



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



Strategie promozionali di Agenzia ICE sui canali digitali



25 giugno 2020



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



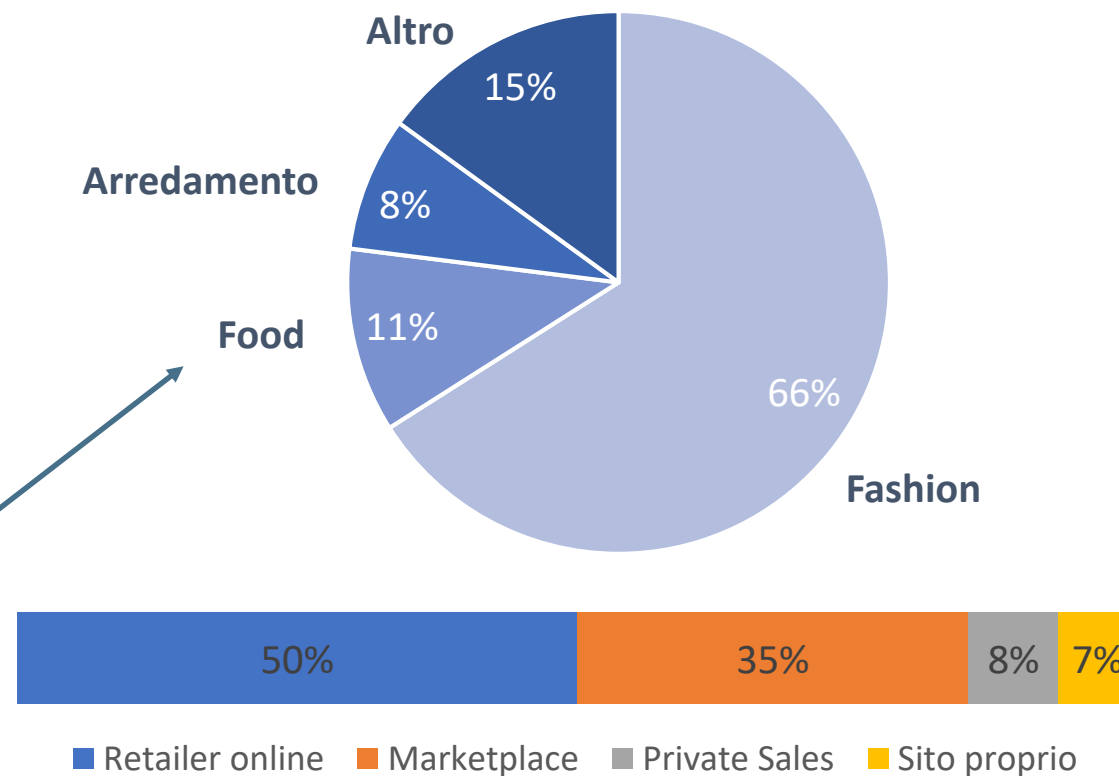
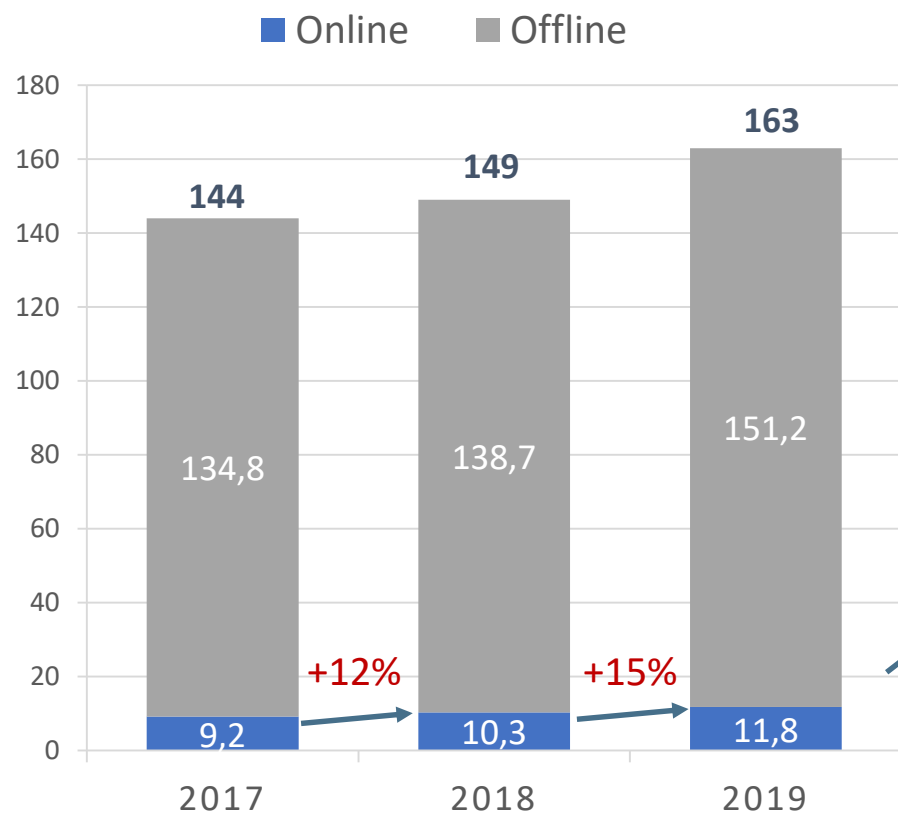
Carlo Angelo Bocchi
Coordinamento Promozione del Made in Italy
Team GDO e E-commerce



