



Gli strumenti di **ANIE** per l'internazionalizzazione

Una guida per conoscere
cosa offriamo alla tua azienda
e **come possiamo aiutarti**
a crescere sui mercati esteri





Anche se siete sulla strada giusta,
resterete travolti dagli altri
se vi siederete ad aspettare



Arthur Godfrey

Presentazione

*In un mondo sempre più globalizzato vi è unanime consenso che, per lo sviluppo e la crescita, **internazionalizzare** sia la parola chiave. Taluni vedono in tale scelta un processo evolutivo naturale dell'impresa.*

*Negli ultimi anni l'Area Internazionalizzazione di ANIE ha intensificato le iniziative volte ad accompagnare le aziende italiane all'estero, contribuendo ad ampliare le conoscenze delle imprese sulle opportunità aperte dai mercati internazionali, incrementare le competenze e la strumentazione tecnica a loro disposizione, favorire **casi di internazionalizzazione di successo**.*

*Per una impresa la definizione di una **strategia di ingresso sui mercati esteri** passa attraverso delle **fasi ben distinte**. In una prima fase occorre **conoscere i mercati esteri**, per capire se vi sono opportunità di mercato concrete e se l'impresa medesima possiede le capacità tecnologiche, produttive ed organizzative per vendere su quel mercato. E' indispensabile tenere conto delle specificità dei mercati di riferimento per prevedere, quantificare e confrontare costi e benefici derivanti dall'adattamento.*

*In una fase successiva si definiscono le strategie dell'impresa per esplorare il mercato, per dare avvio ad un primo ingresso o anche per consolidare una posizione di mercato già acquisita in precedenza. La **missione imprenditoriale** o la presenza ad una **manifestazione fieristica** possono rispondere a questi obiettivi.*

*Risulta altresì fondamentale per l'impresa che internazionalizza la **capacità di comunicare** ed esprimere le proprie peculiarità in relazione alla sua offerta e al mercato target di riferimento.*

*Con riferimento alle fasi sopra brevemente descritte, il presente volume si pone come una **guida** di agile consultazione che intende descrivere i principali strumenti offerti da ANIE per supportare una strategia competitiva di ingresso nei mercati esteri.*

*Con questa guida l'**Area Internazionalizzazione di ANIE** intende condividere il proprio bagaglio di esperienze, rispondere alle tante domande poste dalle imprese che guardano con crescente interesse alle iniziative internazionali della Federazione, mettere a fattor comune il know how di un'**attività svolta "per" e "insieme" alle aziende elettrotecniche ed elettroniche italiane in un'ottica vincente di filiera**.*

Sommario

Presentazione	pag. 1
Chi siamo, A chi ci rivolgiamo	pag. 4
La promozione internazionale di ANIE	pag. 6
Conoscere i mercati esteri	pag. 7
La missione imprenditoriale all'estero	pag. 11
La fiera all'estero	pag. 17
Perché è un plus partecipare alle iniziative internazionali di ANIE?	pag. 22
Le attività in Italia	pag. 24
Le opportunità di comunicazione sui mercati esteri	pag. 25
ANIE nel mondo	pag. 26
I nostri canali di comunicazione	pag. 28
I nostri contatti	pag. 29



Chi SIAMO

ANIE rappresenta dal 1945, all'interno del Sistema Confindustria, l'industria italiana delle tecnologie elettrotecniche ed elettroniche.

Con **1.200 imprese socie**, la Federazione riunisce i settori strategici dell'industria italiana, a elevata intensità di Ricerca e Innovazione, che contribuiscono alla crescita del Sistema Paese e al suo successo sui mercati Internazionali.

A chi ci RIVOLGIAMO

ANIE accompagna sui mercati esteri le aziende che operano nei seguenti settori industriali:

ELETTROTECNICA



Produzione energia

Impianti e componenti per la generazione e la conversione dell'energia tradizionale e rinnovabile; Energia solare fotovoltaica; Gruppi elettrogeni.



Trasmissione energia

Apparecchiature industriali di Media Tensione; Quadri elettrici di Media Tensione; Trasformatori di misura; Cabine elettriche MT/BT; Relè; Apparecchiature industriali di Alta Tensione; Costruttori di stazioni elettriche di Alta Tensione; Costruttori di elettrodotti di Alta Tensione; Isolatori e materiali isolanti; Morsetterie; Infrastrutture metalliche per impianti; Trasformatori di media e piccola potenza; Trasformatori di grande potenza; Componenti; Service.



Distribuzione energia

Motori e Generatori di Alta Tensione e Azionamenti; Motori di Bassa Tensione; Motori corrente continua; Motori frazionari; Service & Revamping; Apparecchiature industriali di Interruzione BT; Apparecchiature industriali di Manovra BT; Quadri elettrici di Bassa Tensione; Quadri Bordo Macchina; Condotti Sbarre; Condensatori per reti di energia e per applicazioni industriali; Smart Grid; Sistemi di Accumulo; Apparecchiature per Mobilità Elettrica; Sistemi per l'Efficienza Energetica.



Trasporti ferroviari ed elettrificati

Locomotive Elettriche e Diesel; Elettrotreni; Carrozze; Carri; Tram; Metropolitane; Apparecchiature e sistemi di segnalamento; Sistemi di Automazione e Tlc; Impianti di elettrificazione e di alimentazione.



Ascensori e Scale mobili

Progettazione, costruzione di impianti e/o di componenti, installazione, manutenzione di Ascensori, Montacarichi, Scale e Marciapiedi mobili, Montascale e Piattaforme elevatrici.



Illuminazione

Apparecchi di Illuminazione; Componenti per Illuminazione e sistemi di Illuminazione; Sorgenti luminose e LED.



Cavi

Cavi energia per Bassa Tensione; Cavi energia per Media Tensione; Cavi energia per Alta Tensione; Accessori per Cavi energia per Bassa Tensione; Accessori per Cavi energia per Media Tensione; Cavi per Comunicazione; Conduttori per Avvolgimenti Elettrici.



Componenti e Sistemi per impianti

Componenti per l'installazione; Apparecchi di protezione; Canalizzazioni; Citofonia, Videocitofonia e TV.CC.; Ventilazione forzata; Rivelatori



di gas; Domotica ed Automazione di Edificio; SPD-Limitatori di Sovratensione; Strumenti di misura elettrici ed elettronici; Batterie avviamento; Batterie industriali; Pile; Misuratori elettronici statici di gas.



Apparecchi domestici e professionali

Grandi elettrodomestici (freddo, lavaggio, cottura); Piccoli elettrodomestici; Climatizzazione e pompe di calore; Scaldacqua elettrici; Camini; Componenti; Caminetti, Stufe a legna e pellet; Cappe; Apparecchiature professionali (cottura, lavaggio, refrigerazione, preparazione dinamica e statica e distribuzione alimenti).

