

INFORMEST

SITUAZIONE PATRIMONIALE AL 31.12.1993

ATTMTA'	Anno 1993	Anno	Dif. +/ -	PASSMTA'	Anno 1993	Anno	Dif. +/ -
Disponibilità liquide:	3.005.551			Residui passivi	646.993.720		
Istituti di Credito	10.667.261.120			Debiti verso fornitori e terzi	646.993.720		
				Debiti verso Istituti Assicurativi	0		
Depositi bancari							
Residui attivi	2.984.504.634			F.do ammortamenti	0		
Crediti verso Soci	2.945.000.000			Mobili e macchine ufficio			
Crediti diversi	59.504.634			Trasformazioni immobiliari			
Immobilitazioni							
Immobilitazioni Tecniche				TOTALE PASSMTA'	646.993.720		
Mobili, macchine ufficio, software	244.034.944			Patrimonio Netto	13.169.786.970		
Altri costi pluriennali							
TOTALE ATTMTA'	13.015.800.690			TOTALE A PAREGGIO	13.015.800.690		
Approvata nella seduta dell'Assemblea dei Soci del							
					Il Presidente		
					Gianni Bruno		

BILANCIO DI ESERCIZIO 1993

P A R T E I I I

RELAZIONE SULL'ATTIVITA'

BILANCIO DI ESERCIZIO 1993

P A R T E I I I

I N D I C E

Il personale e l'organizzazione

La clientela e le azioni di comunicazione

L'assistenza alle imprese

 Assistenza alle imprese

 Informest

L'editoria

Le tecnologie dell'informazione

Il programma promozionale pubblico

IL PERSONALE E L'ORGANIZZAZIONE

LA SITUAZIONE GENERALE NEL 1993

La gestione del personale nel 1993 stata fortemente condizionata dalla limitata disponibilità di fondi.

La forte svalutazione della lira ed il conseguente aumento del costo della Rete Estera hanno costretto a ridurre le presenze del personale di ruolo all'estero. Il costo di tale personale per l'anno in questione ammonta a 32 miliardi di Lire. Nel 1993, rispetto al 1992, le principali monete si sono rivalutate, in media, del 19,6% rispetto alla lira (il dollaro, in particolare, si è rivalutato del 27,6%).

Nel dicembre 1993 le presenze risultano corrispondere a 127 unità. Si tratta sicuramente di una cifra molto limitata rispetto alle attività che la rete estera è chiamata a svolgere.

Si è pertanto dato molto spazio agli impiegati locali ai quali, comunque, non sempre è possibile delegare compiti normalmente propri del personale di ruolo.

Anche il costo in lire del personale locale (27,5 miliardi) è ovviamente aumentato e gli uffici esteri sono stati costretti a limitare le loro esigenze in tal senso (636 unità mediamente presenti nel corso dell'anno).

Non vi è dubbio che la rete estera ha lavorato e continua a lavorare con difficoltà a causa degli organici fortemente ridimensionati. In questo contesto la selezione del personale da trasferire all'estero deve necessariamente essere più rigida privilegiando i profili professionali che più rispondono alle esigenze del momento.

Interventi di ridimensionamento delle Rete sono in itinere, con la chiusura di alcuni uffici ritenuti marginali in termini di equilibrio costi-benefici.

Per la Rete Italia è stata formulata una proposta di ristrutturazione potenziando gli uffici regionali e ridimensionando i provinciali. Verso i primi si è iniziato a trasferire personale le cui professionalità rispondevano alle esigenze delle attività proprie degli uffici. In questo ambito, particolare spazio è stato dato al progetto Pilota che in modo più diretto riguarda gli uffici di Genova, Milano, Bari, Napoli, Firenze, Roma, Ancona. Con tale progetto l'Istituto si è proposto un rilancio della rete Italia con la creazione nelle Sedi Regionali di poli di assistenza alle imprese, avvicinando i propri servizi alle aziende, in linea con quanto previsto dalla legge di riforma.

Importante ma gravoso per gli uffici della Rete Italia il compito derivante dai controlli tecnico-agricoli che prevede per l'Istituto un introito di Lit. 4,5 miliardi per l'anno, contro una spesa di circa Lit. 36 miliardi.

