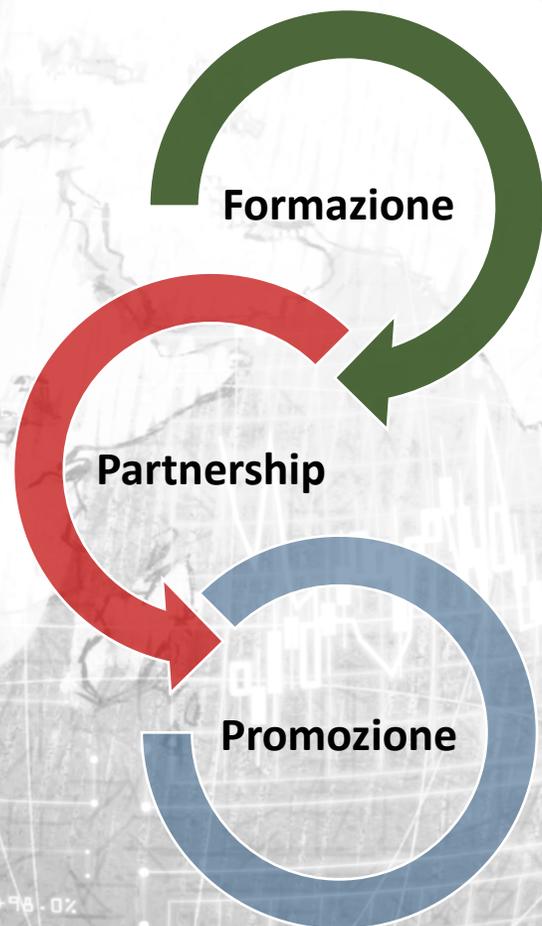


Strategie promozionali di Agenzia ICE attraverso il canale digitale

La partnership pubblico-privato:
Ocado, Alibaba, Amazon, Wechat, JD, B2B



19 giugno 2020
Guido Magnoni - Ufficio Agroalimentare e vini
Team e-commerce



Strategia digitale ICE

OBIETTIVO:

Facilitare la partecipazione delle PMI italiane all'opportunità e-commerce con particolare focus su UE, Cina e USA

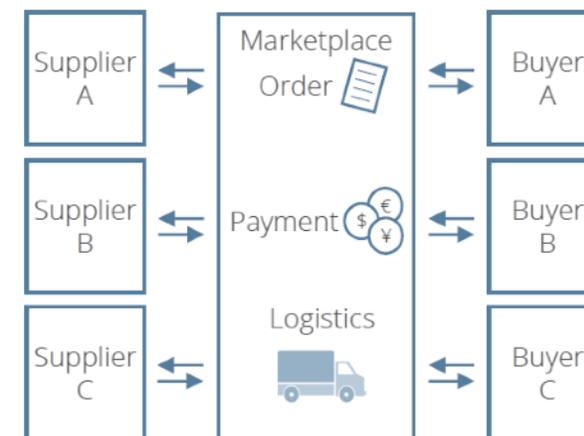
alcuni RISULTATI:

- 1100** aziende
- 1200** ore di formazione sull'e-commerce
 - web marketing
 - logistica
 - social selling

Modelli e-commerce

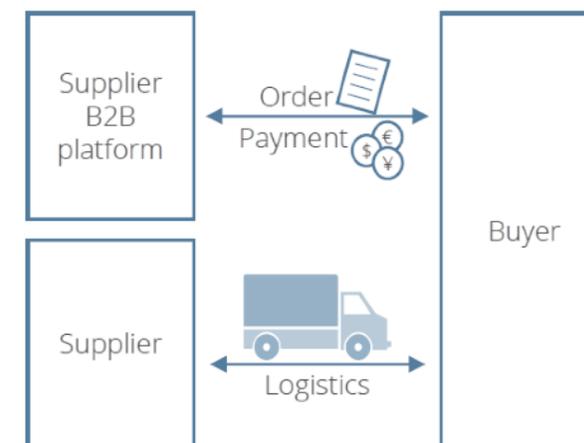
Modello marketplace

- L'azienda opera attraverso un marketplace-terzo di cui sfrutta la clientela e l'expertise tecnica
- **MA** deve sottostare alle regole/tariffe del marketplace e non può rendere un servizio personalizzato



Retail diretto

- L'azienda gestendo direttamente lo shop instaura un legame diretto coi clienti e personalizza il servizio reso
- **MA** deve possedere l'expertise necessaria e sostenere tutti i costi della piattaforma



Accordi b2c



Modello marketplace

- L'azienda gestisce il proprio store in autonomia, con costi di avvio, spese annuali e fee sul transato in base alla piattaforma marketplace di riferimento

- **Alibaba (2018)**
- **Amazon (2019)**
- **Wechat (2020)**
- **Jin Dong (2020)**



Modello e-tailer

- L'azienda consegna i prodotti all'e-tailer e collabora alla produzione degli asset digitali
- E-tailer gestisce tutta la filiera, il marketing, logistica e resi