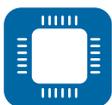
RFid, Sistemi di Visione, Wireless Industriale, Networking Industriale); Telecontrollo automazione e supervisione delle reti; Telematica applicata a traffico e trasporti; Gruppi di Continuità (UPS); Meccatronica; Strumentazione industriale di misura in campo; Strumentazione industriale di controllo in campo; Analizzatori di gas e liquidi; Sistemi di controllo di processo.



Sicurezza e Automazione edifici

Sistemi di sicurezza elettronici (antintrusione, antifurto, controllo accessi, televisione a circuito chiuso); Sistemi antincendio; Sistemi di evacuazione audio; Sistemi di automazione degli edifici; Servizi di sicurezza e gestione edifici.

ELETTRONICA



Componenti elettronici

Semiconduttori discreti; Circuiti integrati; Circuiti ibridi; Circuiti stampati; Condensatori; Resistori; Induttori; Connettori; Relè elettronici in miniatura; Strumentazione industriale.



Automazione industriale manifatturiera e di processo

Azionamenti elettrici; Motori Brushless; Gruppi di continuità; Interfacce uomo/macchina e software; Controllori a logica programmabile (PLC) e I/O (ingresso/uscita) distribuiti; Componenti e tecnologie per la misura e il controllo (Encoder,

SISTEMI DI TRASMISSIONE MOVIMENTO E POTENZA



Sistemi di trasmissione movimento e potenza

Ingranaggi; Trasmissioni meccaniche; Elementi di Trasmissione; Cuscinetti; Sistemi lineari.



La PROMOZIONE INTERNAZIONALE di ANIE

Le **linee guida** della promozione internazionale di ANIE sono definite dal **Comitato Internazionalizzazione** e implementate operativamente dall'Area Internazionalizzazione della Federazione.

La realizzazione delle singole iniziative - declinate in missioni imprenditoriali, partecipazioni fieristiche in forma collettiva, workshop internazionali - si sviluppa in collaborazione con **le principali Istituzioni italiane** competenti sui temi dell'internazionalizzazione delle imprese (Ministero dello Sviluppo Economico, Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ICE-Agenzia, Camere di Commercio) e con gli interlocutori esteri dei Paesi target delle attività (Istituzioni, Enti, Associazioni di Categoria, Camere di Commercio).

Annualmente, nel mese di dicembre, l'Area Internazionalizzazione di ANIE pubblica il **Programma delle attività internazionali** per l'anno successivo.

Il programma origina da un **sondaggio somministrato alle aziende socie**, da cui vengono individuati i **Paesi di maggiore interesse** e le **modalità di azione** sugli stessi, ovvero viene definito se è preferibile organizzare una missione imprenditoriale oppure una fiera. Con riferimento alle manifestazioni fieristiche, le segnalazioni espresse direttamente dalle imprese, l'importanza della manifestazione, il suo livello di specializzazione e il bacino di affluenza - inteso come numero e tipologia di espositori e visitatori - sono i criteri alla base della definizione del **programma annuale di ANIE per le partecipazioni fieristiche all'estero**.



Il Programma delle attività internazionali di ANIE presenta margini di flessibilità: se nel corso dell'anno emergono opportunità per ulteriori azioni promozionali l'Area Internazionalizzazione si attiva prontamente per integrare nel programma medesimo le nuove iniziative. Per gli **aggiornamenti sulle attività** si può fare riferimento alle informazioni disponibili sul sito **anie.it** oppure contattare l'Area Internazionalizzazione di ANIE.



... CONOSCERE I MERCATI ESTERI

Una delle prime domande che più frequentemente si pongono le imprese nell'intraprendere un percorso di internazionalizzazione è "**dove andare?**". Ovvero in quale Paese o in quale area **focalizzare l'impegno e le risorse** - in termini di tempo e denaro - per cogliere opportunità di crescita.

Solo un'adeguata conoscenza del mercato può consentire di **evitare errori nell'impostazione delle strategie** e di cogliere opportunità nelle economie a più elevato potenziale.

La scelta del Paese avviene sulla base di diverse motivazioni:

- 👁️ la conoscenza dei **mercati potenzialmente più promettenti** nel settore di attività
- 👁️ la **vicinanza** geografica o culturale della nazione
- 👁️ la **presenza** di determinate **condizioni** competitive di contesto

Per districarsi nell'analisi dei mercati esteri il primo passo è, in generale, quello di guardare agli **indicatori macroeconomici** che permettono di misurare l'attrattività di un Paese.

Il passo successivo è quello di guardare alle **caratteristiche più specifiche del mercato estero**, con particolare riferimento all'ambiente competitivo che abbraccia ambiti come l'ordinamento amministrativo, la disciplina doganale e fiscale, il mercato del lavoro.

E' poi importante inquadrare l'analisi Paese focalizzandola sulla specifica attività d'impresa, guardando alle opportunità offerte nei **principali mercati di riferimento settoriali**. In questo caso, per completare il quadro informativo e calarlo nella realtà aziendale, è anche importante reperire informazioni sulle relazioni commerciali fra l'Italia e il Paese analizzato (interscambio commerciale, se disponibile, nel dettaglio merceologico di interesse dell'impresa).

In tema di internazionalizzazione il **Servizio Studi Economici di ANIE** mette a disposizione delle aziende alcuni strumenti di analisi preliminare utili a inquadrare meglio il mercato verso cui si vogliono orientare le attività all'estero.

Gli **STRUMENTI** di **ANALISI ECONOMICA** per i mercati esteri messi a disposizione da ANIE

Il **Servizio Studi Economici di ANIE** offre alle aziende del settore alcuni strumenti conoscitivi per supportarle nella conoscenza dei mercati esteri.

I documenti sono accessibili nella sezione riservata del sito anie.it

INQUADRARE IL MERCATO: Quadro Macroeconomico Paese

ANIE rende disponibile con aggiornamento semestrale uno **strumento di monitoraggio dei mercati esteri di immediata consultazione**. Per oltre **100 Paesi** sono raccolti da banche dati ufficiali internazionali i **principali indicatori macroeconomici** in serie storica e di scenario previsionale.

**I PRINCIPALI INDICATORI
MACROECONOMICI
CONTENUTI NEL QUADRO
MACROECONOMICO PAESE**



CONOSCERE IL MERCATO: Scheda Paese

Per conoscere in modo più approfondito un Paese, uno strumento generalmente impiegato è la **Scheda Paese**, un documento di facile consultazione che presenta un approfondimento sia su tematiche di carattere generale sia su elementi di più diretto interesse per l'attività di impresa.

LA COLLANA SCHEDE PAESE DI ANIE: UNO SGUARDO MIRATO ALLE OPPORTUNITÀ DI MERCATO PER LE AZIENDE ELETTROTECNICHE ED ELETTRONICHE

La collana "Scheda Paese" di ANIE fornisce **un'analisi puntuale e dettagliata** della situazione di mercato e delle opportunità di crescita offerte da un singolo Paese, con uno sguardo focalizzato sui principali **mercati di riferimento dei settori ANIE**.

