

Nel paniere dei servizi di assistenza offerti dall'ICE, sono da considerarsi in modo peculiare quelli codificati con la descrizione *Assistenza Personalizzata* (2.11): si tratta di pacchetti di servizi e/o di un servizio complesso che vengono ritagliati su misura dalle specifiche esigenze dell'utente.

Su questi servizi, la Rete Estera si sta specializzando registrando incrementi rispetto al 1992, sia dal punto di vista quantitativo (da 3.510 a 5.599 servizi erogati) che da quello del fatturato (da 3.289 a 4.801 milioni di Lit.) inoltre è cresciuto il peso % dei personalizzati sulla quantità erogata (da 5,55% a 7,87%) e sul totale fatturato (da 42,2% a 52,3%).

Questi dati sono estremamente significativi:

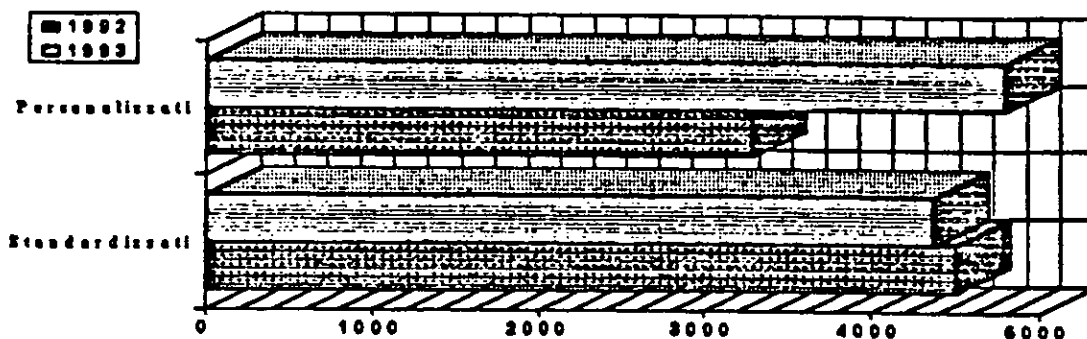
- l'aumento contemporaneo della quantità e del valore rappresenta la scelta di campo di curare comunque la domanda dei personalizzati senza selezionare solo i servizi più redditizi;
- il peso del fatturato e quello della quantità erogata crescono in presenza di valori positivi in assoluto per tutta l'area di attività.

Il raggiungimento di tale risultato dipende da una risposta adeguata alle esigenze della domanda; impostando quindi la propria produzione sulla massima curva di utilità per l'utente realizzando servizi ad elevata valenza e riscontro economico.

Ricavi derivanti dai servizi di assistenza distinti per area amministrativa - 1993

(Valori espressi in lire).

Aree amministrative	Servizi Personalizzati		Servizi Standardizzati		Totale servizi assistenza	
	Totale	Peso %	Totale	Peso %	Totale	Peso %
C.E.E.	1.220.128.971	25,41	1.560.530.471	35,69	2.780.659.442	30,31
Efta + Turchia	302.031.138	6,29	390.610.855	8,93	692.641.993	7,55
Nord America	516.670.119	10,76	375.049.109	8,58	891.719.228	9,72
Afr. mediterranea+M.O.	338.524.567	7,05	377.052.591	8,62	715.577.158	7,80
Africa subsahariana	78.748.977	1,64	121.245.665	2,77	199.994.642	2,18
Pacifico	1.068.873.313	22,26	519.157.534	11,87	1.588.030.847	17,31
Asean + India	677.049.134	14,10	215.587.500	4,93	892.636.634	9,73
America Latina	254.493.646	5,30	257.419.244	5,89	511.912.890	5,58
Peco + Jugoslavia	345.247.041	7,19	555.646.253	12,71	900.893.294	9,82
TOTALE GENERALE	4.801.766.907	100,00	4.372.299.221	100,00	9.174.066.128	100

Fatturato totale servizi di assistenza**Confronto 1992-1993 standardizzati/personalizzati**

Le considerazioni fatte non significano che i servizi standardizzati costituiscano attività di minor rilevanza: i dati del 1993 parlano di aumento della quantità di servizi erogati rispetto al 1992 (da 59.720 a 65.555) con un fatturato pressocchè costante (da 4.506 a 4.372 milioni di Lit.).

Maggior richiesta di servizi base, quindi, che costituiscono la soglia di ingresso ai *servizi reali*: il passo precedente all'assistenza personalizzata, quando appunto si cercano risposte specifiche alle proprie problematiche; il primo approccio dell'azienda al processo di internazionalizzazione della propria produzione ad un più stabile radicamento sul mercato.

Analizzando brevemente la distribuzione nelle singole aree amministrative dei servizi erogati è possibile notare come il 36% del totale sono richiesti in Paesi comunitari con punte del 68% per la *ricerca controparti*, del 55% delle *informazioni riservate*, del 40% delle *informazioni generali*. La richiesta di assistenza personalizzata su quest'area si aggira attorno al 25% del totale mondo.

