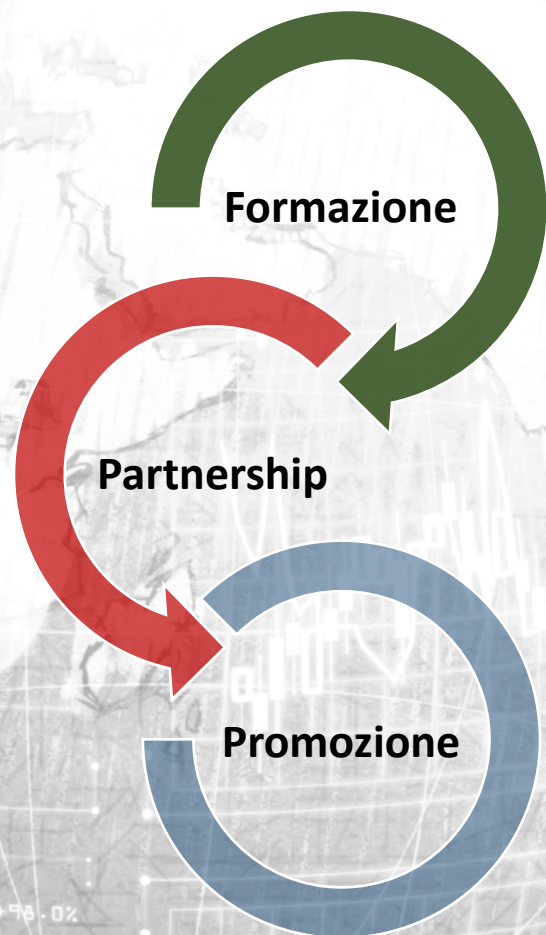


# Strategie promozionali di Agenzia ICE attraverso il canale digitale

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:**

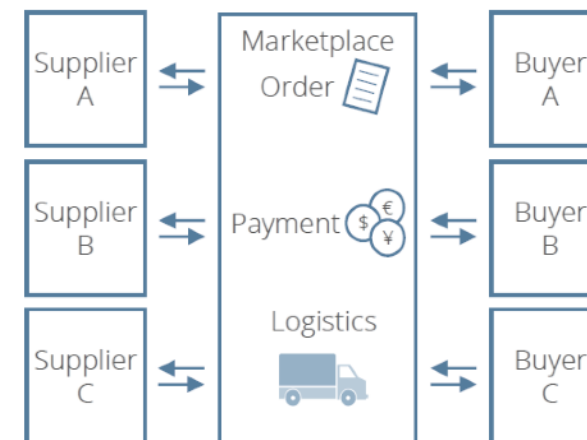
Facilitare la partecipazione delle PMI italiane all'opportunità e-commerce con particolare focus su UE, Cina e USA