All'interno di ogni singola scheda viene data particolare evidenza alle opportunità che il Paese offre nei **mercati delle infrastrutture** (Energia, Industria, Trasporti e Costruzioni) a cui si rivolgono le tecnologie elettrotecniche ed elettroniche.

Ogni singola scheda contiene un approfondimento statistico dei **dati di interscambio commerciale** nel dettaglio merceologico delle tecnologie ANIE.

L'analisi si arricchisce con alcuni approfondimenti su **tematiche normative, societarie e fiscali**.

NELLA SCHEDA PAESE DI ANIE TROVI:

Caratteristiche del Paese di riferimento

Suddivisione amministrativa e ordinamento dello Stato

Indicatori macroeconomici

Partner commerciali

Interscambio commerciale Italia - Paese di riferimento

Interscambio commerciale Italia - Paese di riferimento con focus su Elettrotecnica ed Elettronica

Opportunità Paese:

Trasporti Ferroviari, Energia elettrica, Costruzioni

Investimenti diretti esteri (IDE)

Mercato del lavoro

Disciplina societaria nel Paese di riferimento

Fiscalità

Tutela proprietà intellettuale

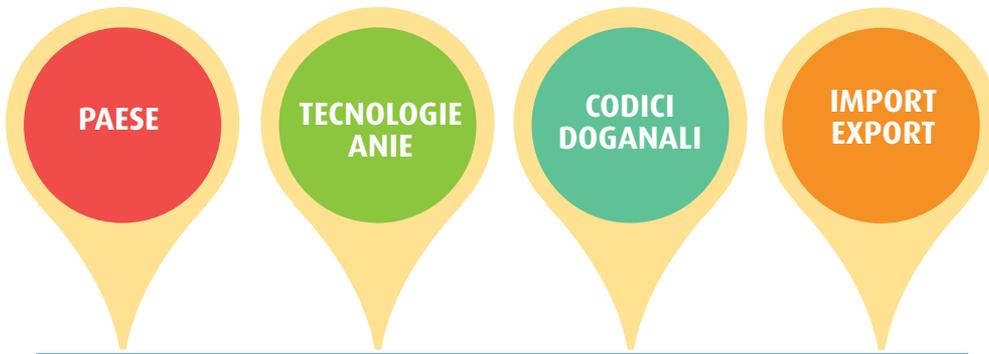
Disciplina doganale

Rischio Paese (fonte SACE)

Indirizzi utili

LE TECNOLOGIE ANIE NEL MONDO: Analisi di dettaglio dell'Interscambio commerciale

ANIE realizza per le imprese che ne fanno richiesta un'analisi mirata dei **dati di commercio estero** da banche dati ufficiali riferiti ad una specifica area geografica o singolo Paese. L'analisi si riferisce in dettaglio alle singole merceologie dell'industria Elettrotecnica ed Elettronica (per codice doganale di riferimento) e copre una serie storica pluriennale.



SCENARI TEMATICI: Collana Focus economico

Per internazionalizzare efficacemente è di grande importanza capire quale direzione prende l'economia globale, analizzando puntualmente la congiuntura economica per cercare di coglierne le implicazioni nelle opportunità di un Paese e nei rapporti commerciali tra Paesi. Il **Focus economico di ANIE** è una nota di approfondimento pubblicata periodicamente che focalizza lo sguardo sulle principali dinamiche economiche - nazionali ed internazionali - ritenute di interesse per il settore. Il Focus economico è disponibile in lingua italiana e inglese.

La MISSIONE IMPRENDITORIALE ALL'ESTERO



Perchè partecipare a una **MISSIONE IMPRENDITORIALE ALL'ESTERO**

La missione imprenditoriale è un importante strumento di approccio ai mercati esteri, sia per quelle aziende che guardano per la prima volta ad uno specifico mercato, sia per quelle che già sono presenti nel Paese e che desiderano ampliare o consolidare il proprio business. Dagli incontri con i potenziali partner esteri - siano essi direttamente i clienti finali oppure figure intermedie quali distributori, agenti, importatori, ecc. - è possibile approfondire la conoscenza del mercato e dare avvio a proficue collaborazioni commerciali, tecnologiche e industriali.

La missione imprenditoriale organizzata da **ANIE** si declina secondo precisi obiettivi:

PROMOZIONE EFFICACE

Nelle settimane precedenti la data di svolgimento, le missioni imprenditoriali sono "annunciate" nel Paese attraverso una capillare attività promozionale. ANIE, che dispone di un **punto di riferimento nel Paese** di destinazione della missione, raccoglie i profili delle imprese partecipanti e tutte le informazioni di dettaglio necessarie per l'attività di promozione. Focalizzare la comunicazione sulla presentazione di una **"delegazione di imprese italiane"**, e non della singola impresa, è l'elemento chiave dell'azione promozionale, che la rende più efficace e di maggiore impatto sulle controparti estere di interesse (istituzionali e imprenditoriali).

APPUNTAMENTI PERSONALIZZATI

Le missioni imprenditoriali di ANIE **non** hanno carattere di multisetorialità e sono esclusivamente orientate alle esigenze delle imprese elettrotecniche ed elettroniche. L'azione promozionale sul mercato estero ha come destinatari gli interlocutori che presentano un profilo compatibile con i desiderata delle aziende italiane presenti nella delegazione. Il profilo del **"partner ideale"** - di carattere commerciale, tecnologico o industriale - viene richiesto e descritto dettagliatamente da ciascuna azienda italiana nella compilazione del **company profile form** in fase di iscrizione all'iniziativa.

MASSIMIZZAZIONE DEI RISULTATI A COSTI E TEMPI CONTENUTI

La partecipazione ad una missione consente di ottimizzare i risultati a fronte di un contenuto investimento economico e di tempo dedicato. Nel corso delle 2-3 giornate di missione, il rappresentante aziendale ha la possibilità di accedere a **informazioni dettagliate sul mercato estero** - in occasione del seminario introduttivo a cui sono invitati esperti del settore - e nei giorni successivi di incontrare un **congruo numero di operatori locali potenziali partner**, selezionati sulla base del profilo indicato dall'azienda italiana all'atto di adesione all'iniziativa. Alcune delle missioni imprenditoriali di ANIE beneficiano di **contributi pubblici all'internazionalizzazione** che consentono di abbattere ulteriormente la quota di partecipazione a carico dell'azienda partecipante.

Tipologie di MISSIONE IMPRENDITORIALE ALL'ESTERO

La missione imprenditoriale all'estero proposta da ANIE si sviluppa secondo le seguenti tipologie:

INCONTRI
D'AFFARI

Focus dell'iniziativa è **la finalità commerciale della missione**, vale a dire gli incontri bilaterali tra le imprese italiane e le controparti estere selezionate. Gli **incontri**, ove consentito dall'organizzazione logistica, si svolgono nell'arco di **2-3 giornate** direttamente presso le sedi degli operatori esteri coinvolti, oppure in location adeguatamente attrezzate per questa tipologia di eventi.