Italia: B2C più diffuso

L'export italiano ha una connotazione ancora tradizionale -offline- spesso intermediata da importatori o distributori

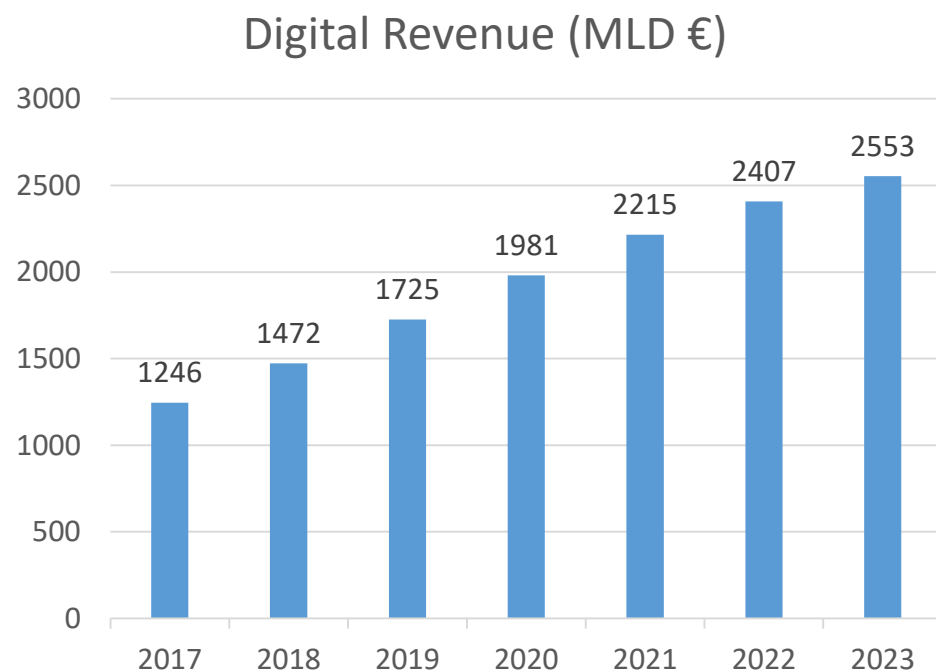
EXPORT BENI DI CONSUMO (MLD €)