L'area Pacifico riscontra *servizi personalizzati* in aumento (17% del totale erogato dalla Rete Estera), e richieste di *informazioni generali costanti* (20% del totale) che testimonia come gli esportatori italiani siano pronti a presentarsi sui mercati più redditivi anche se geograficamente distanti.

Sono da segnalare anche i PECO con dati rilevanti *nell'assistenza tecnica* (27,5% del totale).

Le altre aree sono da considerarsi di profilo decisamente minore. Degni di nota sono i dati dell'*assistenza a gare internazionali* nell'Africa mediterranea caratteristico strumento d'approccio a questi mercati per le aziende straniere.

Particolare interesse destano infine i riscontri in America Latina, mercato di tradizionale vocazione per le imprese italiane, dei dati *sondaggio prodotti e organizzazione di incontri*: nei mercati dove le imprese hanno meno vincoli (vedi la lingua) la penetrazione commerciale delle aziende italiane, ancora poco sofisticate nelle attività commerciali all'export, è più diretta

Rete Estera**Ripartizione per aree amministrative del volume dei servizi - 1993**

Codifica servizi	num. serv.	C.E.E.	Efta+ Turchia	Nord America	Africa+ M.O.	Afr. Saharab.	Pacifico	Asiam	Poco	Amer. Latina	% su totale Mondo
2.01 Schede fiere internazionali	271	45	27	68	10	0	20	9	72	20	0,38
	100	16,61	9,96	25,09	3,69	0,00	7,38	3,32	26,57	7,38	
2.02 Assistenza Tecnica	2.305	458	165	273	134	347	80	111	634	103	3,24
	100	19,87	7,16	11,84	5,81	15,05	3,47	4,82	27,51	4,47	
2.03 Ricerca affidamento incarichi prof.ti locali	1.036	377	73	65	48	8	196	50	206	13	1,46
	100	36,39	7,05	6,27	4,63	0,77	18,92	4,83	19,88	1,25	
2.04 Operatori economici esteri	31.083	10.840	3.543	2.677	2.837	668	3.005	1.818	3.894	1.801	43,68
	100	34,87	11,40	8,61	9,13	2,15	9,67	5,85	12,53	5,79	
2.05 Ricerca controparti	762	516	81	10	21	73	1	2	57	1	1,07
	100	67,72	10,63	1,31	2,76	9,58	0,13	0,26	7,48	0,13	
2.06 Assistenza gare int.li	407	103	6	3	198	8	13	37	18	21	0,57
	100	25,31	1,47	0,74	48,65	1,97	3,19	9,09	4,42	5,16	
2.07 Informazioni riservate	6.479	3.590	882	659	314	165	288	178	216	187	9,11
	100	55,41	13,61	10,17	4,85	2,55	4,45	2,75	3,33	2,89	
2.08 Sondaggio prodotti	913	229	64	74	146	18	69	75	119	119	1,28
	100	25,08	7,01	8,11	15,99	1,97	7,56	8,21	13,03	13,03	
2.09 Organizzazione incontri	4.196	899	189	228	586	66	735	411	287	795	5,90
	100	21,43	4,50	5,43	13,97	1,57	17,52	9,80	6,84	18,95	
2.10 Vertenze commerciali	1.400	812	189	124	62	13	47	26	105	22	1,97
	100	58,00	13,50	8,86	4,43	0,93	3,36	1,86	7,50	1,57	
2.11 Assistenza personalizzata	5.599	1.363	350	568	616	122	961	643	665	311	7,87
	100	24,34	6,25	10,14	11,00	2,18	17,16	11,48	11,88	5,55	
2.12 Informaz. gen. e l'orient.	13.501	5.396	1.508	1.108	655	312	2.552	374	1.448	148	18,97
	100	39,97	11,17	8,21	4,85	2,31	18,90	2,77	10,73	1,10	
2.13 Assistenza di base	687	112	76	158	45	2	125	55	106	8	0,97
	100	16,30	11,06	23,00	6,55	0,29	18,20	8,01	15,43	1,16	
2.14 Distribuz. prodotti infer.	2.288	448	111	135	96	6	50	51	1.348	43	3,22
	100	19,58	4,85	5,90	4,20	0,26	2,19	2,23	58,92	1,88	
2.15 Affinire strutture	227	46	1	29	3	1	80	6	60	1	0,32
	100	20,26	0,44	12,78	1,32	0,44	35,24	2,64	26,43	0,44	
TOTALE	71.154	25.695	7.385	6.313	5.911	1.051	8.354	5.921	9.461	3.663	100,00
	100	36,11	10,38	8,87	8,31	1,48	11,74	8,33	13,30	5,15	

Rete Estera

Ripartizione per aree amministrative del fatturato per servizi di assistenza - 1993

(valori in Lit.)