### **alcuni RISULTATI:**

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

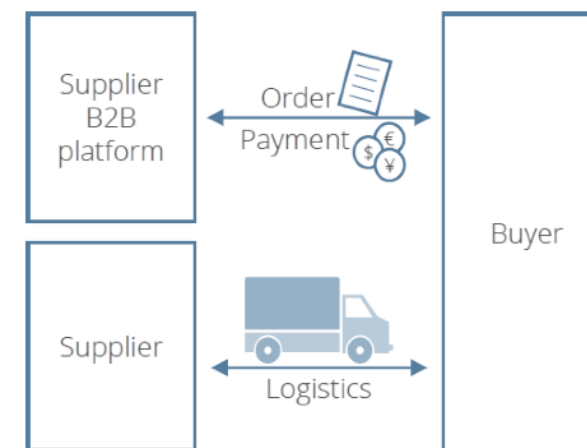
## Modello marketplace

- 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)**



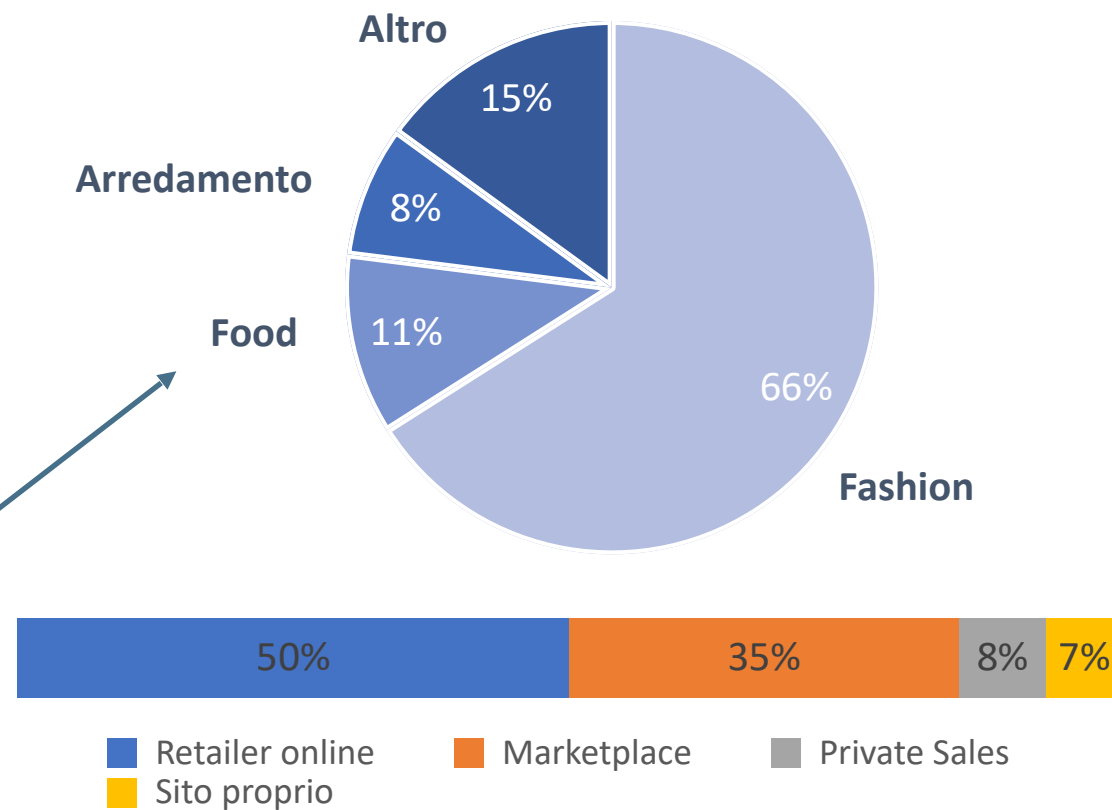
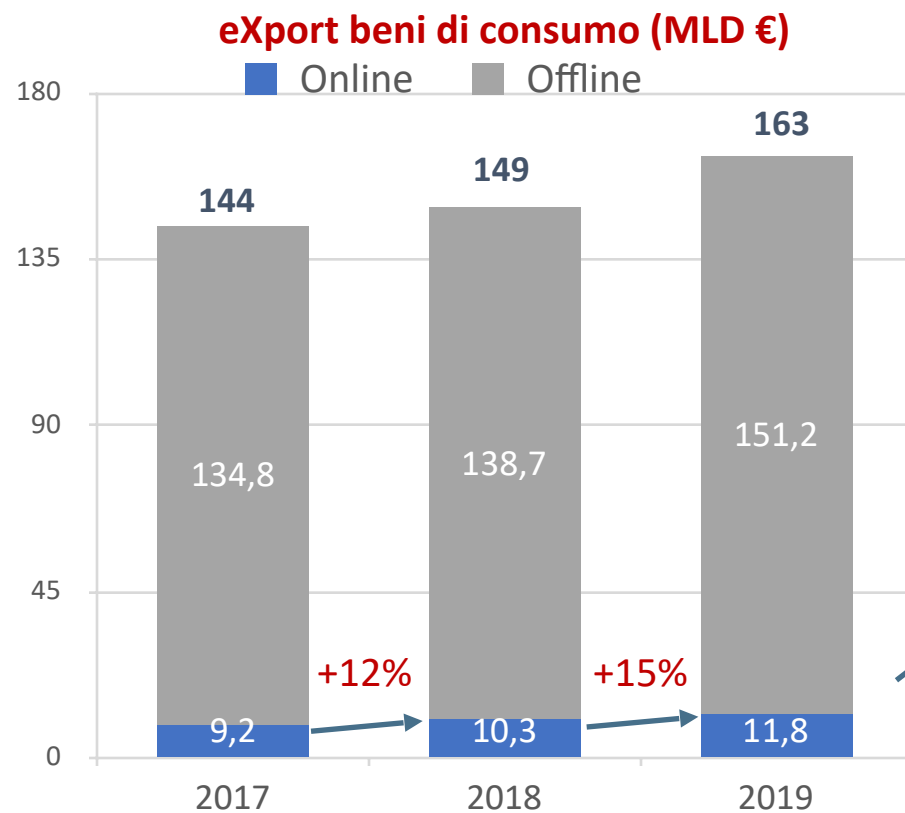
### Retail diretto (GDO) Nuove Linee Guida 2019