- **OCADO (2018/ 2019 2020)**



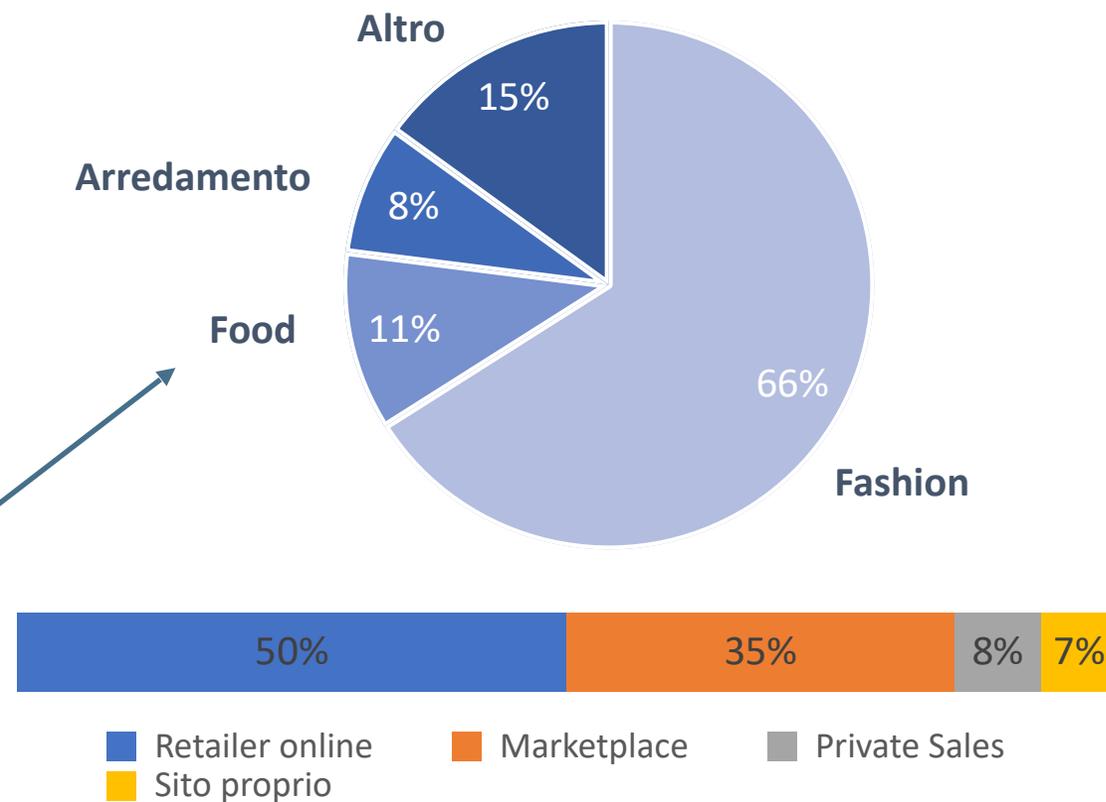
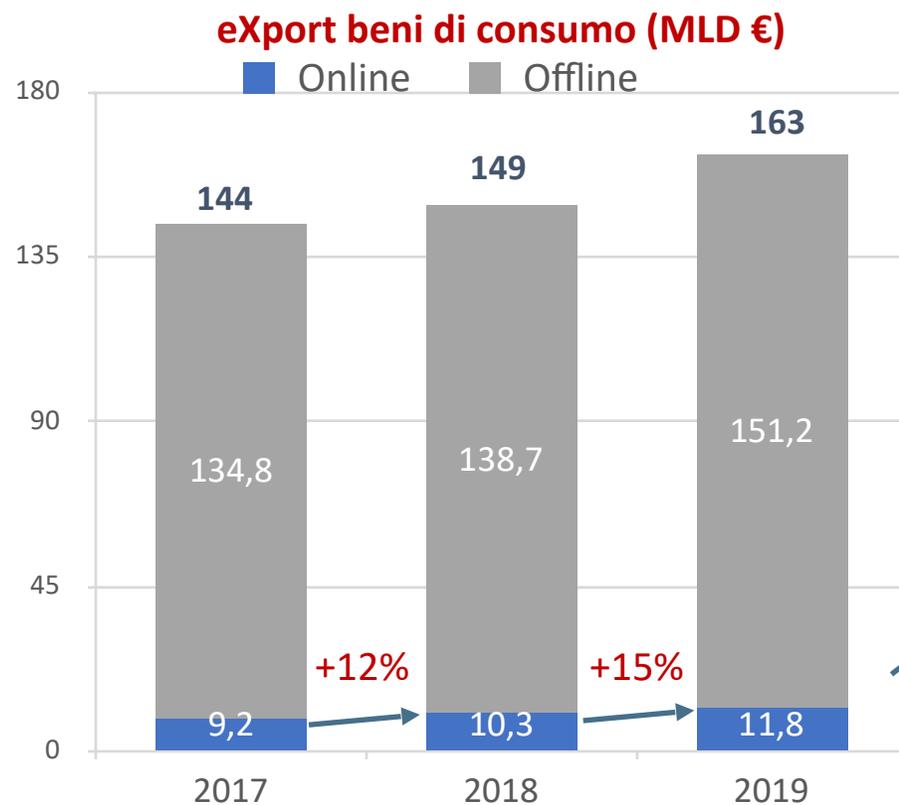
Retail diretto (GDO) Nuove Linee Guida 2019