Codifica servizi	Fatturato Mondo	C.E.E.	Rha-Tur.	Nord America	Africa-M.O.	Africa Subsahar.	Pacifico	Asia-Me-India	Peco-Yug.	Asia-Latino
2.01 Schede fixe internazionali	11.864.000 100	1.962.306 16,54	1.129.433 9,52	3.033.623 25,57	469.814 3,96	0 0,00	851.833 7,18	462.696 3,90	3.198.334 26,96	835.226 7,04
2.02 Assistenza Tecnica	137.119.664 100	28.201.515 20,57	9.461.237 6,90	16.111.561 11,75	7.651.277 5,58	21.664.907 15,80	4.673.781 3,41	6.060.689 4,42	37.337.685 27,23	5.937.281 4,33
2.03 Ricerca affidamento incarichi profes. locali	109.313.731 100	36.805.933 33,67	4.449.069 4,07	9.619.608 8,80	5.017.500 4,59	349.804 0,32	33.974.708 31,08	3.355.932 3,07	11.762.157 10,76	4.000.883 3,66
2.04 Operatori economici esterni	1.801.954.994 100	634.468.353 35,21	200.557.591 11,13	160.554.190 8,91	164.878.882 9,15	38.021.250 2,11	169.924.356 9,43	102.170.848 5,67	224.883.983 12,48	106.675.736 5,92
2.05 Ricerca controparti	140.608.865 100	97.259.152 69,17	13.062.564 9,29	2.137.255 1,52	1.996.646 1,42	17.674.534 12,57	56.244 0,04	379.644 0,27	7.775.670 5,53	281.218 0,20
2.06 Assistenza gare int.li	124.149.786 100	26.642.544 21,46	1.092.518 0,88	707.654 0,57	53.831.347 43,36	3.426.534 2,76	7.672.457 6,18	10.192.697 8,21	13.246.782 10,67	6.716.503 5,41
2.07 Informazioni riservate	702.195.031 100	380.238.609 54,15	99.992.572 14,24	74.362.454 10,59	33.635.142 4,79	19.872.119 2,83	34.899.093 4,97	19.099.705 2,72	20.855.192 2,97	19.240.144 2,74
2.08 Sondaggio prodotti	303.847.911 100	76.751.982 25,26	22.818.978 7,51	25.948.612 8,54	47.066.041 15,49	5.955.419 1,96	23.457.059 7,72	25.006.683 8,23	39.895.231 13,13	36.947.906 12,16
2.09 Organizzazione incontri	339.238.511 100	76.023.350 22,41	15.130.038 4,46	17.402.936 5,13	48.375.412 14,26	5.359.968 1,58	57.500.928 16,95	30.531.466 9,00	23.000.371 6,78	65.914.043 19,43
2.10 Vertenze commerciali	83.605.000 100	48.256.806 57,72	11.345.199 13,57	7.290.356 8,72	3.879.272 4,64	727.364 0,87	2.817.489 3,37	1.513.251 1,81	6.487.748 7,76	1.287.517 1,54
2.11 Assistenza personalizzata	4.801.766.907 100	1.220.128.971 25,41	302.031.138 6,29	516.670.119 10,76	338.524.567 7,05	78.748.977 1,64	1.068.873.313 22,26	677.049.134 14,10	345.247.041 7,19	254.493.646 5,30
2.12 Informaz. gen.li e primo orientamento	53.885.394 100	3.190.015 5,92	3.707.315 6,88	4.032.182 7,52	1.201.644 2,23	8.023.533 14,89	16.661.364 30,92	12.399.029 23,01	0 0,00	4.655.698 8,64
2.13 Assistenza di base	45.812.100 100	2.799.119 6,11	1.204.858 2,63	3.394.677 7,41	691.763 1,51	32.068 0,07	34.093.365 74,42	1.062.841 2,32	2.382.229 5,20	151.180 0,33
2.14 Distribuz. prodotti informatici	115.023.799 100	30.400.790 26,43	6.188.280 5,38	6.763.399 5,88	4.094.847 3,56	138.029 0,12	3.128.647 2,72	2.749.069 2,39	59.616.835 51,83	1.932.400 1,68
2.15 Affitto strutture	403.680.435 100	117.228.798 29,04	444.048 0,11	45.252.577 11,21	686.257 0,17	201.840 0,05	129.783.260 32,15	1.897.298 0,47	107.742.308 26,69	444.048 0,11
TOTALE	9.174.866.128 100	2.780.659.442 30,31	692.641.993 7,55	891.719.228 9,72	715.577.158 7,80	199.994.642 2,18	1.585.830.847 17,31	892.636.634 9,73	900.893.294 9,82	511.912.890 5,58

Nella tavola seguente sono indicate, distinte per settori merceologici, le utenze, cioè le richieste avanzate dagli operatori agli uffici esteri. Ogni singola utenza può concretarsi anche nell'erogazione di più di un servizio: ciò spiega perché il totale delle utenze non coincide con il totale dei servizi di assistenza erogati dalla Rete Estera (71.054). Inoltre, vi sono clienti che hanno effettuato più utenze in diversi settori merceologici.