TECHNOLOGY
DAYS

Scopo prioritario di queste iniziative è **l'esplorazione delle opportunità offerte dal Paese**, al fine di individuare ambiti di collaborazione commerciale, industriale e tecnologico-scientifica con gli operatori esteri. I Technology Days offrono un primo approccio conoscitivo al mercato estero attraverso un **seminario informativo** organizzato in apertura e seguito da sessioni di incontri B2B con le controparti estere selezionate. Solitamente gli **incontri B2B** si svolgono presso una sala comune e nell'arco di **una giornata**. Ove possibile, anche per questa tipologia di missione si può prevedere di dedicare **una giornata ulteriore** ad incontri da effettuare direttamente presso le sedi degli operatori locali.

MISSIONI
ISTITUZIONALI

Questo tipo di iniziative, solitamente organizzate direttamente da **Confindustria e ICE-Agenzia**, in collaborazione con il Ministero dello Sviluppo Economico e il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, prevedono un **Forum istituzionale di apertura** alla presenza di una rappresentanza istituzionale – italiana ed estera – di alto profilo. Al Forum seguono poi, nell'arco di **una giornata**, sessioni di incontri B2B tra le imprese italiane e le controparti locali, organizzati in una sala comune. In alcuni casi la giornata successiva è dedicata alla **visita di siti aziendali o di cantieri infrastrutturali** di particolare interesse per i settori industriali coinvolti nella missione.



Le missioni imprenditoriali possono essere di interesse **trasversale**, ovvero aperte a tutti i comparti dell'Elettrotecnica e dell'Elettronica rappresentati da ANIE, oppure di interesse **verticale**, ovvero **specificamente** rivolte a particolari segmenti merceologici di prevalente interesse su determinati mercati. Le missioni imprenditoriali sviluppate nella forma di incontri d'affari e Technology Days sono aperte ad un limitato numero di aziende partecipanti (una decina circa), al fine di curare nella maniera più efficace gli incontri bilaterali stante il carattere prevalentemente commerciale della missione. Le missioni istituzionali sono invece aperte ad una partecipazione imprenditoriale più ampia.



In **MISSIONE** con ANIE, PASSO dopo PASSO

L'Area Internazionalizzazione di ANIE supporta le imprese italiane lungo l'intero periodo di organizzazione e svolgimento della missione imprenditoriale, dalla compilazione della documentazione iniziale all'assistenza in loco.

GLI STEP ORGANIZZATIVI DI UNA MISSIONE IMPRENDITORIALE SONO I SEGUENTI:

1 SCELTA DEL PARTNER ORGANIZZATIVO
Il partner, che dispone di un punto operativo nel Paese, è il riferimento di ANIE per l'organizzazione della missione imprenditoriale. In sinergia con lo Staff dell'Area Internazionalizzazione di ANIE, avvia la promozione della delegazione italiana presso i potenziali partner esteri e individua le controparti locali in linea con le richieste espresse dalle aziende italiane partecipanti all'interno della apposita modulistica di iscrizione alla missione (il company profile form).

2 DIFFUSIONE DELLA CIRCOLARE PROMOZIONALE PER L'ADESIONE ALLA MISSIONE
L'Area Internazionalizzazione di ANIE trasmette alle aziende del settore la circolare promozionale dell'iniziativa, che riporta le informazioni preliminari sulla missione, evidenziando le opportunità offerte dal Paese target e i comparti industriali dell'Elettrotecnica e dell'Elettronica a cui si rivolge l'iniziativa.

3 RACCOLTA DELLE SCHEDE DI ADESIONE E DEI COMPANY PROFILE FORM
La raccolta di adesioni si chiude circa 20 giorni dopo la diffusione della circolare promozionale.

Alle aziende interessate è richiesta la compilazione di due documenti:

👁 **La scheda di adesione**
che contiene i dati anagrafici dell'azienda partecipante e il dettaglio dei servizi offerti da ANIE nel corso della missione;

👁 **Il company profile form**
che raccoglie informazioni di dettaglio sul profilo aziendale e sui desiderata dell'azienda partecipante.
Il company profile form è uno strumento fondamentale per comprendere nel dettaglio le esigenze e le aspettative che ciascuna azienda ha nei confronti della missione.
E' importante quindi che il company profile form sia compilato attentamente, senza tralasciare nessuna richiesta: qualsiasi informazione può rivelarsi preziosa ai fini della successiva azione di ricerca di interlocutori esteri condotta dai trade analyst che collaborano con ANIE nell'organizzazione dell'iniziativa.



Visita la sezione iniziative di anie.it per consultare i resoconti delle missioni imprenditoriali e le nuove attività in programma

4 ANALISI DI PREFATTIBILITÀ

L'Area Internazionalizzazione di ANIE, in sinergia con il partner organizzativo locale, avvia un'analisi preliminare per sondare le effettive opportunità di business per ciascuna azienda italiana e la possibilità di organizzare gli incontri bilaterali con gli operatori locali. Questa fase occupa un arco di 15 giorni circa.

In caso di esito positivo,

la richiesta di partecipazione viene approvata e prende avvio l'organizzazione degli incontri d'affari.

In caso di esito negativo,

ovvero qualora l'analisi di prefattibilità abbia mostrato particolari criticità, l'azienda italiana viene prontamente informata dall'Area Internazionalizzazione di ANIE. Si tratta, ad esempio, di casi in cui emerge la presenza di concorrenti particolarmente agguerriti nel Paese, oppure più genericamente venga rilevata una scarsa ricettività del mercato alle tecnologie offerte dall'azienda.

In questo caso all'azienda italiana è suggerito di rinunciare alla partecipazione alla missione, per evitare di sostenere costi su azioni ritenute inefficaci.

5 SELEZIONE DELLE CONTROPARTI LOCALI

Per le aziende che superano positivamente la fase promozionale sul mercato estero, riscontrando quindi un esito positivo sull'analisi di prefattibilità, il partner organizzativo locale, coordinato dall'Area Internazionalizzazione di ANIE, procede con la selezione delle controparti estere più adeguate, che corrispondono cioè ai profili espressi dall'azienda italiana nel company profile. Una volta verificato l'interesse e la disponibilità dell'operatore locale ad incontrare l'azienda italiana, viene fissato l'appuntamento che si svolgerà durante le giornate di missione, sotto forma di B2B o di visita aziendale a seconda delle possibilità logistiche.