- L'azienda gestisce tutti gli aspetti sul sito proprietario in loco, con diversi livelli di outsourcing su logistica, payments, marketing e gestione del progetto. **Sono preferiti se hanno un e-commerce**

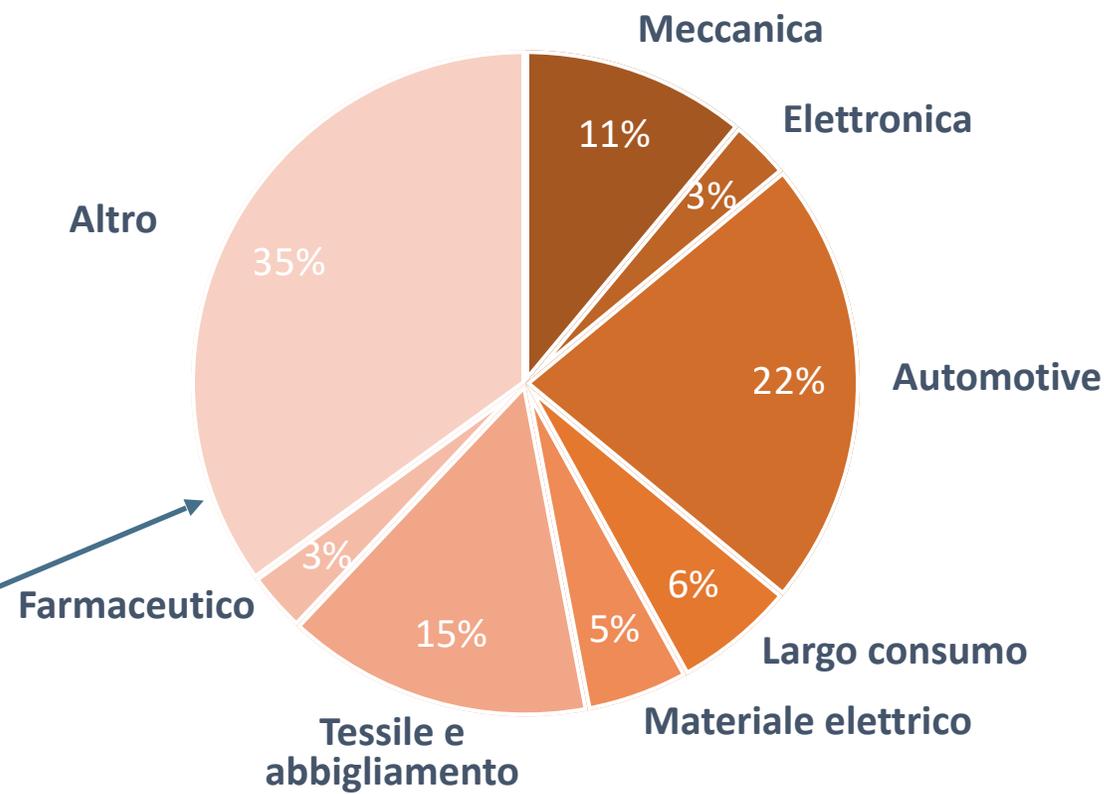
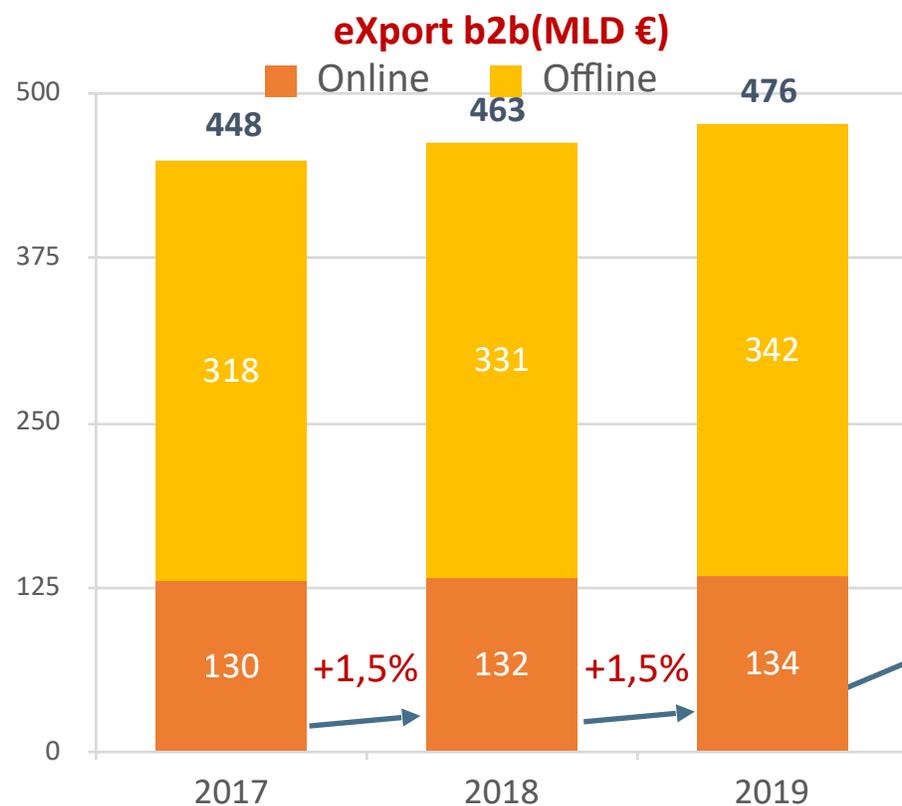
- **118 accordi**
- **8500 aziende**
- **2000 nuove**
- **22mila punti vendita**
- **962M € di ordini**