Distribuzione della clientela italiana della Rete Estera per settori merceologici - 1993

CATEGORIE	NUMERO UTENZE	PESO %
Agricoltura Zootecn. e agroindustria	2.210	10,52
Chimica primaria e secondaria	1.070	5,09
Minerali e Combustibili	78	0,37
Edilizia	802	3,82
Metallurgia	639	3,04
Meccanica di consumo e precisione	2.161	10,29
Meccanica strumentale	2.533	12,06
Lavori e costruzioni	419	1,99
Mezzi di trasporto	941	4,48
Tessile e abbigliamento	3.364	16,02
Arredamento e legno	1.221	5,81
Carta cartotecnica Editoria Grafica Didat.	416	1,98
Casalinghi e Artigianato	700	3,33
Tempo Libero (Strumenti musicali, giocattoli, art.sportivi,oreficeria)	985	4,69
Diversi plurisetoriali	3.465	16,50
TOTALE CLIENTI	21.004	100

Il maggior numero di utenze si concentra nei settori del tessile - abbigliamento e della meccanica strumentale - che costituiscono i punti di forza della specializzazione industriale dell'export italiano seguiti dappresso dai settori della meccanica di consumo, dell'agricoltura, zootecnia e agroindustria.

SEDE CENTRALE

L'erogazione dei servizi di assistenza alle aziende, anche nel corso del 1993, è stata prevalentemente realizzata dagli uffici della Rete Estera. Il contributo della Sede e degli uffici della Rete Italia è risultato infatti circoscritto sia in termini di volumi che in termini di ricavi.

Oltre alle finalità specifiche di alcuni Progetti (Mezzogiorno, Artigianato ecc.) che mantengono la loro completa operatività ed autonomia, i servizi di assistenza erogati dalla Sede hanno consentito di realizzare un fatturato pari a Lit. 1.245.577.759 (Lit.1.003 milioni circa nel 1992).

Fatturato servizi assistenza 1993*(Valori espressi in Lire)*

SERVIZI DI ASSISTENZA	FATTURATO
2.02 Assistenza tecnica	33.939.000
2.04 Operatori economici	6.850.000
2.05 Ricerca controparti	280
2.06 Acquisto e dinvio di capitoli	488.000
2.09 Organizzazione incontri	238.000
2.11 Assistenza personalizzata	101.562.079
2.12 Informazioni generali e di primo orientamento	3.393.901
2.13 Assistenza di base	7.870.000
2.14 Note e indagini di mercato	209.002.104
2.16 Informazioni computerizzate e abbonamenti	881.954.675
TOTALE	1.245.577.759
Servizi di controllo tecnico agricolo	4.415.265.777
Altri	374.889.725
TOTALE FATTURATO SEDE	6.035.733.621

Fra le varie voci, particolare rilevanza assumono i servizi Personalizzati (2.11), Note e Indagini di mercato (2.14), Informazioni Computerizzate e Abbonamenti (2.16), che da soli raggiungono il 96% del totale del fatturato derivante dall'erogazione dei servizi di assistenza.

Ciò è dovuto comunque al fatto che in Sede viene registrata e gestita la maggior parte degli abbonamenti ICE. Si tenga inoltre presente che l'abbonamento consente di usufruire di tariffe ridotte.

Si ricorda che su un totale di circa 6.000 abbonati il 59% sono nuove acquisizioni ed il restante 41% rinnovi di abbonamenti già sottoscritti nel '92.

RETE ITALIA

Gli uffici della Rete Italia hanno erogato, nel corso del 1993, servizi di assistenza per un fatturato complessivo pari a Lit. 205.014.778 con un incremento rispetto al 1992 del 17,6% (Lit. 174.323.906).

Fatturato servizi assistenza 1993*(Valori espressi in Lire)*

2.01 Schede fiere internazionali	40.000
2.02 Assistenza Tecnica	1.075.000
2.03 Ricerca ed affidamento incarichi a professionisti locali	40.000
2.04 Operatori economici	1.400.000
2.11 Assistenza personalizzata	140.366.658
2.13 Assistenza di base	210.000
2.14 Note e indagini di mercato	49.943.120
2.15 Utilizzo strutture	11.940.000
totale assistenza	205.014.778
4.04 Borse in economia internazionale	16.096.595
Servizi di controllo tecnico agricolo	54.306.300
TOTALE RETE ITALIA	275.417.673

La voce che maggiormente ha inciso sul totale è risultata l'Assistenza Personalizzata (2.11) che ha consentito una fatturazione pari a Lit. 140.366.658. Ciò testimonia l'esistenza di una domanda imprenditoriale, a livello locale, che si è fatta esigente.

INFORMEST

L'ICE, insieme alla Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia ed alla Regione Veneto, è promotore e fondatore del "Centro di servizi e di documentazione per la cooperazione economica internazionale" denominato INFORMEST e localizzato a Gorizia.