- 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**

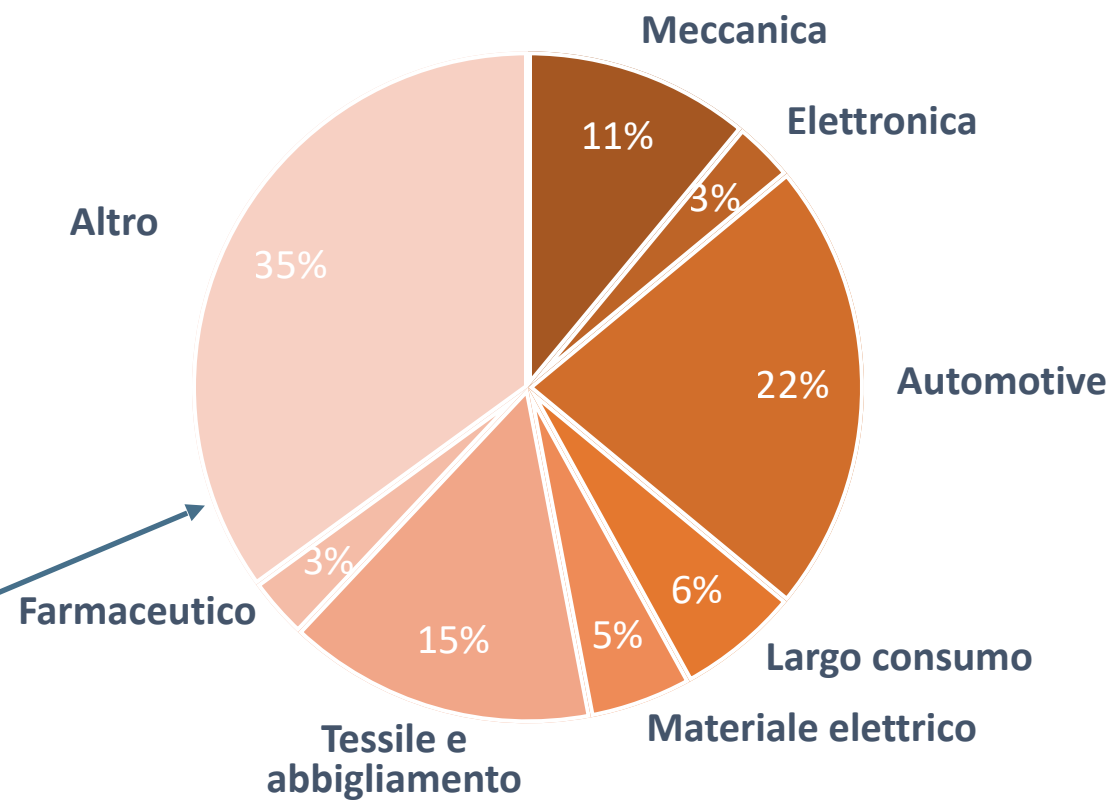
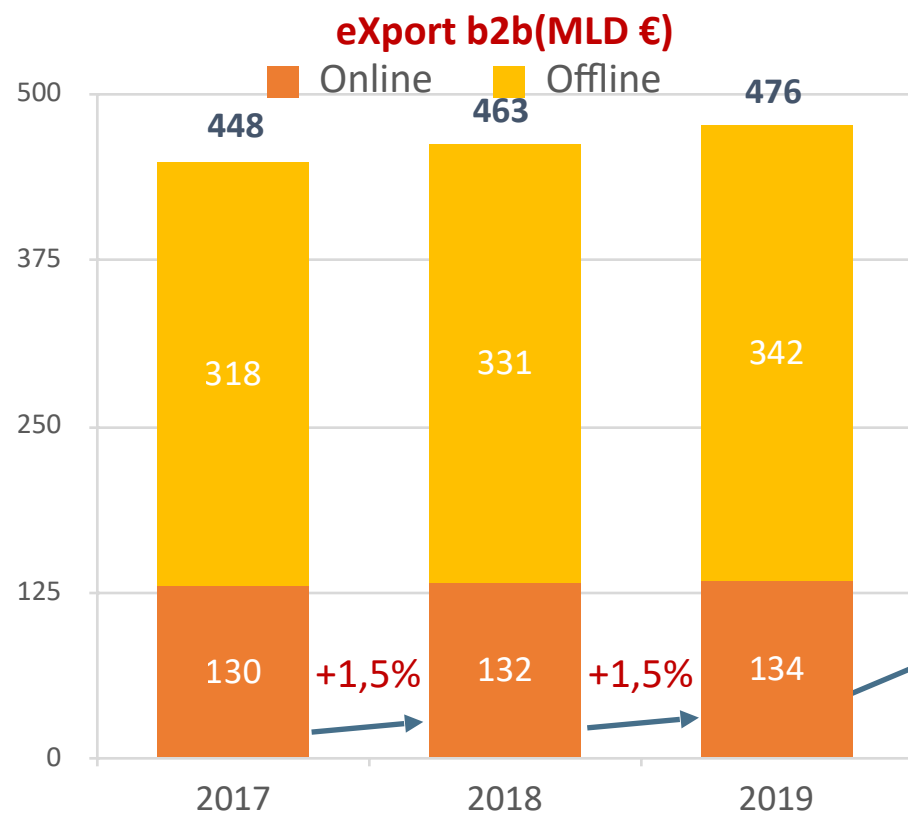
- **118 accordi**
- **8500 aziende**
- **2000 nuove**
- **22mila punti vendita**
- **962M € di ordini**

