche attraverso il sostegno a progetti correlati ai grandi eventi sportivi che hanno interessato l'Italia (Progetto di Promozione Internazionale del Made in Italy – International Main Partner Lega Serie A; Progetto Grandi Eventi Sportivi in collaborazione con F.I.R.; Ryder Cup Italiana: il Golf che unisce il Made in Italy; Progetto Straordinario di Supporto delle Eccellenze del Made in Italy, dei Distretti Industriali, in particolare della Filiera relativa alla Bike Economy).

Nell'ambito di tali progetti sono state realizzate campagne di comunicazione multimediale e di promozione nel mondo del Made in Italy e delle filiere produttive italiane.

NATION BRANDING

La prima Campagna di Nation Branding, lanciata nel 2021 dall'Agenzia ICE in collaborazione con il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, "Italy is simply extraordinary: Be IT", si è conclusa il 31 ottobre 2022. La Campagna, principalmente digitale e *omnichannel*, aveva tre principali obiettivi:

1. raggiungere un pubblico globale in 26 paesi target (ridotti a 25 a seguito dell'esclusione della Russia);
2. informare un target internazionale sugli aspetti meno conosciuti dell'Italia;

3. sostenere l'internazionalizzazione delle filiere produttive italiane, ampliando e diversificando i mercati esteri per le piccole e medie imprese.

4. Visto il successo della prima edizione, per dare continuità alla Campagna e consolidarne i risultati, nel 2023 è stato attivato l'iter per prevedere una seconda edizione. In attesa dell'avvio della campagna, sono state intraprese delle attività di manutenzione del portale madeinitaly.gov.it, con incarichi a società esterne per quel che riguarda l'infrastruttura tecnica e i contenuti.

ITALY JAPAN BUSINESS GROUP

La XXXIII Assemblea Generale dell'Italy-Japan Business Group (IJBG) si è svolta dal 6 all'8 novembre 2023 a Tokyo. La sera del 6 novembre si è svolta la serata di benvenuto presso l'Happoen di Tokyo, organizzata dal Segretariato Giapponese. Nella mattinata del 7 novembre, presso l'Istituto Italiano di Cultura di Tokyo, si è tenuta l'Outreach Session, presieduta da Susumu Kataoka (Presidente di Jetro), e Matteo Zoppas (Presidente dell'Agenzia ICE), a cui ha fatto seguito un momento di networking. Nel pomeriggio si è svolta invece l'Assemblea Generale, inaugurata da Shunichi Miyanaga (Presidente dell'IJBG in Giappone) e da Roberto Cingolani (CEO di Leonardo e Presidente dell'IJBG in Italia).

Nel corso dell'evento, hanno tenuto discorsi di benvenuto

rappresentanti del settore pubblico e di quello privato di entrambi i paesi, tra i quali: Akira Amari, Presidente dell'Associazione Parlamentare di Amicizia Italia-Giappone; l'Amb. Umberto Vattani, Presidente della Fondazione Italia Giappone; l'Amb. Mario Vattani, Commissario Generale per Expo Osaka 2025. Sono stati previsti anche due interventi di stampo economico, tenuti da Wataru Miyanaga, della Development Bank of Japan, e da Marco Fortis, Vicepresidente della Fondazione Edison.

Nella mattinata dell'8 novembre il Segretariato Giapponese ha organizzato una visita guidata allo Yokohama Hardtech Hub (Mitsubishi Heavy Industries) e ai Giardini Sankeien.

RAFFORZAMENTO DEI RAPPORTI CON LA STAMPA E POTENZIAMENTO DELL'IMMAGINE SUI MEDIA

L'immagine dell'Agenzia ICE è stata rafforzata sia potenziando la comunicazione con la diffusione di comunicati stampa sui mezzi tradizionali (dove è aumentato il numero di redazionali pubblicati, cartacei e online), sia organizzando interviste ai Vertici dell'Agenzia, grazie alla parteci-

pazione in presenza e/o on line dei responsabili della comunicazione ai principali eventi e alla realizzazione di incontri stampa ad hoc. Il 2023 ha visto un'ampia diffusione sui social media di tutti gli eventi realizzati dall'Agenzia ICE a favore delle aziende italiane.

GESTIONE DEI SOCIAL ISTITUZIONALI DELL'AGENZIA ICE

L'Ufficio Comunicazione e Relazioni Esterne ha affidato a una società di comunicazione la gestione dei social istituzionali dell'Agenzia ICE. Nella programmazione degli account sono state seguite alcune linee guida per assicurare una maggiore uniformità e capillarità della comunicazione con l'obiettivo di coinvolgere, valorizzare e incentivare l'utilizzo dei social media da parte degli uffici esteri.