Lo Sviluppo delle attività economiche e della cooperazione fra le regioni Veneto e Friuli Venezia Giulia comprende alcune aree limitrofe ed i Paesi dell'Europa Centrale ed Orientale è all'origine di tale promozione, in considerazione della fase di trasformazione delle proprie strutture economiche e finanziarie e dei propri ordinamenti giuridici in cui tali paesi si trovano.

All'ICE è stato assegnato un contributo straordinario di 9 miliardi di lire che l'Istituto sta trasferendo in tranches annuali ad INFORMEST per il periodo 1991-1994.

Tali trasferimenti, insieme a quelli degli altri soci fondatori, andranno a costituire il fondo di dotazione di INFORMEST, che si sta organizzando per fornire servizi di informazione, consulenza, formazione ed assistenza alle imprese localizzate nelle aree individuate dalla legge.

In funzione della propria compartecipazione finanziaria (pari a circa il 35%) l'ICE è coinvolto nel processo decisionale degli organi amministrativi di INFORMEST e si pone anche come fornitore di servizi standardizzati e personalizzati da redistribuire, tramite il "Centro di servizi" fra gli operatori del Nord-Est d'Italia.

Il Centro INFORMEST è operativo dal marzo 1993 e fornisce informazioni inerenti gli aspetti finanziari, gli aspetti giuridici e fiscali collegati ai rapporti di scambio con i Paesi dell'Est europeo rivolgendo una particolare attenzione all'assistenza giuridico-finanziaria per gli investimenti e per le joint ventures. Sta predisponendo servizi di assistenza a beneficio degli operatori per l'organizzazione di iniziative di countertrade, di fondamentale importanza negli scambi con i paesi dell'Est europeo. Sta organizzando uno speciale servizio per la promozione della partecipazione delle imprese alle gare degli Organismi Internazionali su progetti da realizzare nei PECO, con particolare riferimento ai programmi comunitari del PHARE, del TACIS e della BERS.

L'EDITORIA

Nell'ottobre 1992 è stata resa operativa la Società EDISI - Edizioni Sistema Italia S.p.A. costituita tra l'ICE e tre gruppi editoriali privati: Il Sole 24 Ore, l'Istituto Geografico De Agostini e l'Editoriale Progetto, con l'obiettivo di curare la pubblicazione e la distribuzione di opere a stampa quali libri, giornali non quotidiani, periodici, riviste, collane, cataloghi, comunque riguardanti l'attività degli scambi con l'estero, i rapporti economici internazionali e la promozione del prodotto e dell'immagine italiana all'estero.

Nei primi mesi dell'anno è stata avviata la presentazione della Società e del suo programma ad alcune realtà imprenditoriali esterne all'ICE (Regione Toscana, Pitti, Immagine, Sogese, Associazioni di categoria e settoriali), con l'obiettivo di proporre Edisi come società di servizi editoriali operante sul mercato. E' stato dato inoltre avvio alla progettazione di due prodotti "Italian Quality" e "Quality Dossier".

Italian Quality doveva rappresentare il mezzo di comunicazione ideale per fare, periodicamente, il punto del Sistema Italia nel suo complesso. Ne è stato pubblicato un solo numero monografico dedicato alla Settimana della Tecnologia Italiana organizzata dall'ICE a Chicago.

La rivista, redatta in lingua inglese e totalmente autofinanziata con la pubblicità, ha presentato le più interessanti "nicchie di mercato" in cui la produzione tecnologica "made in Italy" ha raggiunto livelli altamente competitivi a livello mondiale.

"Quality Dossier" si doveva sostituire ai repertori merceologici dell'ICE. Iniziato il lavoro di progettazione, definiti 5 dossier settoriali da elaborare non è stata eseguita alcuna realizzazione poiché le Associazioni di categoria, della cui collaborazione bisognava avvalersi, si sono rivelate scarsamente interessate.

Le commesse ICE a seguito del programma editoriale '93 proposto sono state solamente:

- il catalogo in lingua russa
- il Rapporto sul Commercio estero 1992

Edisi si era attivata per la realizzazione della collana "Libri formazione ICE", raccogliendo l'esigenza di creare una collana editoriale che raggruppasse una serie di titoli inerenti alle tematiche del commercio estero, la cui diffusione venisse curata anche al di fuori del circuito dell'Istituto. Successivamente è stato deciso di non procedere alla realizzazione di questo prodotto.

In sostanza, accertato il mancato sviluppo delle attività editoriali autonome e venuto meno l'apporto delle commesse ICE (editoriali ma anche pubblicitarie), nella seconda metà dell'anno si è deciso di concentrare, in via prioritaria, l'impegno di Edisi sulla pubblicazione e diffusione del Settimanale. A tal fine l'ICE aveva avviato una campagna straordinaria abbonamenti che ha portato a risultati nel complesso positivi.