Italia: B2C

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



Italia: B2B



Offerta ICE

Competenze

Formazione online e offline
partnership con Regioni, Associazioni di Categoria, Camere di Commercio

Training on the job

Rapporto e-commerce
Enti di ricerca vari (Politecnico, Netcomm, Statista)

Distribuzione

Marketplace

- **Amazon** B2C & B2B
cross-industry
US+EU
- **Alibaba**
- **Wechat**
- **Jin Dong**
cross-industry

E-tailer

- **Ocado 1,2,3**
food
UK

Promozione

Investimenti online e offline

Mercati target

- GDO
- E-commerce

B2C
B2B

Priorità

- Cina
- USA
- Altri Mondo

hello **ITCA** facts & figures



- La campagna pubblicitaria di **HelloITA** nel Marzo 2019 è stata premiata al primo posto nella classifica dei **BrandHub**
- Page View → **16,9M** di views / **189k** Click
- Home page: tempo di revisione: **245K** → **103k** click
- Revisione del contenuto: **196,497** volte con **154** articoli pubblicati
- Interazione con la pagina di benvenuto: grande crescita con **1,490** commenti
- Numero di followers **146,862**



Tmall classic

Piattaforma e-commerce diretta: vendita diretta alle aziende, cinesi e non, che hanno una entità legale in Cina



Tmall global

Piattaforma cross-border: vendita di prodotti da parte di aziende non cinesi che non hanno una entità legale in Cina



Profilo del retailer

- OCADO è un *online pure-player in UK*
- Attualmente le vendite online del settore agroalimentare registrano una crescita dell'11% l'anno in UK
- 55.000 SKUs
- Il 95% delle consegne avviene in orario (entro un'ora)
- In meno di 3 minuti si possono acquistare più di 50 prodotti



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
- Il 70% dei consumatori britannici ritiene che la qualità dei prodotti PL sia migliorata del 60%
- Il 60% ritiene che la qualità sia equiparabile a quella dei grandi marchi
- Il 42% ritiene che sia addirittura migliore

MADE *in* ITALY

www.ice.it/amazon

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



REGNO UNITO



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



SPAGNA



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



STATI UNITI
D'AMERICA



Workshop congiunti per : orientamento, informazione e formazione



GERMANIA



Poi una volta attive le aziende beneficiano per 18 mesi di **un flusso aggiuntivo di traffico**



FRANCIA

Campagne di advertising digitale

Alle macrovetrine di categoria è stata aggiunta una sezione dedicata alle aziende aderenti, denominata "Vetrina in collaborazione con Agenzia ICE", che può essere filtrato per la categoria cui si riferisce



Home & Furniture

Apparel & Accessories

Beauty & Wellness



ias



Highlighted selection in collaboration with Italian Trade Agency



Italian Artisans

Per ciascuno dei 5 marketplace [Amazon.co.uk](https://www.amazon.co.uk), [Amazon.de](https://www.amazon.de), [Amazon.fr](https://www.amazon.fr), [Amazon.es](https://www.amazon.es) e [Amazon.com](https://www.amazon.com) sono stati applicati dal 13/12/2019 dei banner pubblicitari. I banner sono stati tradotti in 4 lingue, presentati nelle 5 vetrine (1 generale e 4 settoriali) e resi fruibili per 12 formati di accesso (desktop: grande/piccolo/medio; cellulare: grande/piccolo/medio, etc.), per un totale di **oltre 342 milioni di impressions** e **42.3 milioni di consumatori EU4**.