6 ORGANIZZAZIONE LOGISTICA

L'Area Internazionalizzazione di ANIE offre supporto alle imprese italiane della delegazione anche dal punto di vista logistico. Al ricevimento delle prime conferme di appuntamento, lo Staff di ANIE predispone un pacchetto logistico che viene proposto ai partecipanti ai fini di agevolare l'organizzazione della propria trasferta. Il pacchetto logistico include:

- 👁️ La **prenotazione alberghiera**, presso strutture collocate in posizione funzionale allo svolgimento degli incontri d'affari
- 👁️ La prenotazione del **biglietto aereo**
- 👁️ Il servizio di **transfer** collettivo per i principali spostamenti di gruppo, comuni per tutti i delegati
- 👁️ Il **visto d'ingresso** nel Paese, qualora richiesto



7 AGENDA PRELIMINARE DEGLI INCONTRI E PROGRAMMA FINALE DELLA MISSIONE

Circa 5 giorni prima della partenza, alle aziende italiane viene consegnata un'agenda preliminare degli incontri bilaterali e il programma completo di svolgimento della missione, insieme ad ulteriori informazioni preparatorie all'iniziativa.

La versione finale dell'agenda di appuntamenti, completa di orari e riferimenti, viene consegnata direttamente in loco, all'arrivo della delegazione nel Paese.

Di frequente, le agende di appuntamenti possono essere ripianificate in considerazione di esplicite richieste pervenute dalle controparti locali, di ulteriori richieste di appuntamento, di eventuali cancellazioni di incontri.

Nel caso di missioni istituzionali, dato il numero più elevato di aziende partecipanti, l'agenda degli appuntamenti bilaterali è solitamente consegnata direttamente all'arrivo nel Paese.

*Un ulteriore importante momento della missione è costituito dalla **cena di networking** che ANIE organizza per la delegazione italiana e alla quale sono invitate selezionate personalità locali di interesse per il business*



8 LA MISSIONE IMPRENDITORIALE: SEMINARIO INTRODUTTIVO E INCONTRI BILATERALI

La missione vera e propria si apre solitamente con un seminario introduttivo, che offre alla delegazione di imprese italiane una panoramica sul Paese. Lo scopo del seminario è quello di fornire informazioni riguardo ai principali aspetti economici, legali, finanziari e doganali del Paese. A conclusione del seminario, e per i giorni successivi di svolgimento della missione (in media 2-3 giornate), hanno luogo gli incontri bilaterali con gli operatori locali. A seconda della tipologia di missione e delle possibilità logistiche, gli incontri si svolgono in una sala attrezzata oppure con visite aziendali. Nel secondo caso, ciascuna azienda italiana ha a disposizione un'auto con autista e un interprete (qualora necessario) per tutta la durata degli appuntamenti.

La **FIERA** ALL'ESTERO



Perchè **PARTECIPARE** **AD UNA FIERA ALL'ESTERO**

Partecipare alle più importanti fiere estere di settore significa avere l'opportunità di presenziare ad una vetrina internazionale, incontrando in pochi giorni un ampio numero di operatori provenienti non solo dal Paese in cui la manifestazione si svolge, ma anche dalle aree limitrofe.

L'Area Internazionalizzazione di ANIE interviene a supporto delle imprese elettrotecniche ed elettroniche italiane al fine di ottimizzare il rapporto costi-benefici correlati ad una partecipazione fieristica che, come noto, comporta un significativo impegno - economico e di tempo dedicato - per l'azienda espositrice.

La partecipazione ad una fiera deve essere valutata con attenzione e, in quest'ottica, ANIE guida le imprese sia nella scelta iniziale delle manifestazioni di maggior rilievo per il settore, sia lungo l'intero percorso organizzativo della fiera.

Le fiere rispondono con successo a precisi obiettivi di **comunicazione e relazioni con il mercato target:**

EFFICACIA COMUNICATIVA

Il valore aggiunto di una partecipazione fieristica risiede principalmente nell'efficacia comunicativa, rendendo possibile l'interazione con i clienti effettivi e potenziali nella fase in cui sono attivamente impegnati nella ricerca di informazioni per l'acquisto. Presentare un prodotto in fiera può essere un test importante, particolarmente poi se si tratta di una prima uscita, quindi se si desidera avere un primo responso da parte della clientela e dagli altri osservatori che, a vario titolo, visitano lo stand.

NON SOLO CLIENTI

Partecipare ad una fiera internazionale significa avere un'occasione privilegiata per mettere in mostra la propria offerta ad un'ampia platea di visitatori. La fiera costituisce un privilegiato punto di incontro per gli operatori del settore e nel corso del suo svolgimento l'azienda partecipante può entrare in contatto non solo con gli operatori direttamente interessati alla sua offerta (clienti, agenti, distributori, ecc.), ma anche con gli altri espositori, avendo altresì la possibilità di osservare le modalità di azione dei concorrenti su mercato.



Tipologie di PARTECIPAZIONE FIERISTICA

ANIE offre alle imprese italiane del settore la possibilità di essere presenti alle principali manifestazioni fieristiche estere attraverso 3 tipologie di partecipazione:

PARTECIPAZIONE COLLETTIVA

L'Area Internazionalizzazione di ANIE organizza la partecipazione delle imprese italiane nell'ambito di un Padiglione Italia collocato in posizione centrale e ben visibile nel sito espositivo. L'area espositiva viene opzionata da ANIE e suddivisa, in base alle richieste delle imprese, in singoli stand aziendali, ai quali si affianca un corner istituzionale dove lo Staff di ANIE offre agli espositori supporto e assistenza durante le giornate di svolgimento della manifestazione. Il Padiglione Italia si caratterizza per la grafica coordinata e comune a tutti gli spazi espositivi, che lascia ampio margine di personalizzazione all'interno dei singoli stand aziendali, purché non venga meno l'immagine di italianità che contraddistingue l'intera collettiva italiana.

PARTECIPAZIONE ATTRAVERSO B2B POINT O CATALOGOTECA

Senza rinunciare ad essere presente in fiera, l'azienda che non desidera investire in un intero stand personalizzato può usufruire di punti espositivi di dimensioni più ridotte:

I B2B Point costituiscono un punto di appoggio dove accogliere i visitatori e i propri ospiti all'interno di un'area comune suddivisa in singole postazioni, personalizzabili tramite l'utilizzo di poster e loghi aziendali e allestite con una fornitura di arredo base (tavolo, sedie, portacataloghi).

La catalogoteca consente all'azienda che decide di non essere fisicamente presente alla manifestazione di esporre i propri cataloghi nell'ambito di uno spazio istituzionale gestito e presidiato dallo Staff dell'Area Internazionalizzazione di ANIE. Le manifestazioni di interesse e le richieste di contatto pervenute nel corso della fiera vengono raccolte dallo Staff di ANIE e trasmessi al termine della fiera.

SUPPORTO ALLA PARTECIPAZIONE INDIVIDUALE

Laddove non sia possibile coinvolgere un elevato numero di imprese all'interno della collettiva italiana, ANIE garantisce comunque supporto e assistenza alle aziende che intendono partecipare individualmente alle manifestazioni fieristiche inserite nel Programma Promozionale annuale delle attività internazionali della Federazione. Lo Staff dell'Area Internazionalizzazione di ANIE può agevolare l'organizzazione della partecipazione fieristica aziendale attivandosi quale soggetto intermediario con gli enti fieristici, consigliando i fornitori preposti all'allestimento dello stand, seguendo le fasi di iscrizione e di compilazione della modulistica richiesta.