Nella Sede di Roma, ove nel 1993 hanno lavorato 801 persone di cui 40 dirigenti, si è avuta qualche difficoltà causata dal ritardo nella revisione del disegno organizzativo varato all'epoca della riforma. Il numero degli uffici presenti nella Sede Centrale (89) ha portato ad una estrema parcellizzazione dell'attività creando conseguentemente problemi nella distribuzione delle risorse umane.

L'assegnazione all'Istituto di nuovi compiti e, in alcuni casi, l'ampliamento delle attività tradizionali hanno anche condizionato lo spostamento di personale da alcune aree ad altre al fine di poter far fronte ad esigenze non programmate.

Non vi è dubbio che nel 1994 una scelta precisa delle attività da privilegiare, unitamente alle rilevazioni dei carichi di lavoro, contribuirà a razionalizzare la distribuzione delle risorse umane con uno spostamento di dipendenti nelle sedi estere ed in Italia. Condizione di tale politica del personale sono nuove regole per la mobilità in Italia e la disponibilità di fondi adeguati da investire nella rete estera.

Le numerose presenze nelle fasce più alte dell'organico, ove si sono concentrati, in un unico livello, funzionari provenienti da carriere diverse (carriera amministrativa e carriere professionali) ha creato disfunzioni nella gestione.

Nel corso dell'anno si svolta un'attività di razionalizzazione della distribuzione del personale tenendo in considerazione le specifiche professionalità. Il personale di recente assunzione è stato particolarmente seguito per appurare l'adeguatezza delle assegnazioni ed il grado di inserimento nella struttura.

Il personale ha mostrato una forte tendenza alla riduzione numerica (45 cessazioni dal servizio) che continuerà nel 1994 (la previsione è di circa 100 unità in meno), esasperata dalle limitazioni alle assunzioni per i vincoli derivanti dalla legge finanziaria.

Il 1993 è stato un anno di assestamento, non sono state effettuate assunzioni nè promozioni.

IL PERSONALE IN SERVIZIO

Il personale in servizio presso l'Istituto al 31 dicembre risulta essere di 1.248 dipendenti contro le 1.310 unità dell'organico già sensibilmente ridotto rispetto al precedente (1.581 unità). I dirigenti in servizio alla stessa data erano 75 a fronte di un organico di 100 unità.

Personale in servizio all'Istituto

(distribuzione per reti e livelli - situazione al 31.12.1993)

Livello	Sede	Italia	Estero	Totale	Organico	Differenza
7(totale)	228	128	79	435	390	+ 45
7.3	-	-	-	-	100	
7.2	80	23	50	153	130	
7.1	90	84	20	194	160	
7.0	58	21	9	88	-	
6	130	112	9	251	200	+ 51
5	131	51	9	191	210	- 19
4	151	26	-	177	220	- 43
3	99	64	-	163	250	- 87
2	22	9	-	31	40	- 9
Totale	761	390	97	1248	1310	- 62
Dir.II	27	5	18	50		
Dir.I	13	4	8	25		
Totale	40	9	26	75	100	- 25
TOTALE	801	399	127	1323	1410	- 87

Le unità eccedenti, rispetto all'organico approvato nel 1992 (livelli 7° e 6°), saranno riassorbite nel breve periodo a seguito di pensionamenti o dimissioni.

L' ATTIVITA' PER IL PERSONALE

Le attività di particolare rilevanza realizzate nel corso dell'anno sono state quelle di:

- definizione di alcuni aspetti contrattuali ancora in sospeso e di altri inerenti alla gestione del personale (attribuzione d'incarico ai dipendenti inquadrati al livello 7°, nuovi criteri di attribuzione del premio di produttività);

avvio di una serie di procedure relative alla:

- revisione, nello spirito della legge 29/93 del Regolamento Organico del Personale e del Regolamento Organico dei Dirigenti;

- attivazione del programma di gestione del personale (ASSIOMA) e di rilevazione, mediante autocertificazione, dei dati esso riguardanti;