Formazione e accompagnamento

Accompagnamento delle aziende tramite webinar

- I. Introduzione alla Vendita su Amazon e alla vetrina Made in Italy
- II. Come creare un account di vendita Amazon
- III. Come spedire prodotti tramite Logistica Amazon
- IV. Come avere un marchio di successo su Amazon
- V. Link ad [Amazon Academy Video](#) e legenda «[Prossimi Passi](#)»

 **Guide online** su come operare al meglio attraverso i canali e-commerce

 **Canale di contatto** per domande, dubbi, assistenza



Risultati

1091

Aziende ammesse in
10 mesi

657

Aziende in training

434

Di cui che hanno un
account ATTIVO

361

Aziende attive nella
Vetrina Made in Italy

45%

Aziende Zero Export

72.638

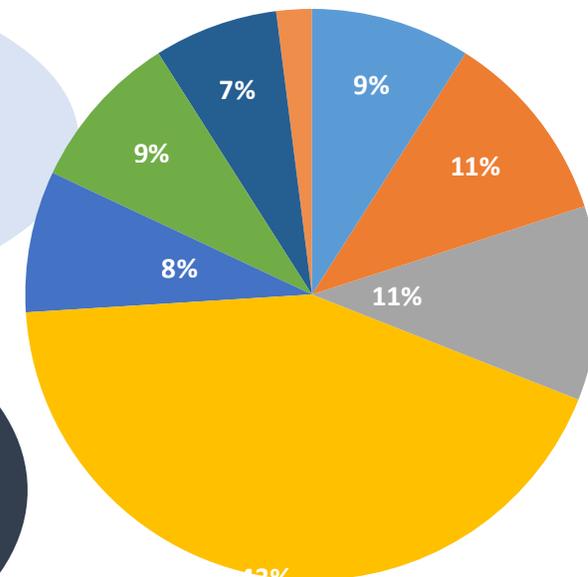
Schede prodotto
su
quattro mercati
UE

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 Jewels Wine Leathergoods
Altro



I
N
C
I
W
N
E
A
C
H
A
T

PAVILION ITALIA

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

PROMOZIONE SUI CANALI DIGITALI
Progetto di collaborazione ICE-Tencent

Il progetto in breve

Agenzia ICE ha elaborato il progetto di collaborazione con Tencent, proprietaria dell'app WeChat, allo scopo di favorire la presenza delle aziende italiane nei canali del commercio digitale in Cina



ITALIAN PAVILION

Un canale WeChat dedicato al racconto delle eccellenze italiane



MADE IN ITALY

Canale dedicato ai soli prodotti Made in Italy



E-STORE AZIENDALE

Creazione di un negozio virtuale per le imprese nel marketplace ICONIC



BRANDING

Ampia possibilità per le imprese di raccontare la loro storia e i loro prodotti



MARKETING

Lancio di campagne di marketing altamente profilate e mirate al consumatore cinese



VENDITA

Canale di vendita diretto verso il consumatore cinese, gestione fatturazione, incassi e resi