# 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*

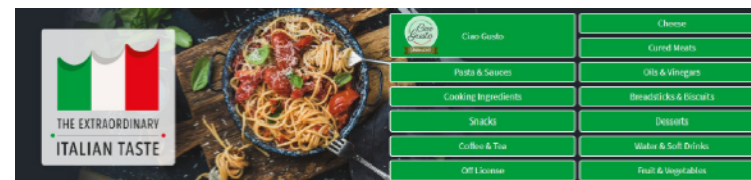
Piattaforma e-commerce diretta: vendita diretta alle aziende, cinesi e non, che hanno una entità legale in Cina



## *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](http://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



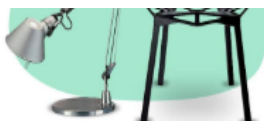
**Poi una volta attive** le aziende beneficiano per 18 mesi di **un flusso aggiuntivo di traffico**



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 puo' 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**

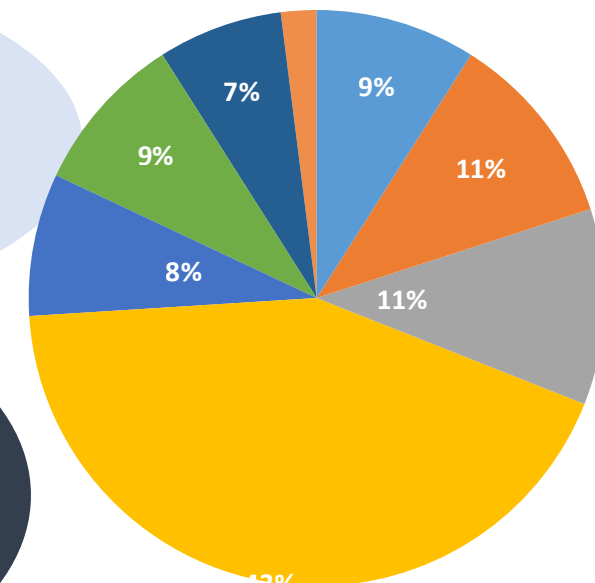
Schede prodotto  
su  
quattro mercati  
UE