Come conclusione di un processo di miglioramento dei contenuti, del taglio grafico e della stampa del Settimanale, al fine di renderlo sempre più adeguato alle esigenze di un mercato potenzialmente rilevante, anche attraverso l'incremento delle collaborazioni, il "Giornale dell'ICE" ha cambiato la testata in "Sistema Italia", oltre ad aumentarne sensibilmente la diffusione ed arricchirlo nei contenuti.

E' stata resa operativa una convenzione sperimentale stipulata tra l'ICE e la Camera di Commercio di Milano per la realizzazione di "Sistema Italia". L'accordo ha consentito una diffusione aggiuntiva del Settimanale a 8.000 operatori della Lombardia ed il varo di nuove rubriche che hanno incontrato il favore dei lettori.

Da quanto illustrato ne è seguito, in fine d'anno, l'avvio di una approfondita verifica per accertare le effettive potenzialità di Edisi e la ricerca di eventuali opzioni.

LA DISTRIBUZIONE DEL PRODOTTO INFORMATIVO

L'ICE si è affiancato all'attività editoriale di EDISI nella distribuzione del settimanale "Sistema Italia" presso i PUNTI VENDITA che l'Istituto ha costituito nel '93 presso i sei Uffici della rete Italia: Firenze, Bologna, Napoli, Perugia, Verona, Bari. A questi si aggiunge Milano già esistente.

I Punti Vendita hanno costituito delle vere e proprie librerie locali che, rifornite e supportate dalla Sede, hanno distribuito sul territorio i prodotti informativi ICE.

Un catalogo specializzato illustra le collane esistenti che raggruppano indagini e note di mercato settoriali e intersettoriali, studi specifici, "Guide Paese", i bollettini trimestrali "Osservatorio delle quote di mercato" (20 abbonamenti nel corso del '93), "Mercati al monitor", "Guida per l'esportatore", "Guida per gli investimenti", etc.

Di queste ultime due Guide si ricorda che le pubblicazioni sono state realizzate in base agli impegni assunti dagli organismi promozionali in Italia, Francia, Regno Unito, Spagna e Belgio, nell'ambito del programma di collaborazione ETPO. Tale programma prevede, tra l'altro, che gli elaborati realizzati ogni anno da ciascun Ente, secondo schemi comuni, vengono scambiati reciprocamente e pubblicati da ciascun organismo nella propria lingua.

143 nuovi titoli, 5.471 pubblicazioni vendute oltre a 10.000 copie di "Joint-ventures nei paesi dell'Est Europeo" vendute alla SEAT con specifica convenzione.

Insomma l'informazione ha un ruolo sempre più rilevante nella competizione sui mercati internazionali, l'ICE sta cercando di rispondere in maniera sempre più adeguata a tale esigenza.

LE TECNOLOGIE DELL'INFORMAZIONE

Nel corso del 1993 è entrata in funzione la Società Informatica ICE I.T., costituita nel 1992, ed è stato avviato il riordino delle competenze e delle attività al fine di coordinare gli interventi degli Uffici della struttura con quelli della nuova Società.

Si è trattato di affrontare un ripensamento critico dei prodotti tradizionali e delle metodologie di cessione vecchie e nuove, nonché modalità di gestione dei prodotti informatici.

- pubblicizzazione, quindi, del nuovo servizio di rimbalzo fax (più economico per l'ICE), che andrà nel tempo a sostituire il rimbalzo telex;

- maggiore selezione dei prodotti tradizionali, quali: finanziamenti, gare, aggiudicazioni, richieste e offerte merci estere, nonché messa a punto della Guida Paese con particolare riguardo ai Paesi di recente costituzione ed indipendenza.

In particolare:

Guida Paese: si tratta del nuovo elaborato distribuito in via informatica e stampa. Nel corso dell'anno ne sono state redatte e aggiornate 85 su 210 paesi censiti, 50 Guide concernono paesi in cui hanno sede Uffici ICE, 133 Guide sono in formato ridotto con dati FMI e ISTAT aggiornati.

Flash: gli Uffici ICE all'estero e della Sede nel corso dell'anno hanno messo a disposizione dell'utenza tramite il Sistema Informativo Commercio Estero - SICE - una consistente mole di richieste estere di merci e servizi italiani e di offerte: 14.579 di cui 12.872 richieste, 1703 offerte.

Finanziamenti, Gare e Aggiudicazioni: si tratta di 7.454 gare, 218 aggiudicazioni. 506 finanziamenti prodotti e resi disponibili in banca dati. Un terzo delle informazioni immesse nel SICE provengono dal TED (Tender Electronic Daily), che, come è noto, utilizza una codifica diversa da quella ICE, e devono quindi essere, oltre che selezionate, ricodificate.

Notifrut: dalle principali piazze europee, tramite gli Uffici all'estero competenti, pervengono giornalmente le quotazioni dei prodotti ortofrutticoli ed agrumari, nonché quella dei fiori e piante recisi. Il volume complessivo delle informazioni pari a 29.162 viene utilizzato dalla regione Lazio con la quale l'ICE ha instaurato da tempo un rapporto di convenzione.