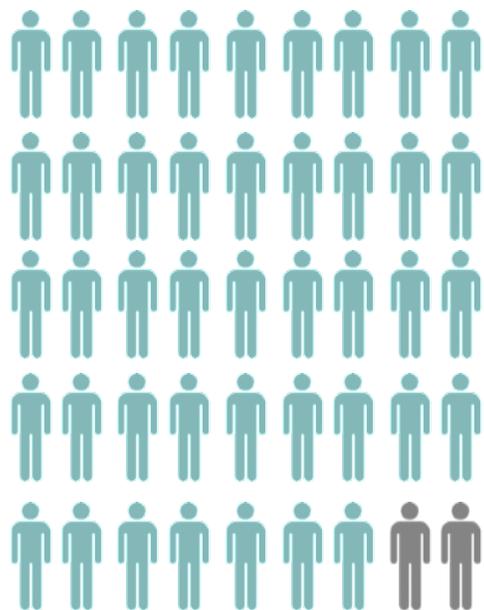


LOGISTICA

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

Dimensioni del mercato

Numero di Utenti

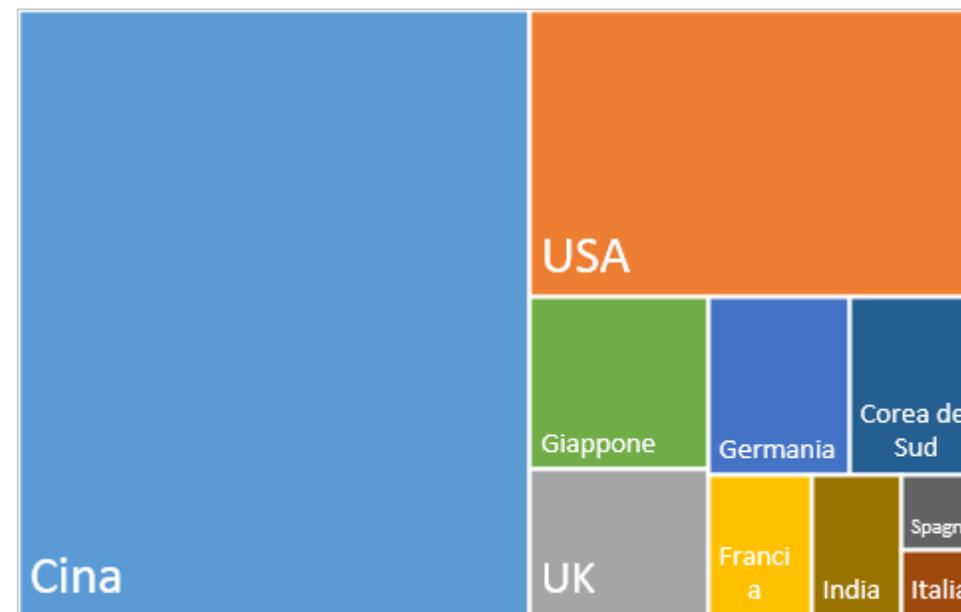


800 milioni
Utenti Internet

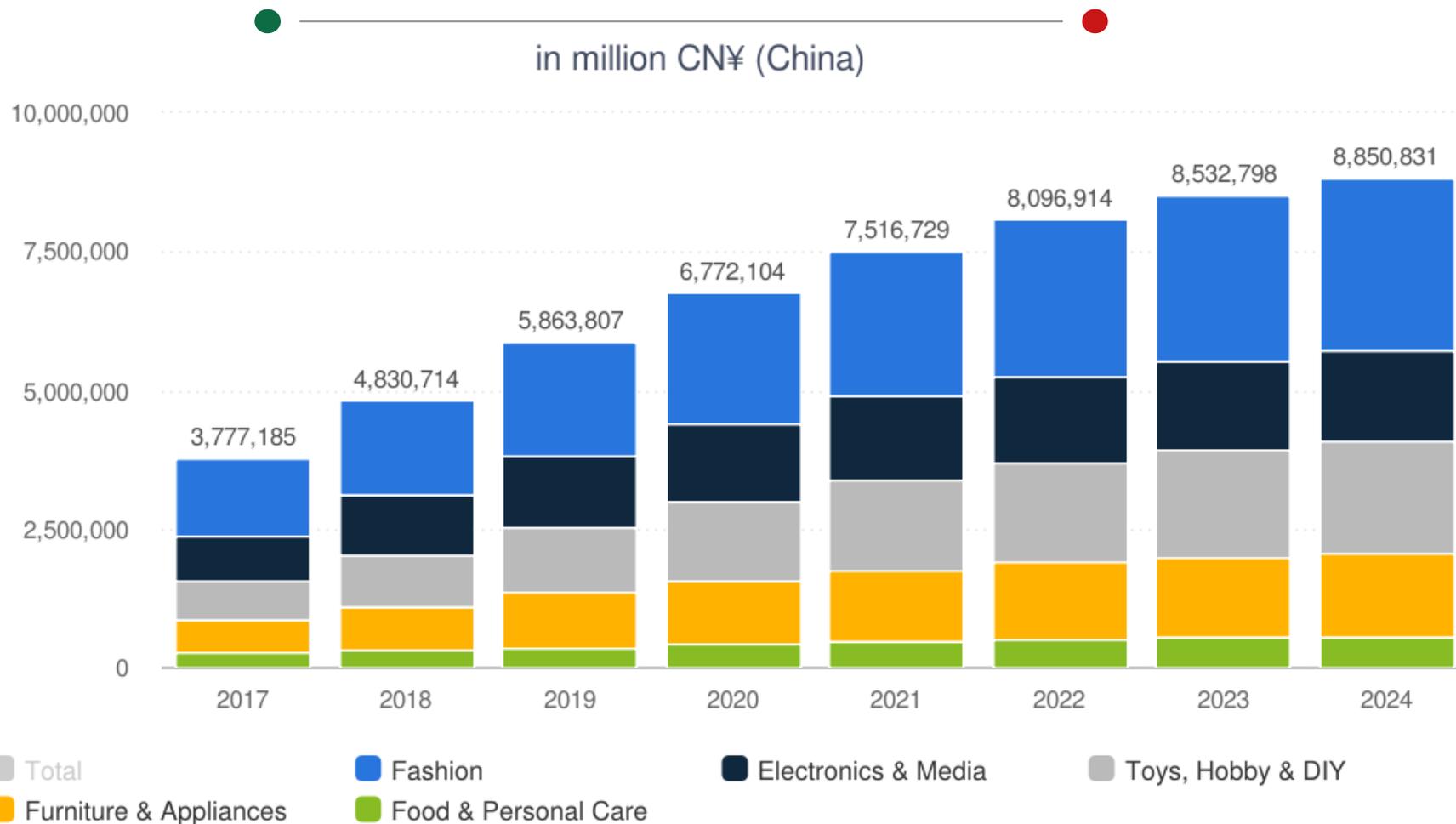
90%
Mobile

Volume di transazioni

Ripartizione globale



Segmentazione del mercato



Vendita cross-border

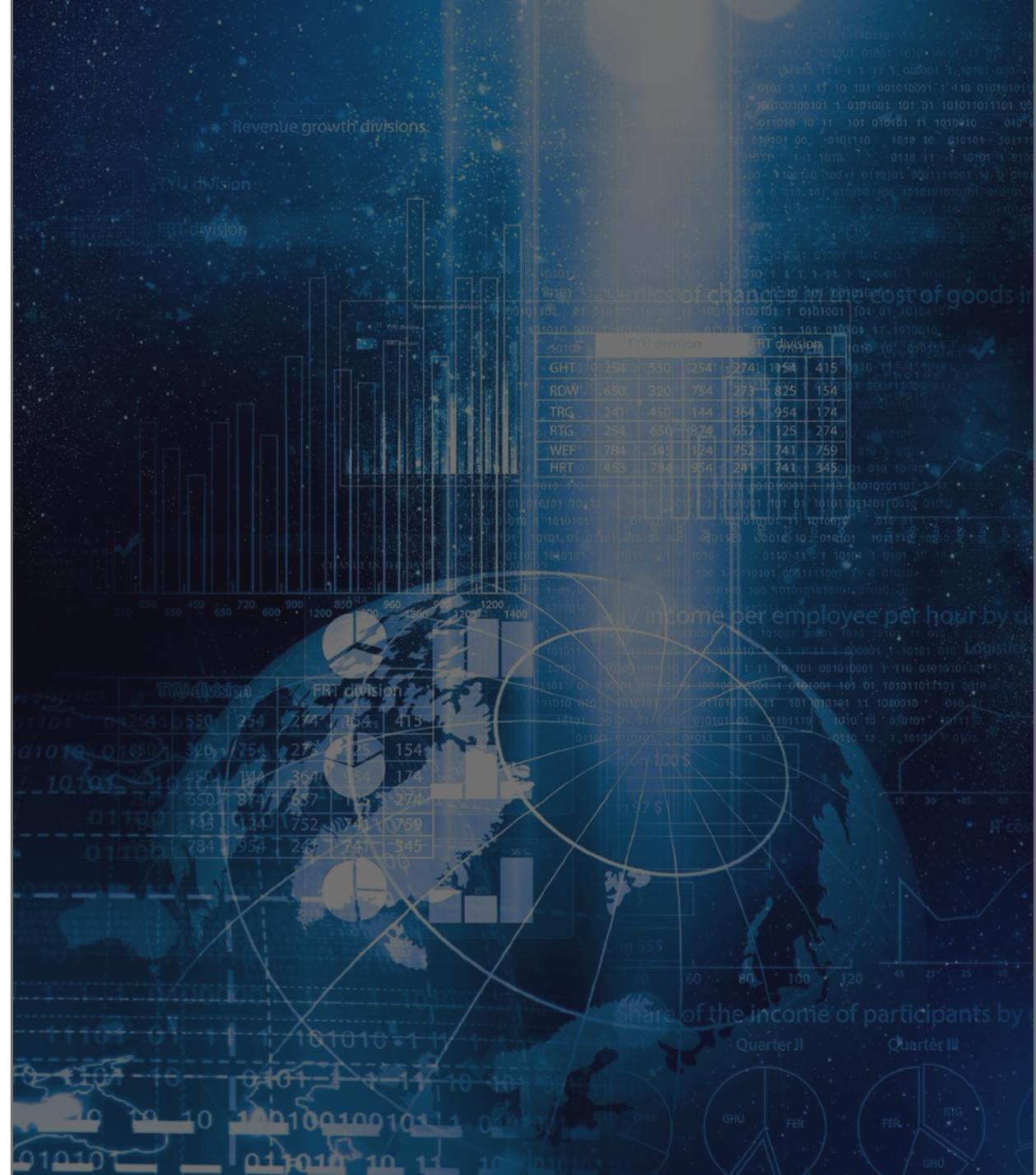
- **Nessuna necessità di entità commerciale intermedia nel mercato cinese: spedizione dall'Italia**
- **Prodotti ad alto livello di NTB (cosmetica, illuminazione, nutraceutica, F&B etc.) hanno grande opportunità**
- **Limite di 5.000 RMB (€ 650) per spedizione fino a 26.000 RMB / anno (€ 3.400)**
- **Logistica, pagamenti e marketing sono comunque fondamentali**

**Grandi opportunità
per i settori dove
l'impatto delle
barriere non tariffarie
ostacola l'ingresso in
libera circolazione**

REQUISITI

L'accesso avviene sulla base di requisiti di partecipazione studiati per selezionare le **aziende produttive di prodotti Made in Italy** in grado di sostenere la sfida del mercato digitale cinese