**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

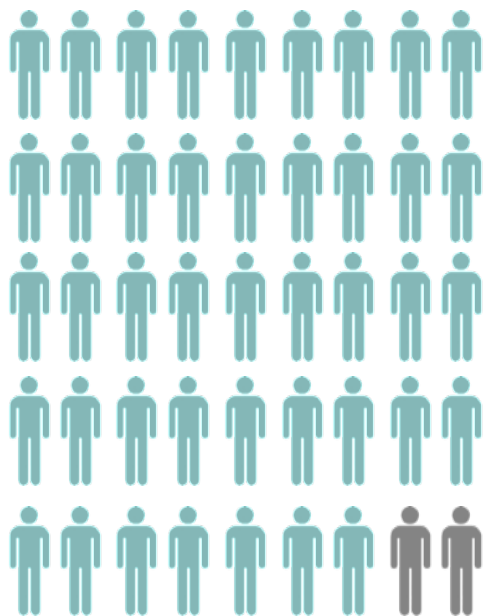


## LOGISTICA

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

# Dimensioni del mercato

## Numero di Utenti

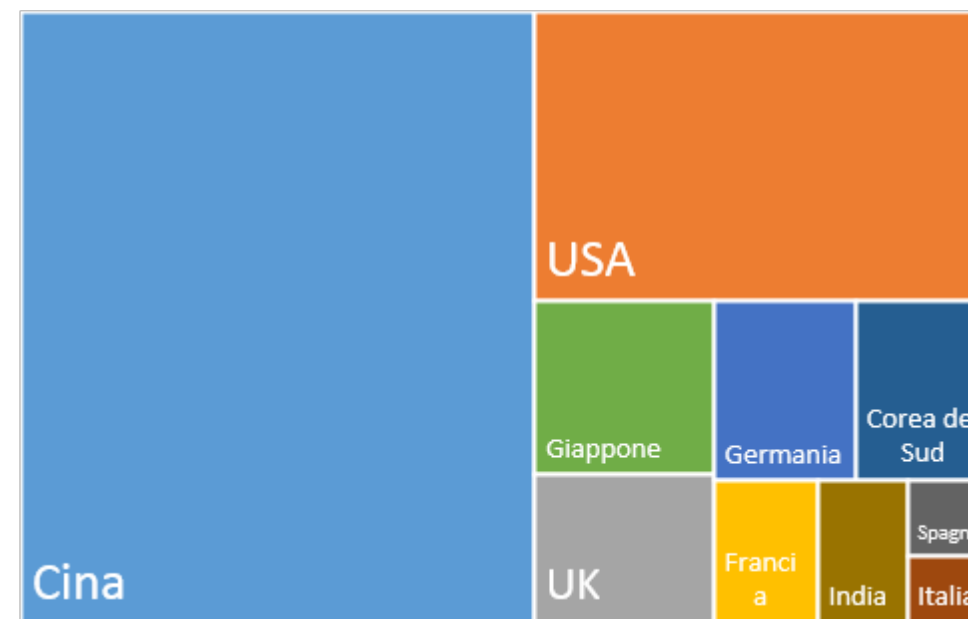


800 milioni  
Utenti Internet

90%  
Mobile

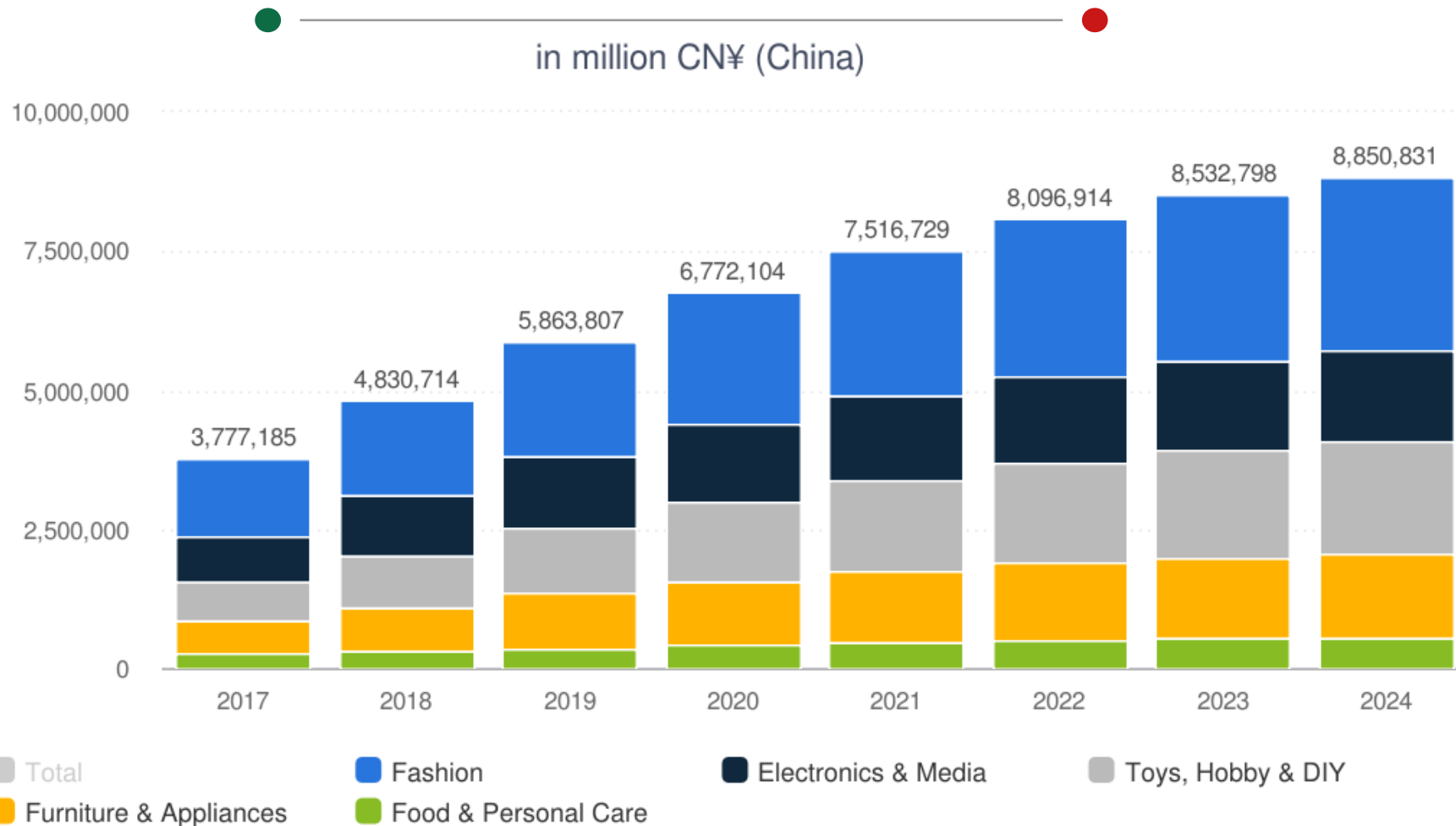
## Volume di transazioni

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

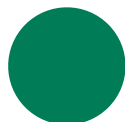
Digital Retex segue tutto il processo anche post vendita, inclusa la gestione dei resi

# 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





## 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](mailto:alibaba@ice.it)

[wechat@ice.it](mailto:wechat@ice.it)

[jindong@ice.it](mailto:jindong@ice.it)

[amazon@ice.it](mailto:amazon@ice.it)

[www.ice.it/it/amazon](http://www.ice.it/it/amazon)

[amz.food@ice.it](mailto:amz.food@ice.it) - [amz.wine@ice.it](mailto:amz.wine@ice.it)

[wechat.foodandwine@ice.it](mailto:wechat.foodandwine@ice.it)