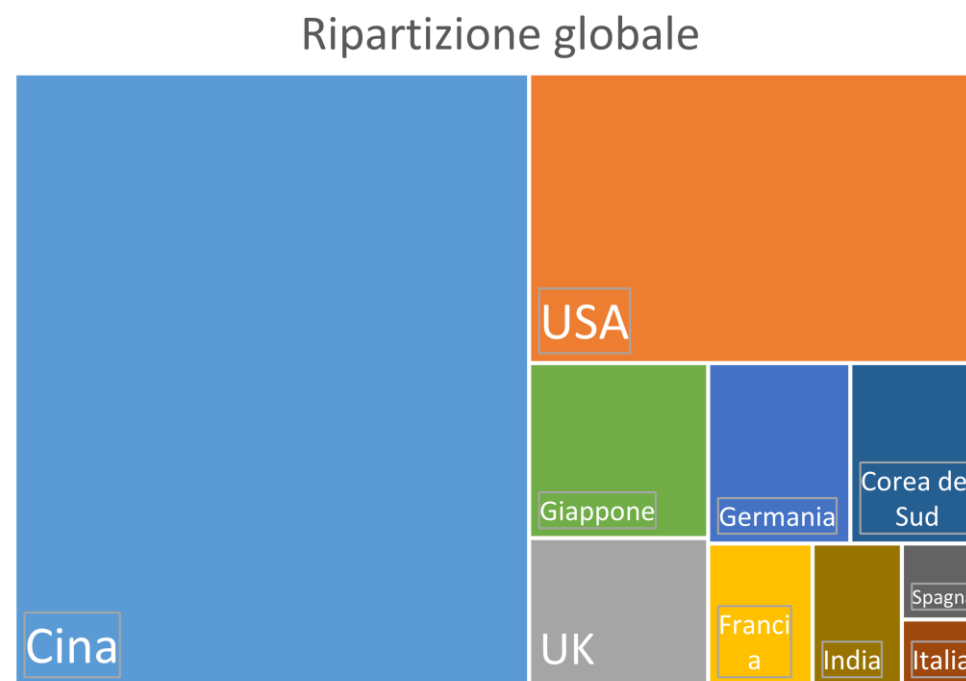


Rush all'e-commerce

Boom dal 2017 al 2023

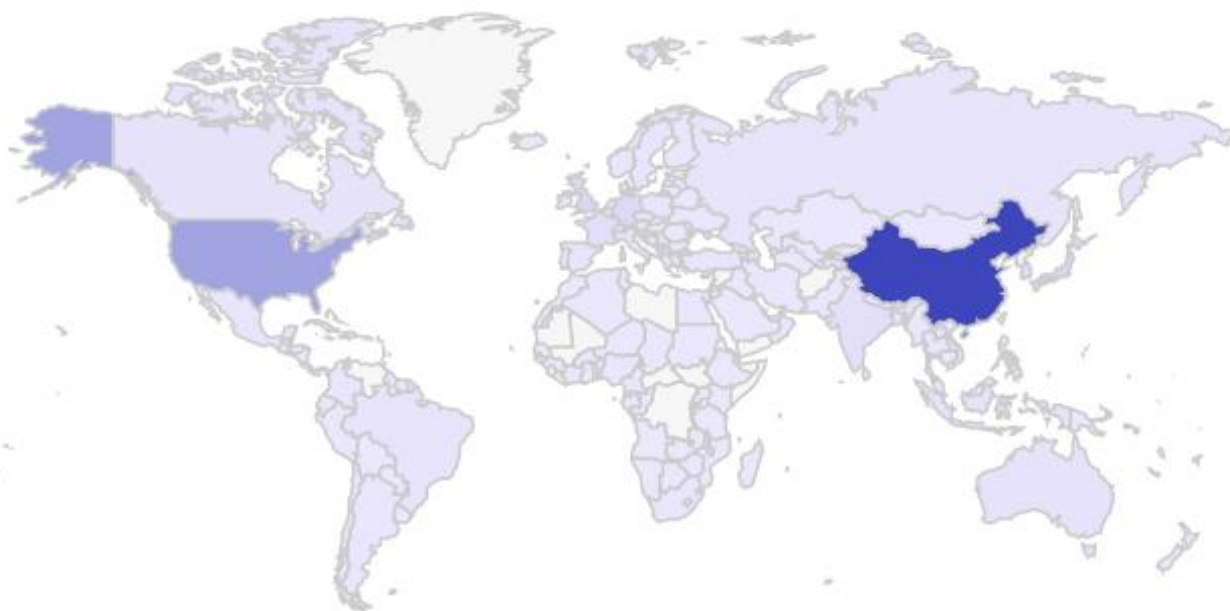


Cina e USA maggiori mercati

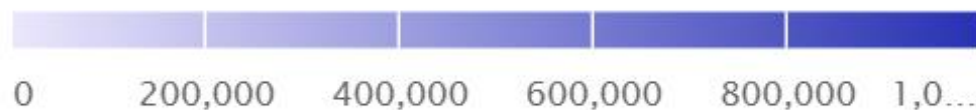




E-commerce nel Mondo