TAVOLE

TAVOLA 1 - ATTIVITA' PROMOZIONALE 2023 TOTALE PER SISTEMI MERCEOLOGICI

(Valori in Euro)

| Sistemi merceologici | SPESA | % sul totale |
|--------------------------------|--------------------|----------------|
| AGRO-ALIMENTARE | 42.390.988 | 19,2% |
| TECNOLOGIA INDUSTRIALE | 40.698.458 | 18,5% |
| MODA-PERSONA-SPORT | 38.364.862 | 17,4% |
| CASA-UFFICIO | 21.692.115 | 9,8% |
| STARTUP-INNOVAZIONE | 17.579.967 | 8,0% |
| SERVIZI DIGITALI ALLE PMI | 8.845.464 | 4,0% |
| INDUSTRIA CREATIVA E BENESSERE | 7.592.724 | 3,4% |
| ATTRAZIONE INVESTIMENTI | 4.750.351 | 2,2% |
| FORMAZIONE | 2.915.588 | 1,3% |
| COLLABORAZIONE INDUSTRIALE | 2.088.542 | 0,9% |
| PLURISETTORIALE | 33.368.312 | 15,1 |
| Totale complessivo | 220.287.371 | 100,00% |

TAVOLA 2 - ATTIVITA' PROMOZIONALE 2022 TOTALE PER AREE GEOGRAFICHE

(Valori in euro)

| Aree geografiche | SPESA | % sul totale |
|---------------------------|--------------------|----------------|
| ITALIA | 76.387.123 | 34,7% |
| EUROPA | 47.571.295 | 21,6% |
| ASIA | 35.487.506 | 16,1% |
| NORD AMERICA | 33.575.746 | 15,2% |
| AFRICA | 5.722.782 | 2,6% |
| CENTRO E SUD AMERICA | 4.835.250 | 2,2% |
| OCEANIA | 726.236 | 0,3% |
| MULTIMERCATO | 15.981.434 | 7,3% |
| Totale complessivo | 220.287.371 | 100,00% |

TAVOLA 3 - ATTIVITA' PROMOZIONALE 2022 TOTALE PER PAESI

(Valori in euro)

| Paesi | SPESA | % sul totale |
|---------------------|------------|--------------|
| ITALIA | 76.387.123 | 34,68% |
| STATI UNITI | 31.165.841 | 14,15% |
| FRANCIA | 15.545.931 | 7,06% |
| GERMANIA | 12.608.029 | 5,72% |
| CINA | 8.831.936 | 4,01% |
| REGNO UNITO | 6.670.279 | 3,03% |
| EMIRATI ARABI UNITI | 5.871.012 | 2,67% |
| GIAPPONE | 5.603.170 | 2,54% |
| QATAR | 2.634.959 | 1,20% |
| SPAGNA | 2.604.283 | 1,18% |
| THAILANDIA | 2.406.604 | 1,09% |
| COREA DEL SUD | 2.309.489 | 1,05% |
| PAESI BASSI | 2.160.550 | 0,98% |
| SVIZZERA | 1.991.164 | 0,90% |
| CANADA | 1.925.052 | 0,87% |
| MESSICO | 1.501.572 | 0,68% |
| BRASILE | 1.408.002 | 0,64% |
| INDIA | 1.219.286 | 0,55% |
| TURCHIA | 1.129.720 | 0,51% |

| Paesi | SPESA | % sul totale |
|----------------|---------|--------------|
| EGITTO | 883.939 | 0,40% |
| SERBIA | 869.439 | 0,39% |
| ARABIA SAUDITA | 862.301 | 0,39% |
| KENYA | 824.710 | 0,37% |
| SINGAPORE | 814.298 | 0,37% |
| ALGERIA | 769.746 | 0,35% |
| CUBA | 728.814 | 0,33% |
| BELGIO | 612.468 | 0,28% |
| ETIOPIA | 612.312 | 0,28% |
| AUSTRALIA | 598.999 | 0,27% |
| VIETNAM | 530.694 | 0,24% |
| TAIWAN | 505.559 | 0,23% |
| AZERBAIJAN | 493.948 | 0,22% |
| CROAZIA | 468.927 | 0,21% |
| SLOVENIA | 429.625 | 0,20% |
| KAZAKISTAN | 425.638 | 0,19% |
| FINLANDIA | 410.963 | 0,19% |
| MALAYSIA | 391.190 | 0,18% |
| SENEGAL | 366.119 | 0,17% |
| COLOMBIA | 327.901 | 0,15% |
| LIBIA | 323.762 | 0,15% |
| ROMANIA | 315.948 | 0,14% |
| PORTOGALLO | 309.025 | 0,14% |
| LIBANO | 274.447 | 0,12% |
| POLONIA | 263.805 | 0,12% |
| MAROCCO | 261.398 | 0,12% |
| ANGOLA | 256.345 | 0,12% |
| SVEZIA | 245.781 | 0,11% |
| ARGENTINA | 240.271 | 0,11% |
| IRAQ | 238.410 | 0,11% |
| MOZAMBICO | 236.252 | 0,11% |
| IRLANDA | 225.275 | 0,10% |
| PANAMA | 200.901 | 0,09% |
| UNGHERIA | 196.506 | 0,09% |
| NORVEGIA | 192.596 | 0,09% |
| BAHREIN | 191.891 | 0,09% |
| ECUADOR | 190.757 | 0,09% |