- 01 FATTURATO EXPORT**
Aver sviluppato fatturato nei mercati esteri
- 02 E-COMMERCE ATTIVO**
Avere già attivo un canale di vendita digitale proprio o marketplace
- 03 PRODOTTI AMMESSI**
I prodotti devono rientrare nella lista delle categorie ammesse
- 04 PERSONALE DEDICATO**
Avere almeno una risorsa umana dedicate al progetto
- 05 MARCHIO REGISTRATO**
Essere in possesso di un titolo di proprietà intellettuale nella Repubblica Popolare Cinese o abbiano avviato l'iter di registrazione



SERVIZI INCLUSI

Le aziende aderenti usufruiscono di servizi di assistenza in tutte le fasi del progetto



E-STORE

Le aziende italiane usufruiscono di una piattaforma logistica in Italia, dove stoccare i prodotti in conto vendita in attesa di ordini.



VETRINA PRODOTTI

Gli ordini da parte dei consumatori cinesi è gestito attraverso lo store su WeChat e trasmesso al magazzino per la preparazione della merce



MEDIAZIONE CULTURALE

Digital Retex gestisce ogni aspetto amministrativo e operativo della spedizione, sulla base degli ordini ricevuti



CUSTOMER CARE

La catena logistica si completa con la consegna ultimo miglio al consumatore cinese



INCASSI

Digital Retex segue tutto il processo anche post vendita, inclusa la gestione dei resi

LOGISTICA



ORDINE

Gli ordini da parte dei consumatori cinesi è gestito attraverso lo store su WeChat e trasmesso al magazzino per la preparazione della merce



MAGAZZINO

Le aziende italiane usufruiscono di una piattaforma logistica in Italia, dove stoccare i prodotti in conto vendita in attesa di ordini.

SPEDIZIONE

Digital Retex gestisce ogni aspetto amministrativo e operative della spedizione, sulla base degli ordini ricevuti



INCASSO

Alle aziende venditrici viene liquidato l'import della transazione sul loro conto in EURO, al netto di costi e fee di transazione



CONSEGNA

La catena logistica si completa con la consegna ultimo miglio al consumatore cinese



RESO

Digital Retex segue tutto il processo anche post vendita, inclusa la gestione dei resi

CONTRIBUTO DI PARTECIPAZIONE

Il progetto è stato concordato come un unicum di formazione e promozione a favore delle aziende interessate e ridotto nei suoi costi di accesso grazie all'accordo con Tencent e con Digital Retex Srl.

La partecipazione all'iniziativa prevede un accesso agevolato per l'attivazione di una vetrina sul marketplace con un investimento di €17.500 per il primo anno, così ripartito:

- €8.500 a carico di Agenzia ICE
- €9.000 a carico delle aziende aderenti (di cui €7.500 destinati ad attività di advertising)

Nuovi Marketplace

Sempre più opportunità per sviluppare una più ampia presenza dei prodotti Made in Italy nei mercati e-commerce globali



Jin Dong

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 Pavilion**»
- **Visibilità** attraverso campagne di comunicazione altamente profilate all'interno del marketplace



JD.COM

- **Creazione «Italy Pavillion»** 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

Gmarket

Vantaggi per le aziende

- Canale di entrata semplificato e creazione di account seller
- 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



17
Milioni di
visitatori
al giorno

20%
quota di
mercato

64% della
popolazione
Coreana è un
utente

3 Miliardi di
fatturato nel
2019

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

Flipkart

Gli obiettivi dell'accordo

- **Incrementare** il traffico di accessi all'Italian Hub
- **Indirizzare i clienti** Flipkart verso l'Italian Hub, 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

Flipkart



Business model
B2B2C

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

Strategia di promozione integrata

- **Campagne pubblicitarie online** su home page Flipkart, logo Italian Hub e banner promozionale all'interno dell'International Lounge
- **Partecipazione a eventi** Flipkart, in occasione di festività indiane e promozioni specifiche
- **Promozioni offline** su quotidiani e riviste specializzate, relative ai settori merceologici presenti nell'Italian Hub
- **Eventi di lancio** in India e in Italia

L'Agenzia ICE supporta l'**export online** delle PMI italiane investendo nella **creazione** di un Italian Pavilion all'interno del **marketplace B2B** più grande al mondo, un luogo di incontro finalizzato a **promuovere** la più ampia gamma di categorie merceologiche dell'autentico Made in Italy tra i buyer internazionali

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

**Il più grande
marketplace B2B nel
mondo con 150+
milioni di utenti**

REQUISITI

1. Esistenza di un e-commerce attivo
2. Aziende produttive Made in Italy
3. Possesso di titoli di proprietà intellettuale

CATEGORIE DI PRODOTTO

- Beni di consumo
- Agroalimentare e vini
- Tecnologia e beni strumentali



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

alibaba@ice.it

wechat@ice.it

jindong@ice.it

amazon@ice.it

www.ice.it/it/amazon

amz.food@ice.it - amz.wine@ice.it

wechat.foodandwine@ice.it