- selezione di personale per l'attuazione del "Progetto Pilota" attuato in alcuni uffici della rete Italia (Genova, Milano, Bari, Napoli, Firenze, Roma, Ancona);
- rilevazione dei carichi di lavoro, anche in base a quanto disposto dalla legge finanziaria;
- installazione ed attivazione di un nuovo programma di gestione contabile del personale e collegamento dello stesso con il programma di contabilità dell'Istituto;
- revisione delle procedure interne degli uffici del personale per una più precisa e tempestiva attuazione delle normative nonché revisione e automatizzazione del sistema di archiviazione e protocollo della Direzione del Personale;
- pianificazione e programmazione, all'inizio dell'anno, di tutti i trasferimenti da/per l'estero.

Si è provveduto inoltre a:

- avviare l'erogazione dei mutui edilizi al personale dipendente per l'acquisto della prima casa di abitazione. Nel corso del 1993 sono state portate a termine le procedure per l'erogazione dei mutui a 21 dipendenti per un totale di Lit. 1.821.500.000;
- attivare le procedure previste dall'art. 25 del contratto di lavoro per la tutela della salute. Sono state effettuate oltre cento visite oculistiche presso il servizio di medicina del lavoro della USL RM/7 per il personale della Sede e le medesime procedure sono state avviate presso gli uffici della Rete Italia;
- gestire gli adempimenti connessi alla polizza sanitaria stipulata con INA/Assitalia. Nel corso del 1993 è stata curata l'istruttoria delle pratiche di rimborso per spese sanitarie sostenute da circa 270 tra dipendenti e dirigenti;
- accantonare i fondi relativi alla previdenza integrativa, prevista dall'ultimo contratto ma non ancora attivata.

FORMAZIONE PERSONALE E MARKETING INTERNO

Nel 1993, l'attività formativa ha continuato a seguire i due abituali canali d'intervento: la formazione vera e propria e l'addestramento professionale.

Per quanto riguarda la prima si è cercato di ampliare il raggio di portata dei temi allargando, ove possibile, la gamma dei destinatari.

Sono state, quindi, focalizzate alcune aree sulle quali concentrare l'azione per dotare il personale di strumenti operativi più sofisticati e incisivi: l'area marketing per rispondere alle esigenze di un ente erogatore di servizi a pagamento; l'area informazione per essere aggiornati nell'informare, migliorando e affinando gli strumenti di comunicazione interna ed esterna; l'area professionalità per la diffusione delle conoscenze proprie della specificità dell'istituto; le lingue indispensabile strumento per l'ICE rivolto istituzionalmente ai mercati esteri.

In particolare si è cercato di rispondere alle necessità di:

- un maggiore coinvolgimento del personale nell'attività dell'Istituto e quindi creazione di nuovi strumenti di comunicazione e miglioramento funzionale di quelli già esistenti anche attraverso scambio di esperienza sugli obiettivi, sulle strategie e sulle eventuali prassi a cui adeguarsi;

- un incremento del bagaglio di conoscenze specifiche attraverso l'aggiornamento sulle tematiche connesse al commercio estero;
- un aggiornamento in funzione di un contesto socio-economico soggetto a velocissimi mutamenti. Crescita culturale.

A tal fine è stata progettata una serie di corsi che avrebbe dovuto coinvolgere il personale di tutte le qualifiche. Particolare peso veniva attribuito al cosiddetto middle-management, in quanto ritenuto fascia ideale per veicolare le innovazioni strategiche introdotte dal top-management. Tale obiettivo è stato in parte raggiunto per quanto riguarda base e middle-management, mentre è rimasto irrealizzato ove si consideri la forma più elevata di quest'ultimo.

Le aree principalmente interessate sono state:

L'AREA INFORMAZIONE

E' stato costituito un Gruppo di Lavoro dedicato alla Comunicazione, cui hanno preso parte rappresentanti delle aree Relazioni Esterne, Sviluppo, Progetti, Personale, Organizzazione e Formazione. A questo si è aggiunto un corso di comunicazione organizzativa, per dotarsi di strumenti specifici di progettazione e di analisi.