Il supporto di ANIE alla partecipazione fieristica individuale può avere luogo anche su diretta richiesta delle aziende con riferimento a iniziative non incluse nel programma promozionale annuale.



Le manifestazioni fieristiche proposte da ANIE possono essere di interesse **trasversale**, ovvero coinvolgere tutti i comparti dell'Elettrotecnica e dell'Elettronica, oppure di interesse **verticale**, ovvero **specificatamente** rivolte a particolari segmenti merceologici.

In FIERA con ANIE, PASSO dopo PASSO

Partecipare ad una fiera estera con ANIE significa **ricevere un costante supporto**, dalle fasi organizzative iniziali all'assistenza durante i giorni di manifestazione.



GLI STEP ORGANIZZATIVI DI UNA PARTECIPAZIONE FIERISTICA CON ANIE SONO:

- 1 SCELTA DEI FORNITORI**
Lo Staff dell'Area Internazionalizzazione di ANIE opziona presso l'Ente organizzatore della fiera un'area dedicata alla collettiva italiana e seleziona i fornitori migliori che si occuperanno dei servizi legati ad ogni aspetto della manifestazione: allestimento degli spazi espositivi, realizzazione della grafica coordinata, interpreti a supporto delle imprese italiane e servizio catering (ove previsto).
- 2 DIFFUSIONE DELLA CIRCOLARE PROMOZIONALE PER L'ADESIONE ALLA COLLETTIVA ITALIANA**
L'Area Internazionalizzazione di ANIE trasmette alle aziende del settore la circolare promozionale dell'iniziativa, che contiene la modulistica per l'adesione e riporta informazioni preliminari sulla fiera evidenziando le opportunità offerte dal Paese target e i comparti industriali dell'Elettrotecnica e dell'Elettronica a cui si rivolge la manifestazione.
- 3 RACCOLTA DELLE SCHEDE DI ADESIONE**
La raccolta delle adesioni, a seconda delle tempistiche indicate dall'Ente organizzatore della fiera, ha durata variabile, dai 20 giorni in alcuni casi, a oltre un mese in altri. Alle aziende interessate è richiesta la compilazione di una scheda di adesione, contenente i dati anagrafici, le specifiche sul settore di appartenenza e il dettaglio dello spazio espositivo richiesto (metratura e tipologia di esposizione dello stand, con presenza o meno di lati liberi).
- 4 ASSEGNAZIONE DEGLI SPAZI ESPOSITIVI**
Sulla base delle adesioni pervenute e delle metrature richieste, l'Area Internazionalizzazione di ANIE suddivide e assegna a ciascuna azienda gli spazi espositivi, seguendo l'ordine di arrivo delle schede di adesione e del contestuale pagamento della quota di partecipazione.
- 5 INSERIMENTO NEL CATALOGO UFFICIALE DELLA FIERA E RICHIESTA BADGE**
ANIE offre assistenza alle aziende nelle fasi di formalizzazione della partecipazione alla manifestazione, supportandole nella compilazione dei formulari obbligatori, incluso l'inserimento nel catalogo ufficiale della fiera e la gestione delle richieste dei pass per gli espositori.
- 6 REALIZZAZIONE DELLA BROCHURE PROMOZIONALE DELLA COLLETTIVA ITALIANA**
Lo Staff dell'Area Internazionalizzazione di ANIE raccoglie da ciascuna azienda espositrice il materiale per realizzare il catalogo promozionale della collettiva italiana. All'interno della brochure, strumento di comunicazione che si aggiunge al catalogo ufficiale della fiera, viene dedicata una pagina descrittiva ad ogni impresa aderente alla collettiva italiana. La promozione della collettiva italiana avviene in modo diffuso, tramite la distribuzione della brochure sia in formato elettronico, prima dell'inizio della fiera, sia in versione cartacea durante i giorni di svolgimento della manifestazione presso il punto istituzionale ANIE.



Visita la sezione iniziative di anie.it
per consultare i resoconti delle partecipazioni fieristiche e le nuove attività in programma

7 ALLESTIMENTO DELLA FIERA

ANIE coordina le fasi di allestimento del Padiglione Italia e supporta le fasi di progettazione e di realizzazione dei singoli stand aziendali. Alle aziende si richiede la presenza in fiera il giorno precedente l'inizio della manifestazione, oppure direttamente il giorno di inizio della fiera prima dell'apertura ufficiale ai visitatori, per finalizzare insieme allo Staff ANIE l'allestimento e la personalizzazione dello stand aziendale (attraverso l'esposizione di poster, prodotti, cataloghi, ecc.)

8 SVOLGIMENTO DELLA FIERA

Per tutte le giornate di svolgimento della manifestazione fieristica lo Staff dell'Area Internazionalizzazione di ANIE è a disposizione delle aziende italiane presso il punto istituzionale dedicato nel Padiglione Italia. In quest'area gli espositori dispongono di una serie di servizi condivisi con le altre aziende della collettiva quali, ad esempio, un punto ristoro (se consentito dal regolamento della fiera), un servizio di interpretariato, una postazione fissa con pc e fotocopiatrice/fax. Ove previsto dall'Ente fieristico, a tutti gli espositori è offerta una connessione Wi-Fi durante l'intera durata della manifestazione.

9 REPORT FINALE E PHOTOBOK

Al termine della manifestazione fieristica, ANIE trasmette alle aziende espositrici eventuali contatti di operatori esteri raccolti presso il punto istituzionale. Viene inoltre inviato un photobook con le foto scattate presso gli stand della collettiva italiana.

PERCHÉ è un PLUS partecipare alle iniziative internazionali di ANIE?



CONTENIMENTO DEI COSTI

ANIE propone un'offerta di servizi che prevedono per le aziende un impegno economico contenuto. L'abbattimento dei costi è particolarmente evidente nel caso di partecipazione fieristica in forma collettiva, dove la condivisione con le altre aziende espositrici del progetto d'allestimento e dei servizi (pulizia giornaliera dello stand, allacci elettrici e consumi energetici, aree di ristoro ove previste, servizi di interpretariato, ecc.) consente alle imprese di partecipare ad una vetrina internazionale con un investimento economico ridotto nel confronto con la partecipazione singola.

Più in generale, sia per le missioni imprenditoriali sia per le collettive nelle fiere, ANIE collabora con ICE-Agenzia per alcune iniziative che possono beneficiare di condizioni economiche agevolate nella partecipazione, grazie ai fondi pubblici per l'internazionalizzazione messi a disposizione dal Ministero dello Sviluppo Economico.