In milioni di euro €



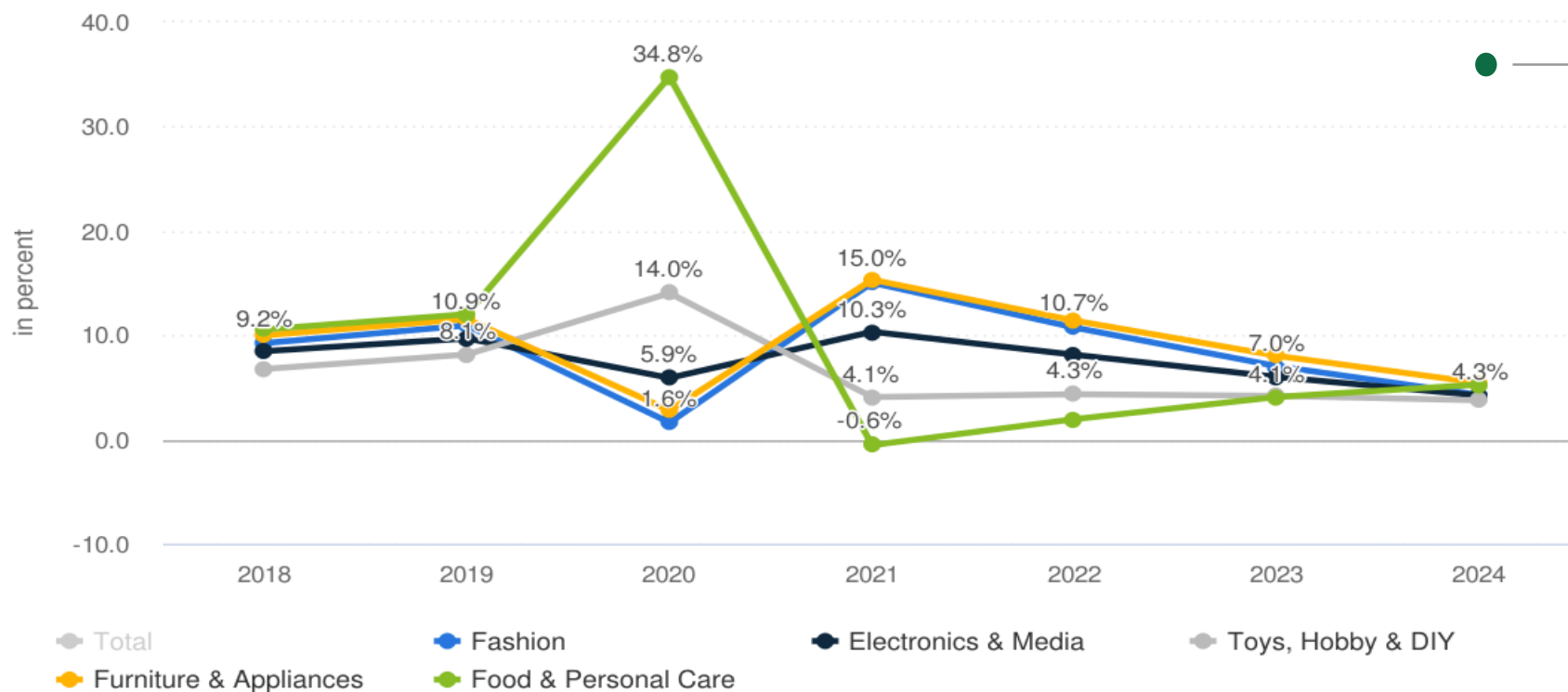
Top 5

1. China	€887,369m
2. United States	€371,853m
3. Japan	€87,791m
4. United Kingdom	€75,176m
5. Germany	€72,758m
14. Italy	€16,106m