Dai lavori del Gruppo sono scaturite una serie di proposte in parte in via di realizzazione, col concorso di un comitato ristretto di cui fanno parte il Direttore del Personale e i Servizi Organizzazione e Formazione.

L'AREA PROFESSIONALITÀ

Un corso, a costo zero, di nuovo tipo è stato ideato per il personale che prende o prenderà parte all'attività promozionale dell'Istituto. Realizzato con sole docenze interne e articolato in una serie di lezioni tenute dagli esperti di vari Uffici della Sede, ha avuto un taglio eminentemente pratico e ogni ciclo si è concluso con esercitazioni su temi specifici. L'iniziativa denominata "Organizzazione delle iniziative promozionali" consisteva in un aggiornamento sugli espletamenti degli incarichi promozionali. Del corso sono state realizzate 7 edizioni che hanno interessato 161 persone.

Sono stati inoltre realizzati:

Un "Seminario sulla nuova Politica Agricola Comunitaria e sul GATT", con un buon livello di partecipazione che ha dato vita ad uno stimolante dibattito.

Un corso su "Economia Internazionale Applicata" per l'ufficio Studi Economici al quale hanno partecipato 15 persone.

E' proseguita l'attività connessa al Progetto Adozioni con corsi che hanno coinvolto personale della Sede e della Rete Italia. Tra le finalità del Progetto si ricordano: creazione di un referente sul territorio per l'azienda, premessa al monitoraggio dei bisogni del cliente, al miglioramento dei servizi, all'incremento delle vendite con particolare attenzione al servizio personalizzato.

E' stato anche avviato un corso polimodulare integrato sul nuovo servizio "Richiesta finanziamenti CEE", istituito nell'ambito del Progetto Pilota per la Rete Italia. Sarà un corso

complesso e articolato con moduli realizzati in varie sedi (Roma, Milano, Bruxelles) e con un elevato numero di docenze.

Si aggiunge:

L'AREA MULTIPLA

Vi sono ricomprese tutte quelle iniziative che non rientrano in ambito specifico ma che interessano trasversalmente vari settori d'attività dell'Istituto.

Ad essa sono riconducibili: per il modulo informatica, i corsi di framework, ai quali hanno preso parte 137 persone, mentre altre 37 hanno seguito corsi di perfezionamento informatico presso varie Società.

Per il modulo lingue sono stati realizzati corsi seguiti da 120 persone oltre a corsi organizzati da terzi sulle materie più diverse.

Complessivamente i corsi di formazione hanno impegnato 682 persone per un totale di 78 corsi (più quelli di lingue) gran parte dei quali realizzati con docenze interne e a costo zero.

LA CLIENTELA E LE AZIONI DI COMUNICAZIONE

Nel 1993 l'azione di marketing dei servizi dell'ICE, pur in presenza di alcuni fattori che ne hanno limitato lo sviluppo (in particolare il mancato adeguamento delle tariffe) ha prodotto interessanti risultati sia in termini di miglioramento della qualità dei servizi offerti sia in termini di incremento della clientela e di vendita dei servizi stessi.

Le cifre confermano la risposta certamente positiva della clientela dell'ICE.

In totale il numero degli operatori che hanno richiesto servizi all'Istituto sono stati oltre 40.000 con un aumento del 9,2% rispetto al 1992. La ripartizione territoriale della clientela rimasta invariata nell'ultimo biennio è la seguente:

62,5% del Nord Italia

23,5% del Centro Italia

14,0% del Sud Italia

Un confronto con i dati percentuali di ripartizione regionale dell'export italiano¹ pari al 75,8% Nord Italia, 15,6% Centro Italia e 8,6% Sud Italia, induce ad una considerazione di fondo.

L'ICE nel '93 ha coinvolto ed ha risposto al tessuto produttivo del Mezzogiorno in misura maggiore di quanto abbiano inciso le esportazioni, assumendo quindi un ruolo di stimolo nel portare la struttura produttiva meridionale sui mercati internazionali.

Il numero dei clienti complessivi che hanno usufruito dei servizi a pagamento ha superato le 23.500 unità con un incremento del 18% rispetto all'anno precedente (20.000 nel '92).