Statistiche: elaborazioni statistiche in base ai più recenti dati forniti dall'ISTAT sull'interscambio dell'Italia con il resto del mondo sono messe a disposizione della struttura e di vari ministeri, nonché, a pagamento, per soddisfare specifiche richieste dell'utenza.

Per quanto concerne la cessione a pagamento, l'entità del servizio ha registrato e registrerà un ulteriore decremento a causa del fatto che ora l'ISTAT offre direttamente servizi analoghi (o più sofisticati) a prezzi nettamente inferiori.

Offerta Italiana: nuova rubrica nella quale confluiranno i nominativi di ditte produttrici-esportatrici italiane selezionate, alle quali verrà data precedenza e rilievo dagli Uffici ICE all'estero nel rispondere alle richieste degli operatori stranieri di nominativi del settore merceologico in cui le stesse siano presenti. Il nuovo servizio opera con il Sistema Reperio che sarà installato negli Uffici all'estero nel corso del 1994. La nuova rubrica sarà sperimentata a

titolo gratuito presso quindici sedi estere. Nel corso dell'anno sono stati codificati S.A. e N.A.C.E. 2.081 nominativi.

Quantificazione delle informazioni distribuite, distinte per tipologia e per supporto distributivo.

(1993 quantitativi riferiti a notizie distribuite a pagamento e gratuitamente)

Tipologie Informazioni	Rimbalzo Fax/Telex	Telematico	Cartaceo	Sistema Italia settimanale ICE	Totale
Flash	61.479			5.000	66.479
Gare	9.925			2.500	12.425
Notifrut		29.162			29.162
Statistiche ISTAT			845		845
Guida Paese			414		414
Totale	71.404	29.162	1.259	7.500	109.325

Gli utenti a pagamento delle informazioni distribuite nel '93 sono nel complesso 470 di cui 133 hanno usufruito delle informazioni computerizzate (collegamenti telematici, rimbalzo fax/telex e notifrut) e 307 di quelle cartacee.

L'ICE, vale la pena ricordare, partecipa come associato del Forum Telematico Italiano (F.T.I.) e della sua sezione speciale EDIFORUM.

IL PROGRAMMA PROMOZIONALE PUBBLICO

L'attività promozionale dell'I.C.E. nel 1993 è stata diretta - in sintonia con l'obiettivo più generale dell'Ente di favorire il processo di internazionalizzazione dell'economia nazionale nel suo complesso, con particolare attenzione alle PMI, a:

- consolidare la presenza all'estero nei settori di tradizionale specializzazione del nostro modello esportativo attraverso la valorizzazione degli elementi di competitività diversi dal prezzo;
- valorizzare le produzioni a più alto contenuto tecnologico, ivi comprese quelle destinate alla difesa dell'ambiente;
- selezionare i mercati tra quelli che costituiscono i poli di crescita più dinamici, in riferimento alla dimensione della domanda ed alla sua potenzialità di sviluppo;
- esaltare in ogni attività promozionale la valenza qualitativa del Made in Italy come fattore originale di differenziazione del prodotto e di competitività internazionale. La qualità ha rappresentato il denominatore comune dei messaggi propagandistici indirizzati alla comunità commerciale ed ai consumatori;
- armonizzare e coordinare i programmi territoriali regionali con quelli nazionali;
- sviluppare il coinvolgimento finanziario delle imprese rispetto alle risorse pubbliche esistenti, al fine di accrescere la portata degli interventi e misurare il grado di interesse della clientela.

Elemento distintivo del programma 1993 è stato il proseguimento del *Progetto Globale per il Sistema Moda*, progetto di grande respiro inteso ad attirare l'attenzione dei consumatori americani e giapponesi sull'Italia.

La spesa promozionale è stata pari a Lit. 113.716,5 milioni di cui il 93,8 % destinato ad iniziative del programma Mincomes legge 71/76, il 2,8% e 1,6% ad azioni in collaborazione rispettivamente con le Regioni e con il FESR, lo 0,8% ad iniziative del programma Made in Italy legge 41/86, lo 0,7 % ad azioni in cooperazione con il Ministero dell'Industria ed il residuo 0,2 % ad iniziative realizzate in collaborazione con il Ministero Affari Esteri e altri Enti.

Ripartizione Attività Promozionale distinta per committenti*(Valori espressi in Lire)*

COMMITTENTI	SPESO	QUOTA % SU TOT. SPESO
Mincomes (A)	106.590.259.411	93,8
Mincomes "Made in Italy" (B)	912.436.676	0,8
Minindustria (D)	773.033.627	0,7
Privati (P)	113.842.407	0,1
Regioni (R)	3.162.695.950	2,8
Mezzogiorno -FESR (T)	1.894.081.919	1,6
M.A.E. (V)	204.928.216	0,2
Altri enti pubblici (Q)	52.632.240	0,0
Privatistiche (gest. in nome e per conto) (N)	12.681.296	0,0
TOTALE	113.716.591.742	100,0

Rispetto al '92 la spesa promozionale è pressochè invariata.