| Paesi | SPESA | % sul totale |
|------------------------------|---------|--------------|
| SUD AFRICA | 190.035 | 0,09% |
| GHANA | 184.947 | 0,08% |
| COSTA D'AVORIO | 174.549 | 0,08% |
| AUSTRIA | 132.774 | 0,06% |
| CIPRO | 130.452 | 0,06% |
| NUOVA ZELANDA | 127.236 | 0,06% |
| ISRAELE | 124.958 | 0,06% |
| PERU' | 104.236 | 0,05% |
| REPUBBLICA CECA | 98.202 | 0,04% |
| CILE | 94.291 | 0,04% |
| TUNISIA | 89.025 | 0,04% |
| DANIMARCA | 87.890 | 0,04% |
| ESTONIA | 72.741 | 0,03% |
| CAMERUN | 72.535 | 0,03% |
| BURKINA FASO | 67.305 | 0,03% |
| LETTONIA | 66.985 | 0,03% |
| PAKISTAN | 61.932 | 0,03% |
| FILIPPINE | 56.548 | 0,03% |
| GRECIA | 49.731 | 0,02% |
| LAOS | 48.610 | 0,02% |
| UZBEKISTAN | 48.035 | 0,02% |
| REPUBBLICA DEMOCRATICA CONGO | 47.122 | 0,02% |
| LITUANIA | 46.288 | 0,02% |
| SUDAN | 43.482 | 0,02% |
| GIORDANIA | 42.263 | 0,02% |
| NIGERIA | 41.228 | 0,02% |
| TURKMENISTAN | 39.696 | 0,02% |
| MYANMAR | 33.464 | 0,02% |
| ALBANIA | 23.045 | 0,01% |
| MALTA | 22.700 | 0,01% |
| LUSSEMBURGO | 20.716 | 0,01% |
| URUGUAY | 19.182 | 0,01% |
| GEORGIA | 16.353 | 0,01% |
| BANGLADESH | 13.929 | 0,01% |
| TANZANIA | 11.076 | 0,01% |
| SOMALIA | 9.940 | 0,00% |
| EL SALVADOR | 9.898 | 0,00% |

| Paesi | SPESA | % sul totale |
|---------------------------|--------------------|----------------|
| KOSOVO | 8.974 | 0,00% |
| MOLDAVIA | 7.937 | 0,00% |
| COSTARICA | 4.646 | 0,00% |
| REP. DOMINICANA | 4.272 | 0,00% |
| BULGARIA | 4.228 | 0,00% |
| SLOVACCHIA | 2.684 | 0,00% |
| UCRAINA | 2.373 | 0,00% |
| OMAN | 513 | 0,00% |
| RUSSIA | -48.868 | -0,02% |
| VARI PAESIMONDO | 15.981.939 | 7,26% |
| VARI PAESI EUROPEI | 721.846 | 0,33% |
| VARI PAESI NORD AMERICANI | 484.852 | 0,22% |
| VARI PAESI ASIATICI | 266.652 | 0,12% |
| VARI PAESI AFRICANI | 256.956 | 0,12% |
| Totale complessivo | 220.287.371 | 100,00% |

TAVOLA 4 - ATTIVITA' PROMOZIONALE 2022 TOTALE PER TIPOLOGIA DI INIZIATIVA

(Valori in euro)

| Tipologia d'iniziativa | SPESA | % sul totale |
|--|--------------------|----------------|
| FIERE ED EVENTI ALL'ESTERO | 98.199.258 | 44,6% |
| AZIONI DI COMUNICAZIONE | 41.613.908 | 18,9% |
| FIERE ITALIANE E INCOMING | 40.571.203 | 18,4% |
| E-COMMERCE E GDO | 20.134.135 | 9,1% |
| DESK ESTERI | 6.343.835 | 2,9% |
| PROGETTI DIGITALI PER LE PMI | 6.286.447 | 2,9% |
| ATTIVITA' DI FORMAZIONE ALLE IMPRESE | 6.117.960 | 2,8% |
| STUDI, INDAGINI DI MERCATO, NUCLEI OPERATIVI | 1.020.625 | 0,5% |
| Totale complessivo | 220.287.371 | 100,00% |

TAVOLA 5 - ATTIVITA' PROMOZIONALE 2023 TOTALE PER AZIONE DEL DECRETO MAECI DI RIPARTO 3712/485

(Valori in euro)

| Totale | SPESA | % sul totale |
|---|--------------------|---------------------|
| A) COMUNICAZIONE | 22.978.264 | 10,43% |
| B) FORMAZIONE/INFORMAZIONE | 14.290.161 | 6,49% |
| C) E-COMMERCE E GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA | 20.134.135 | 9,14% |
| D) SISTEMA FIERISTICO | 104.692.475 | 47,53% |
| E) VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI AGRICOLE ED AGROALIMENTARI | 23.545.940 | 10,69% |
| F) DIGITALIZZAZIONE E INNOVAZIONE | 29.894.373 | 13,57% |
| G) ATTRAZIONE INVESTIMENTI ESTERI | 4.752.024 | 2,16% |
| Totale complessivo | 220.287.371 | 100,00% |



www.ice.it

Italian Trade Agency 

@ITAtradeagency 

ITA-Italian Trade Agency 

@itatradeagency 