Revenue Growth in the eCommerce market

in percent (Europe)



Impatto Crisi COVID

La crescita del fatturato
nel commercio digitale
nei mercati europei (in
percentuale)



L'e-commerce per ICE

Modello di business

O2O Il canale di vendita online è uno strumento immediato per esportare i propri prodotti all'estero, integrando il canale *retail*

Accordi L'accesso delle imprese italiane alle principali piattaforme di e-commerce è oggi facilitato dagli accordi presi dall'Agenzia ICE con i grandi marketplace digitali

End to end Un'unica grande promozione integrata che va dalla creatività alla fatturazione finale, passando per la costruzione e la creatività dell'e-store, la logistica e la gestione del magazzino (customer care, ordini, vendite e resi)

I vantaggi per le aziende

Spazi dedicati a prodotti autentici Made in Italy attraverso vetrine virtuali sui marketplace ed etailer digitali

Condizioni di accesso agevolate (o gratuite), per l'offerta di prodotti caratteristici della produzione nazionale italiana

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

Formazione gratuita per le aziende aderenti

Parole chiave: profilazione, mediazione culturale, logistica, tutela del made in Italy negli MOU



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



Gli accordi e-commerce

2018 (2)

YOOX

Rep. Popolare Cinese,
Stati Uniti

ocado

Regno Unito

2019 (8)

**hello
ITTA**

Rep. Popolare Cinese

ocado

Regno Unito

amazon

Francia, Germania,
Regno Unito, Spagna

**FOOD2CHINA
E-Commerce**
链接全球·美味中国
Food to China. Tastes from the World

Rep. Popolare Cinese

**hello
ITTA**

Rep. Popolare Cinese

ocado

Regno Unito

amazon

Francia, Germania, Regno
Unito, Spagna, Stati Uniti

**FOOD2CHINA
E-Commerce**
链接全球·美味中国
Food to China. Tastes from the World

Rep. Popolare Cinese

2020 (20)

WeChat

Rep. Popolare Cinese

JD.COM

Rep. Popolare Cinese

Flipkart

India

Gmarket

Corea del Sud

Alibaba Group
阿里巴巴集团

Tutto il mondo

Walmart
Canada

LCBO

Canada

WILDBERRIES

Russia

frisco.pl

EUROCASH
GRUPA

Polonia

2021

GALAXUS
Svizzera

amazon

EATATLY
alti cibi

YOOX

TIKI.VN

Vietnam

LAZADA
CO-TH

Thailandia

falabella.

**mercado
livre**

Sud America



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

IN CORSO

ocado
The online supermarket



ITCA
ITALIAN TRADE AGENCY

OCADO è un *online pure-player* in UK

Le vendite online del settore agroalimentare registrano una crescita dell'11% l'anno in UK

Il 95% delle consegne avviene in orario (entro un'ora)

In meno di 3 minuti si possono acquistare più di 50 prodotti

Nel Q2 2020 ha registrato una crescita del 40% delle vendite durante l'emergenza Coronavirus

Private Label Policy: Le vendite dei prodotti a marchio Ocado ammontano al 54% del totale: 3x in più rispetto alla media dei competitor in UK.