Coloro che hanno fruito dei servizi promozionali dell'Istituto ammontano a 3.950 parte dei quali ha utilizzato anche servizi di assistenza. I clienti che complessivamente hanno ottenuto servizi di assistenza sono poco più di 22.000; il 27% di questi ultimi è costituito da ditte abbonate ai servizi dell'ICE che nel contempo hanno registrato una notevole crescita (21,1%) superando le 6.000 unità.

Nel 1993 il totale degli abbonamenti risulta costituito per il 59% da nuovi abbonati e per il 41% da ditte che hanno rinnovato l'abbonamento. Oltre 1.500 aziende invece non lo hanno rinnovato. Le cause possono ricercarsi nella presenza di aziende poco orientate all'export, nella tendenza a richiedere servizi in concomitanza con iniziative fieristiche.

Nell'andamento degli abbonamenti si registrano picchi elevati a marzo, aprile, maggio e settembre, probabilmente in coincidenza con la partecipazione di molte ditte ad iniziative promozionali, soprattutto fieristiche.

¹ I dati si riferiscono a valori delle esportazioni dei primi 9 mesi del '93.

Sotto il profilo *territoriale* la distribuzione delle aziende abbonate rispecchia in buona parte la stessa struttura export delle regioni italiane: la Lombardia, il Veneto, la Toscana, l'Emilia seguite ad una certa distanza dal Piemonte sono le regioni che contribuiscono in maniera rilevante (per oltre il 65%) al numero totale delle ditte abbonate. Mentre le regioni meridionali ad eccezione della Puglia (5,3%) e della Campania (4,4%) hanno un peso del tutto marginale.

Rispetto al 1992 alcune Regioni, anche se hanno inciso in modo ridotto sul numero totale degli abbonati, hanno tuttavia registrato variazioni positive comparativamente al di sopra dei valori medi (Sicilia, Campania, Lazio).

L'aumento complessivo del numero delle ditte abbonate è da ascrivere, oltre che all'azione continua di assistenza e consulenza da parte dell'ufficio Marketing operativo e degli uffici dello sviluppo nel corso di iniziative fieristiche, senz'altro anche all'azione svolta sul territorio da parte degli uffici della Rete Italia a seguito del Progetto Adozioni.

Nel 1993 i servizi ICE di assistenza sono ammontati a 84.767, di questi 71.154 sono stati erogati dalla rete estera. Gli incassi complessivi sono passati da Lire 9 miliardi circa nel '92 a 10,6 miliardi di lire registrando un aumento del 18 %.

Parallelamente all'aumento del numero degli abbonati si è registrato un ammontare di incassi per i servizi loro resi pari a 3,2 miliardi di lire con il 39 % di incremento rispetto al '92.

L'entità degli incassi degli abbonati risulta nettamente inferiore a quella dei clienti non abbonati, tuttavia gli incassi unitari medi delle ditte abbonate (Lit. 909.000) superano di gran lunga gli incassi delle ditte clienti "non abbonate" (Lit. 387.000). Questo sta a confermare che l'abbonamento ai servizi dell'ICE esercita un effetto propulsivo sulla richiesta dei servizi dell'Istituto ed un aumento della fidelizzazione della clientela.

AZIONI DI COMUNICAZIONE

Gli obiettivi del programma di comunicazione per il 1993 sono stati individuati nell'acquisizione di nuovi utilizzatori dei servizi dell'ICE, nella trasformazione dei clienti saltuari in clienti abituali (possibilmente in abbonati). Si è quindi operato per:

- la revisione sia dei contenuti dei servizi ICE che della veste grafica della nuova brochure "ICE: Un ponte tra impresa e mercato";
- sono stati presi contatti con l'Alitalia, con la concessionaria pubblicità del Sole/24 Ore per organizzare una capillare diffusione della nuova brochure, non appena disponibile, attraverso i canali più idonei e mirati;
- sono continuati i contatti con gli Enti territoriali, per eventuali azioni di pubblicità e/o veicolazione del materiale di comunicazione;
- si è provveduto alla ristampa della brochure edizione 1993;
- sono state distribuite le card agli abbonati ai servizi ICE che hanno gradito l'iniziativa poiché il possesso della card ha consentito di dimostrare con immediatezza agli Uffici della rete Italia ed estera la condizione di cliente abbonato e di visualizzare il numero di "codice cliente";
- sono stati inoltre pubblicati articoli su vari giornali per promuovere i servizi ICE.