RIDUZIONE DEGLI IMPEGNI DIRETTI DEL PERSONALE AZIENDALE

Il costante supporto da parte dello Staff dell'Area Internazionalizzazione di ANIE, sia nelle fasi organizzative preliminari sia in loco durante i giorni di svolgimento dell'iniziativa, consente di ridurre l'impegno dedicato all'iniziativa da parte del personale aziendale. Pur restando strettamente in contatto con i referenti aziendali incaricati, lo Staff dell'Area Internazionalizzazione di ANIE offre supporto prima e durante le iniziative per qualsiasi servizio richiesto: dalla progettazione degli allestimenti durante le manifestazioni fieristiche ai contatti con gli operatori locali e all'agendamento degli incontri durante le missioni imprenditoriali.





SUPPORTO ALLA PROMOZIONE E ALLA VISIBILITÀ AZIENDALE

Attraverso appositi strumenti realizzati ad hoc per le imprese partecipanti (cataloghi, brochure, inserzioni pubblicitarie, ecc.) ANIE favorisce e agevola la promozione delle aziende italiane sugli operatori target dell'iniziativa internazionale. Agli strumenti di promozione dedicati si affianca anche l'attività di comunicazione sui media nazionali ed esteri svolta con la collaborazione dell'Ufficio Stampa di ANIE. Nelle manifestazioni fieristiche l'area espositiva riservata alla collettiva italiana occupa una posizione centrale nei padiglioni, con una qualità degli allestimenti decisamente superiore rispetto ad uno stand preallestito, a garanzia di una immagine di qualità per il Made in Italy delle tecnologie.



LA FORZA DI UNA DELEGAZIONE ITALIANA

Oggi internazionalizzare non coincide necessariamente con esportare, le modalità operative per presidiare i mercati esteri sono molteplici e richiedono azioni di scouting efficaci e mirate. Essere parte di una delegazione imprenditoriale o di una collettiva di aziende durante una iniziativa promozionale all'estero significa essere parte di un Sistema Paese. Partecipare ad una missione imprenditoriale o ad una fiera non come singola impresa ma insieme ad altre aziende italiane in modalità coordinata permette di beneficiare dell'immagine forte e unitaria del nostro Paese, con un efficace impatto sugli operatori esteri.

Per i settori industriali dell'Elettrotecnica e dell'Elettronica, stante le loro caratteristiche, l'evoluzione dello scenario competitivo per gli investimenti infrastrutturali è spesso legato all'orientamento del committente pubblico nei vari Paesi. Nel corso delle missioni istituzionali e anche per talune fiere le aziende italiane hanno la possibilità di incontrare rappresentanti istituzionali locali che possono fornire informazioni interessanti sull'evoluzione della domanda pubblica nei mercati di interesse per il business delle tecnologie.



Le ATTIVITÀ in ITALIA

Le attività internazionali di ANIE prevedono anche una serie di **azioni** in Italia, **preparatorie o complementari** alle iniziative realizzate sui mercati esteri.



INCOMING DI DELEGAZIONI ESTERE IN ITALIA

L'Area Internazionalizzazione di ANIE organizza in Italia visite di delegazioni internazionali, per specifiche necessità delle imprese italiane o quale attività di follow up di missioni imprenditoriali precedentemente realizzate nei Paesi di provenienza. Il contatto tra le aziende italiane e i buyer esteri, che visitano il nostro Paese spesso in concomitanza con manifestazioni fieristiche o anche al seguito di delegazioni istituzionali, avviene in un spazio temporale limitato, durante sessioni di incontri B2B o con visite aziendali dedicate. Solitamente la missione di incoming, ove possibile, si apre con un seminario di presentazione dei settori ANIE.



CICLO DI INCONTRI "OBIETTIVO MONDO"

Per alcuni Paesi che presentano problematiche specifiche, in preparazione di una missione imprenditoriale, sono organizzati in Italia incontri preliminari con finalità informative sul Paese. In altri casi possono organizzarsi incontri di approfondimento per Paesi che presentano opportunità interessanti di mercato per le aziende elettrotecniche ed elettroniche, per poi valutare successivamente l'organizzazione di una specifica azione promozionale.



PERCORSI FORMATIVI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

ANIE Servizi Integrati ha sviluppato un'ampia offerta formativa nell'ambito delle tematiche dell'internazionalizzazione e organizza periodicamente seminari specialistici di approfondimento.

Dalla collaborazione tra **ANIE** e il **MIP** Politecnico di Milano è nata nel 2015 la prima edizione del Corso di Alta Formazione per le Imprese elettrotecniche ed elettroniche "Strategie per l'Internazionalizzazione di Impresa". L'attività didattica si articola in un percorso formativo di 12 lezioni in aula, arricchite da esercitazioni di gruppo e sviluppo di casi aziendali, e dalla realizzazione di un project work finale.



SUPPORTO LEGALE

Il Servizio Legale di ANIE offre assistenza su aspetti di contrattualistica internazionale (modelli di contratto, garanzie, clausole di scelta del foro, arbitrato, ecc.) e di diritto doganale (dazi, certificazioni, regole di origine, Made in, esportazione di beni dual use).



Le **OPPORTUNITÀ** di comunicazione SUI MERCATI ESTERI

Una efficace iniziativa di esplorazione e affermazione nei mercati esteri non può prescindere da azioni di comunicazione dedicate, da attuare sui medesimi mercati. All'accompagnamento delle imprese nel percorso di internazionalizzazione, attraverso gli strumenti elencati nella presente guida, ANIE affianca due principali opportunità per "comunicare" l'impresa all'estero: l'e-magazine Techinitaly e la pianificazione pubblicitaria sulle testate specializzate internazionali.

TECHINITALY
EXCELLENCE IN ITALIAN INDUSTRY

L'e-magazine **Techinitaly**, realizzato in collaborazione con Energia Media, è un nuovo medium rivolto alle aziende elettrotecniche ed elettroniche. Con cadenza bimestrale, la testata rappresenta una vetrina dell'eccellenza italiana e un efficace strumento di comunicazione a supporto della promozione internazionale del Made in Italy delle tecnologie. L'impresa può optare per diverse opportunità di visibilità all'interno della rivista: un dettagliato Media Kit prevede le soluzioni della pagina pubblicitaria, del pubbliredazionale e della case history. La diffusione di Techinitaly beneficia del supporto della rete di uffici di ICE-Agenzia nel mondo, a garanzia di una capillare penetrazione in numerosi Paesi.

La **pianificazione pubblicitaria** sulle testate specializzate estere è la seconda opportunità che ANIE propone alle imprese per favorirne la comunicazione sui mercati esteri. In collaborazione con l'Ufficio Stampa della Federazione, l'Area Internazionalizzazione di ANIE offre la possibilità di promuovere la realtà aziendale attraverso pagine pubblicitarie sulla stampa di settore di riferimento, nei Paesi di interesse. L'offerta di ANIE prevede l'individuazione delle testate specializzate su cui acquistare inserzioni, i contatti con le riviste identificate per la pianificazione dei costi e delle uscite pubblicitarie, il supporto nella creatività e nella realizzazione grafica delle pagine pubblicitarie.