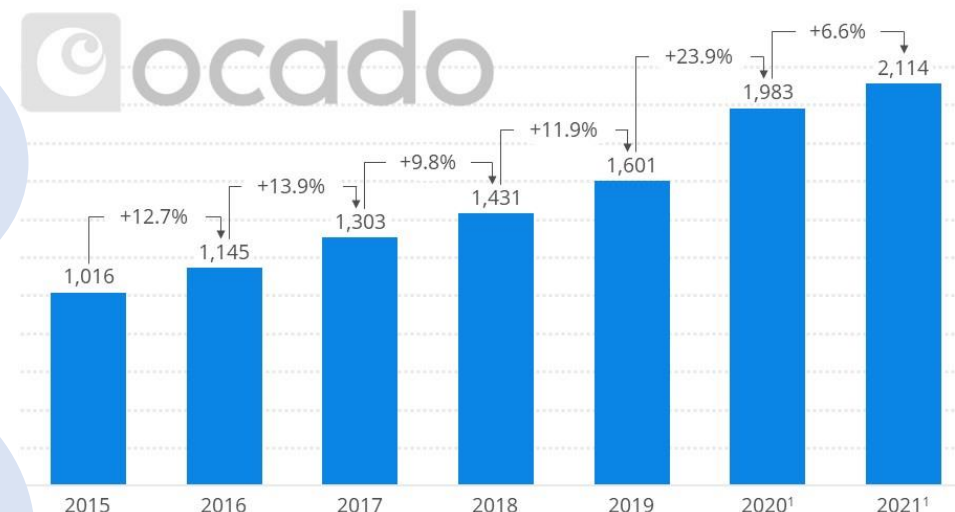
254
nuove
referenze

18
nuovi
fornitori

+12%
fatturato
su prodotti
italiani

X2 cash
added value
Made in Italy
dopo la prima
annualità

ocado.com net sales are forecast to grow by 24% in 2020
ocado.com eCommerce net sales in million £ and year-on-year growth



1: Forecast
Source: ecommerceDB.com as of May 2020

ecommerceDB



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

ITA[®] e amazon per il

MADE *in* ITALY

www.ice.it/it/amazon

ITA[®]
ITALIAN TRADE AGENCY

IN CORSO

NB Partecipazione gratuita con Agenzia ICE, attivazione account seller (39 euro/mese) con Amazon



Un piano di **marketing boost** per la promozione del Made in Italy sul marketplace Amazon



Sostegno all'export digitale italiano attraverso la **promozione** di prodotti Made in Italy sul principale marketplace occidentale



Workshop congiunti per : orientamento, informazione e formazione



Poi una volta **attive** le aziende beneficiano per 18 mesi di **un flusso aggiuntivo di traffico finanziato da Agenzia ICE (da dicembre 2019 a giugno 2021)**



REGNO UNITO



SPAGNA



STATI UNITI
D'AMERICA



GERMANIA



FRANCIA



Risultati amazon

1151

Aziende ammesse in
10 mesi

651

Aziende in training

100

Di cui che hanno un
account ATTIVO

400

Aziende attive nella
Vetrina Made in Italy

45%

Aziende Zero Export

72.638

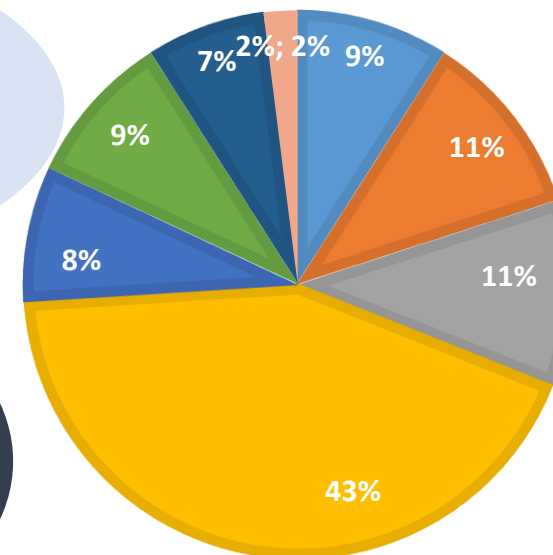
Schede prodotto su
quattro mercati UE

93
in media
per azienda

33.241 prodotti per
la prima volta sulla
vetrina MadeinItaly

SETTORI AZIENDE ATTIVE SULLA VETRINA MADE IN ITALY

Beauty Design Fashion Food





Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

10 GIUGNO 2020

ICONIC
WECHAT

PAVILION ITALIA

Agenzia ICE e Tencent accompagnano
il Made in Italy sulla Via della Seta digitale

Tencent 腾讯



www.ice.it/wechat



ITALIAN TRADE AGENCY

Cina 1° mercato a mondo con 1
trilione di vendite
WeChat 1 miliardo di accessi/giorno
800 milioni di utenti 90%mobile

Strumenti promozionali



PAVILION ITALIA

Un canale WeChat dove si raccontano le eccellenze italiane



MADE IN ITALY

Canale dedicato ai soli prodotti autentici del Made in Italy



E-STORE AZIENDALE

Creazione di un negozio virtuale per le imprese nel marketplace ICONIC



BRANDING

Possibilità per le imprese di raccontare la loro storia e i loro prodotti (fino a 50 prodotti)