Progetti speciali e nuovi servizi

Progetto Adozioni- Ruolo della rete Italia

Con il 3° corso di formazione previsto dal Progetto Adozioni sono state individuate ulteriori figure di promoter, il che ha portato il numero complessivo degli addetti a questa funzione a 47. Compito del promotore è quello di aiutare le aziende ad individuare un referente diretto sul territorio in grado di interpretare i loro bisogni e di tradurli in offerta di servizi.

A seguito di questo progetto l'intervento della Rete Italia si è articolato in un'attività di consulenza personalizzata, incentrata in una vera e propria attività di indirizzo e di consulenza diretta all'operatore. In alcuni casi gli uffici in Italia si sono trasformati in veri e propri centri erogatori dei servizi finali determinando un punto di svolta molto importante nella politica degli incassi dell'Ente.

Il contatto crescente degli uffici della Rete Italia con le ditte abbonate ha contribuito a creare un rapporto interattivo tra l'attività degli uffici stessi e le esigenze della clientela, costituendo uno stimolo crescente per molti promoter.

L'attività di assistenza personalizzata esercitata sul territorio ha avuto così nuovo impulso e si è diversificata orizzontalmente coprendo ormai tutte le regioni. A fine '93 si stima che il tasso di copertura delle ditte adottate su quelle abbonate supera in media il 40%.

Nel corso delle visite aziendali svolte dalla Rete Italia, molte ditte hanno espresso un giudizio complessivamente buono sui servizi erogati dal nostro Istituto ed hanno chiesto un intervento diretto dell'ICE in Italia, soprattutto nel Centro-Sud dove probabilmente lo scarso livello di organizzazione delle aziende richiede una crescente personalizzazione dell'intervento dell'Istituto.

"Operazione Ascolto"

L'obiettivo prioritario del 1993 è stato quello di potenziare lo sviluppo di nuovi strumenti che permettano una più efficace rilevazione del grado di soddisfazione della clientela dell'Istituto, puntualizzando ulteriormente le indicazioni emerse dall'Indagine sul fabbisogno dei servizi all'export "Operazione Ascolto" realizzata nel corso del 1992.

I Nuovi strumenti sono:

- una scheda di marketing che consenta, tramite il monitoraggio di un panel di clienti dell'Istituto, di analizzare il grado di soddisfazione degli operatori e, grazie ad indicatori di efficacia/efficienza, di definire livelli di redditività degli uffici ICE in Italia ed all'estero;
- una serie di indicatori per analizzare l'andamento delle vendite e la composizione della clientela dell'Istituto, tramite un collegamento "on line" con il ciclo di fatturazione;
- un collegamento con il "Progetto Mezzogiorno", per individuare possibili servizi sui quali convogliare le ditte meridionali;
- una collaborazione avviata con l'U.N.I. (Ente preposto alla certificazione di qualità) per contribuire alla divulgazione della normativa relativa a tali problematiche presso le aziende, specie quelle meridionali;

- una analisi, tramite questionario, dei bisogni del mondo bancario, specie di quelle banche medio-piccole e non ancora strutturate sull'estero, in vista della realizzazione di accordi per la distribuzione di alcuni servizi dell'Istituto ai clienti delle banche ed alle banche stesse.

Ulteriori studi per l'identificazione dei bisogni della clientela sono stati realizzati per alcuni servizi di particolare interesse ("Sondaggio prodotto", "Informazioni riservate").

Per lo sviluppo di *nuovi prodotti*, si segna la messa a punto di alcuni nuovi servizi: "Link" (operativo da gennaio 1994), "Istruttoria Dossier" che saranno erogati dagli uffici "pilota" della Rete Italia.