ANIE nel mondo

L'Area Internazionalizzazione di ANIE ha accompagnato nel mondo più di **400 imprese** italiane, raggiungendo con le proprie azioni promozionali oltre **40 Paesi**.

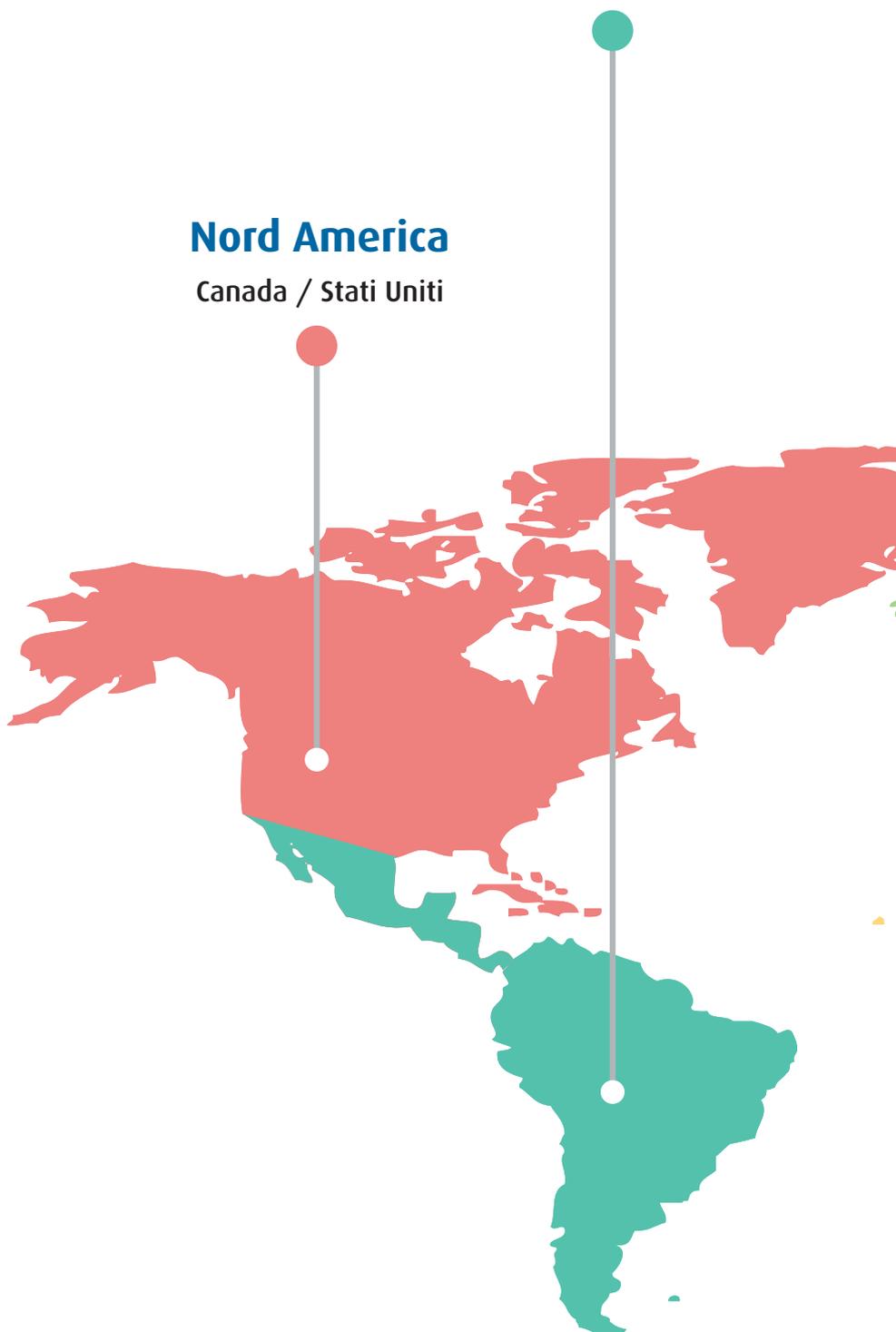
400
imprese
40
paesi

Centro e Sud America

Argentina / Brasile / Cile
Colombia / Messico / Perù

Nord America

Canada / Stati Uniti



Europa

Bosnia Erzegovina / Croazia
Germania / Macedonia /
Montenegro / Polonia /
Regno Unito / Romania /
Serbia / Slovenia / Svezia /
Turchia / Ungheria

Asia

Arabia Saudita / Azerbaijan /
Emirati Arabi Uniti / Giappone /
Indonesia / Iran / Kazakhstan /
Kuwait / Libano / Malesia / Oman /
Qatar / Russia / Singapore /
Siria / Vietnam

Africa

Algeria / Egitto /
Marocco / Mozambico /
Senegal / Sudafrica

Australia e Oceania

Australia



I NOSTRI CANALI di COMUNICAZIONE



anie.it

Area del sito per essere sempre aggiornati sulle iniziative internazionali di ANIE e per accedere alle informazioni economiche più aggiornate

italiantech.com

Vetrina internazionale di ANIE con profilo dettagliato delle aziende socie



Twitter

@ANIEestero



LinkedIn

ANIE Federazione



MondoVisione

Circolare periodica dell'Area Internazionalizzazione di ANIE contenente i resoconti delle iniziative già realizzate e gli aggiornamenti sulle iniziative in corso



Informazioni e aggiornamenti sulle iniziative di promozione internazionale di ANIE sono disponibili consultando il sito anie.it oppure contattando direttamente l'Area Internazionalizzazione di ANIE.

I NOSTRI CONTATTI

internazionale@anie.it

Tel. 02 3264.227/205

Fax 02 3264.212



Mariarosaria Fragasso

Responsabile Area Internazionalizzazione
mariarosaria.fragasso@anie.it



Alice Bertazzoli

Coordinamento Missioni internazionali
alice.bertazzoli@anie.it



Natalia Franchi

Coordinamento Promozione internazionale
natalia.franchi@anie.it



Devis Friso

Coordinamento Fiere internazionali
devis.friso@anie.it



Sara Sterpi

Coordinamento Analisi economiche
per l'Internazionalizzazione (Servizio Studi)
sara.sterpi@anie.it

**INSIEME verso nuovi mercati:
con ANIE il MONDO è a PORTATA DI MANO**



FEDERAZIONE NAZIONALE
IMPRESE ELETTROTECNICHE
ED ELETTRONICHE



CONFINDUSTRIA

Federazione ANIE - Viale Lancetti, 43 - 20158 Milano - Tel. 02 3264.1 - Fax 02 3264.212
Area Internazionalizzazione ANIE - Tel. 02 3264.227/205 - Fax 02 3264.212
internazionale@anie.it - anie.it - italiantech.com