Per il "Made in Italy" si ricorda che il '93 è stato l'anno di chiusura del progetto "1992: Discovery of Italy". Con la realizzazione della manifestazione "Italian Technology week" - una settimana di simposi, convegni e conferenze per presentare alcune tra le soluzioni tecnologiche e innovative della ricerca e dell'industria italiana - si è concluso il programma di diffusione dell'immagine della produzione italiana finanziato sulla legge 41/86.

PROGRAMMA PROMOZIONALE MINCOMES - LEGGE 71/76

Nella descrizione dettagliata e consuntiva della realizzazione del programma promozionale Mincomes sono incluse anche quelle iniziative (Area Formazione, Area S.A.S., ecc.), finanziate su fondi Mincomes, rientranti in aree di attività diverse da quella della promozione istituzionale (quella merceologica). Restano escluse tutte quelle iniziative finanziate con fondi di provenienza Minindustria, Programma Made in Italy, ecc.

Si precisa che sono state prese in considerazione le spese sostenute nell'anno di riferimento 1993 a valere su fondi promozionali 1993 e precedenti.

Importo speso per sistema o settore merceologico*(Valori espressi in Lire)*

SETTORI MERCEOLOGICI	SPESO	QUOTA % SU TOTALE ATTIVITA'
Agro-alimentare	12.769.513.077	11,98
Casa ufficio	15.796.676.445	14,82
Moda persona tempo libero	32.307.507.627	30,31
Meccanica strumentale	18.685.272.475	17,53
Mecc.cons.elet.chim.ambien	16.052.493.067	15,06
Formazione	2.483.553.044	2,33
Cooperazione	1.812.034.410	1,70
Immagine	255.816.623	0,24
Altri plurisetoriali	6.427.392.642	6,03
TOTALE	106.590.259.411	100,00

La promozione merceologica settoriale (89,7%) ha continuato ad assorbire in termini largamente prevalenti la spesa promozionale, con una quota superiore al 1992 (82,4%).

Questo aumento e la conseguente diminuzione della promozione plurisetoriale è stato provocato dal forte contenimento delle iniziative di immagine (pari al 0,24% contro il 7,1% nel 1992, prevalentemente assorbiti dalle manifestazioni colombiane finanziate su fondi MINCOMES legge 71/76).

In sintonia con gli orientamenti espressi nelle Linee direttrici del Ministero del Commercio con l'Estero per il 1993, nonché con gli obiettivi fissati al momento della programmazione, il comparto della Meccanica (strumentale e di consumo) insieme con i settori Elettronica, Chimica e Ambiente ha assorbito la quota principale della spesa (crescendo ancora rispetto al 1992), seguito dal Sistema Moda Persona Tempo Libero nell'ambito del quale è inserito lo stanziamento straordinario relativo al Progetto Globale Moda, al secondo anno di attività.

Importo speso per aree geoeconomiche.*(Valori espressi in %)*

AREE GEOGRAFICHE	SPESO	QUOTA % SU TOTALE ATTIVITA'
CEE	35.867.622.292	33,65
EFTA + Turchia	2.632.779.407	2,47
Nord America	19.879.083.380	18,65
Pacifico	18.877.134.942	17,71
Europa Orientale	6.192.894.072	5,81
Altri Europa	607.564.479	0,57
OPEC Asia	2.728.710.641	2,56
ASEAN	554.269.349	0,52
NIES	6.853.753.680	6,43
Estremo Oriente	5.372.149.074	5,04
America Latina	1.694.785.125	1,59
Africa Settentrionale	1.438.968.502	1,35
Africa Sud-Orientale	213.180.519	0,2
Paesi Vari Mondo	3.688.022.976	3,46
TOTALE	106.590.259.411	100,00

Considerando la ripartizione geoeconomica del programma promozionale e limitando l'analisi alle Aree che hanno maggiore incidenza percentuale sul totale attività, emergono alcune considerazioni:

- a) in generale, nel clima di grande incertezza dei mercati minori, l'attenzione e gli sforzi promozionali del mondo imprenditoriale si sono concentrati sulle tre Aree trainanti (C.E.E., Nord America, Pacifico) che, da sole, hanno assorbito quasi i 3/4 della spesa promozionale;
- b) la C.E.E., con una quota leggermente superiore al 1992, mantiene la prima posizione, in parte grazie alla sempre più forte quota di cofinanziamento privata che, in linea con le direttive MINCOMES, viene richiesta alle aziende per iniziative realizzate in questa Area;
- c) il Nord America, conquista, sia pure di poco, rispetto all'Area Pacifico, la seconda posizione: anche qui l'analisi della sola quota pubblica vedrebbe accentuato il divario;