GRANDI CLIENTI ED UTENTI COLLETTIVI

Nel corso del 1993 sono state proposte, avviate e portate a termine Convenzioni e Progetti Speciali con Utenti Collettivi e Grandi Clienti.

Nei riguardi delle Regioni, l'I.C.E. si pone sempre più quale consulente e gestore delle risorse da esse destinate alla promozione all'estero dei prodotti regionali. Nel contattare gli Assessorati competenti delle diverse Regioni è stato riscontrato in generale un interesse rilevante per l'offerta dei servizi dell'Istituto.

Nel corso del '93 sono stati conclusi od avviati accordi e progetti con la Regione Sicilia, con la Regione Toscana, con la Regione Lombardia, con la Regione Puglia e con la Regione Marche.

Per le Camere di Commercio ed i Centri per il Commercio Estero delle Camere di Commercio, sono state portate avanti alcune iniziative autonome non riconducibili a veri e propri progetti.

Con la Confindustria e le Associazioni di categoria e territoriali nel '93, è stato rinegoziato l'accordo quadro I.C.E. - Confindustria, prossimo ormai alla firma. E' stato posto l'accento sul ruolo della Confindustria e delle Associazioni di "collettori" delle richieste di servizi I.C.E. da parte delle aziende aderenti alle associazioni stesse.

Sono stati inoltre definiti meglio i servizi che saranno erogati dall'I.C.E. alla Confindustria e alle Associate, sia a titolo gratuito che a titolo oneroso, e i benefici offerti da queste ultime all'Istituto. Ad esempio: acquisizione di spazi pubblicitari sulle loro pubblicazioni, predisposizione di mailing list per facilitare i contatti con le aziende associate, al fine di incrementare la diffusione allargata dei servizi e pubblicazioni ICE e l'acquisizione di nuovi abbonati.

La collaborazione tra l'I.C.E. e le diverse Associazioni di categoria si è sviluppata più proficuamente sul piano dei progetti speciali in risposta a specifiche esigenze di promozione di manifestazioni fieristiche, di studi preliminari alla penetrazione nei diversi mercati e volti all'ottenimento di informazioni di diversa natura.

La Convenzione con Assopiastrelle - firmata nel '92 e protrattasi per tutto il '93 - stabilisce un meccanismo studiato per offrire alle aziende associate servizi standardizzati, il cui costo grava su un "plafond" messo a disposizione dall'Associazione.

L'accordo ha avuto un discreto successo tra le aziende del comparto per cui ne è stato proposto il rinnovo per il '94.

La Convenzione firmata con l'Associazione degli enti fieristici italiani - A.E.F.I., contenente la proposta di alcuni pacchetti di servizi diretti a promuovere gli enti fieristici e le loro manifestazioni sui mercati esteri, ha avuto un discreto successo non tanto per la vendita dei pacchetti a prezzo fisso, quanto per quella di pacchetti ad essi ispirati.

Sono stati avviati contatti con i principali Enti Fieristici Italiani al fine di presentare tutta la gamma di servizi di cui l'ICE dispone per soddisfare le molteplici esigenze dell'Ente Fiera: acquisizione di espositori, di visitatori, promozione delle manifestazioni ecc..

Un passo importante è stato quello dell'assunzione del principio della Rappresentanza Fiere Italiane all'estero che, senza dubbio, allarga le possibilità di intervento dell'Istituto in favore degli Enti fieristici italiani avviare l'analisi e lo sviluppo di nuovi servizi. Relativamente alla Rappresentanza in Italia di Fiere Estere, già avviata nel '92 in modo episodico, occorre ricordare che, attraverso la creazione del Centro Fiere Estere presso l'ICE di Milano, il meccanismo di acquisizione rappresentanze è stato via via sistematizzato e regolamentato. Tale attività presenta per l'Istituto un potenziale di altissimo livello in termini di ritorni finanziari oltre che stimolo all'individuazione di nuovi servizi e proposte marketing.