MARKETING

Lancio di campagne di marketing altamente profilate e mirate al consumatore cinese e al locale modello di business

Servizi vendita e logistica



VENDITA

Canale di vendita diretto verso il consumatore cinese, gestione di pagamenti via WeChatPay con incassi in euro



LOGISTICA

Gestione end-to-end della logistica prodotti anche cross-border



COSTO DI PARTECIPAZIONE

€8.500 a carico di Agenzia ICE

€9.000 a carico delle aziende aderenti

N.B. €7.500 della quota ICE saranno ri-destinati ad attività di advertising



REQUISITI

Fatturato export, e-commerce attivo, prodotti ammessi (POSITIVE LIST), personale dedicato, registrazione del marchio in Cina avviata



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



ITALIAN TRADE AGENCY

Flipkart

DA LUGLIO 2020

**Più di 100
milioni di utenti
registrati in
India**

Gli obiettivi dell'accordo

Indirizzare i clienti Flipkart verso l'Italian Mall, sulla base delle loro preferenze di ricerca

Rafforzare la consapevolezza del brand «Made in Italy» tra i consumatori indiani

Aumentare presenza e vendite dei prodotti Made in Italy nella piattaforma e-commerce

Supportare le aziende nell'individuazione di un **importatore ufficiale**

Strategia di promozione integrata

Campagne pubblicitarie online su home page Flipkart, logo Italian Mall, banner all'interno dell'International Lounge

Partecipazione a eventi Flipkart, in occasione di festività indiane e promozioni

Promozioni offline su quotidiani e riviste specializzate relative ai settori merceologici presenti nell'Italian Mall

Eventi di lancio in India e in Italia





Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

DA LUGLIO 2020

Jin Dong



ITALIAN TRADE AGENCY



意大利
ITALY NATIONAL PAVILION
国家馆

Vantaggi per le aziende

Promozione del proprio brand e dei propri prodotti entrando in contatto diretto con i consumatori cinesi

Vendite dei prodotti direttamente ai consumatori cinesi sfruttando la presenza e le attività dell'«**Italy National Pavilion**»

Visibilità attraverso campagne di comunicazione altamente profilate all'interno del marketplace

Creazione «**Italy National Pavilion**» sul portale: una vetrina dedicata al Made in Italy in Cina

Assistenza e mediazione culturale di un service provider ufficiale

Gestione logistica in modalità cross-border

24% market share
2° marketplace in Cina

Fino a 4
brand per
ogni azienda
aderente

Fino a 10
SKU per ogni
brand

Nella giornata del
cosiddetto **618 Shopping**
Festival JD ha processato
ordini per 38 miliardi di
dollari



JD.COM



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

DA LUGLIO 2020

Gmarket

ITCA 
ITALIAN TRADE AGENCY

Vantaggi per le aziende

Canale di entrata semplificato e creazione di account seller

Accesso agevolato ai servizi del *Service Provider* ufficiale:

- Creazione e localizzazione dei **contenuti marketing** in lingua
- Supporto per il disbrigo delle **pratiche doganali**
- Supporto per tutte le **operazioni logistiche** e di gestione degli ordini
- Servizi di **customer care** e mediazione culturale

Gmarket

N.1 degli shopping online in
KOREA



Strategia di promozione integrata

- Partecipazione all'annuale festival dello shopping online «*Big Smile Day*»
- Lancio di promozioni online tematiche e stagionali dedicate
- Promozione offline nello spazio High Street Italia a Seoul

Grazie per l'attenzione!



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



Strategie promozionali di Agenzia ICE sui canali digitali

<https://www.ice.it/amazon>

<https://www.ice.it/wechat>

Prossimamente seguiteci sul nostro sito!

[ice.it/flipkart](https://www.ice.it/flipkart)

[ice.it/jindong](https://www.ice.it/jindong)

[ice.it/gmarket](https://www.ice.it/gmarket)

CONTATTI

ecommerce@ice.it

amazon@ice.it

wechat@ice.it