Di rilievo il progetto, attualmente in corso di definizione, di interazione tra l'ICE e il mondo delle Banche. Si tratta di un'operazione volta a valutare le possibilità di collaborazione tra l'Istituto e le Banche, con riguardo all'offerta dei servizi dell'ICE agli Istituti di credito, destinati sia alla fruizione diretta da parte di questi ultimi che alla redistribuzione ai loro clienti.

LA CLIENTELA ESTERA

L'Istituto risponde anche alle richieste di assistenza degli operatori esteri controparte dell'esportare italiano. L'interesse del cliente estero è dimostrato prevalentemente per i nominativi di quelle aziende italiane rivolte all'esportazione, per tutte quelle occasioni che facilitano l'incontro tra domanda e offerta.

In tal modo l'ICE ha la possibilità di selezionare la controparte interessata e di svolgere il proprio ruolo di intermediazione e consulenza a favore dell'azienda italiana con una conoscenza approfondita e selezionata del mercato in cui svolge la propria attività.

Ciò che caratterizza il rapporto dell'Istituto con tale clientela è la gratuità del servizio.

Si stimano a 200.000 i clienti esteri per il '93 con una collocazione geografica prevalente nelle aree di maggior interesse dell'export italiano: CEE + EFTA per il 36%, Nord America per il 23%, area Pacifico ed Asean con il 17,5%.

L' ASSISTENZA ALLE IMPRESE

RETE ESTERA

Nel corso del 1993, gli Uffici della Rete Estera dell'Istituto hanno erogato ad operatori economici italiani, aziende ed imprese, 71.154 servizi di assistenza per un fatturato complessivo di Lit. 9.174.066.128.

Il totale dei servizi erogati è aumentato sia dal punto di vista quantitativo (da n°63.230 nel 1992) che in termini di fatturato complessivo con una variazione assoluta in aumento di Lit. 1.400 milioni circa. Si è verificata una implementazione dei servizi di assistenza personalizzati sintomo di una produzione di servizi "reali" di maggior efficacia e di elevato livello di soddisfazione/utilizzo economico per l'operatore.

A livello di singole aree amministrative è significativo l'incremento riscontrato nell'area *Peco + Jugoslavia* che prosegue l'andamento in crescita migliorando il dato fatto registrare nel 1992: circa 3.000 i servizi erogati in più confermano la continua apertura di quei mercati che erano sempre stati contraddistinti da un sistema economico centralizzato e con un grado di concorrenza pianificata.

È rimasto preponderante il contributo degli uffici dell'area *C.E.E.* all'erogazione di tali servizi, sia sul piano quantitativo che sul piano del fatturato (rispettivamente il 32,47 e il 30,29% sui totali).

Significativo è il volume dei servizi erogati dagli uffici dell'area *Efta+Turchia* (crescita di circa il 3%) che testimonia l'accresciuto interesse del mondo imprenditoriale italiano per quei Paesi che hanno già manifestato, in modo formale, la propria adesione alle Comunità Europee.

Numero servizi e fatturato distinti per Aree Amministrative -1993

Dati in valori assoluti e peso percentuale per ciascuna area (Valori espressi in lire)

Aree amministrative	Servizi erogati valore assoluto '93	Servizi erogati val.% '93	Val.% 1992	Fatturato valore assoluto '93	Fatturato val.% '93	Val. % 1992
C.E.E.	25.695	32,47	36,35	2.780.659.442	30,31	35,12
Efta + Turchia	7.385	13,38	10,47	692.641.993	7,55	7,48
Nord America	6.313	7,44	9,76	891.719.228	9,72	11,24
Afr.mediterranea+M.O.	5.911	7,50	7,68	715.577.158	7,80	7,34
Africa subsahariana	1.850	2,60	2,01	199.994.642	2,18	2,18
Asean + India	3.921	5,17	5,79	892.636.634	9,73	7,56
Pacifico	8.354	10,20	14,10	1.588.030.847	17,31	16,11
America Latina	3.663	4,22	3,81	511.912.890	5,58	5,66
Peco + Jugoslavia	9.461	17,01	10,03	900.893.294	9,82	7,31
TOTALE MONDO	71.154	100,00	100,00	9.174.066.128	100,00	100,00