

ICE e Alibaba Group lanciano il Made in Italy Pavilion per l'e-commerce B2B delle imprese italiane.

Estesa la partnership a favore della crescita digitale e l'internazionalizzazione delle PMI

Roma, 23 Novembre 2020 – L'Agenzia ICE e Alibaba Group hanno siglato oggi un Memorandum of Understanding (MoU) per la creazione del "Made in Italy Pavilion" all'interno di Alibaba.com, il marketplace B2B leader globale. Si tratta di un progetto unico nel suo genere e il primo in Europa che Alibaba lancia insieme ad un partner governativo.

La firma è avvenuta nel corso di una cerimonia virtuale alla presenza del Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, Luigi Di Maio, e del Sottosegretario di Stato agli Affari Esteri, Manlio Di Stefano, a cui è seguito un webinar per illustrare alle 2000 imprese collegate le opportunità offerte dalla piattaforma b2b e le modalità, disponibili già da oggi, di accesso alla stessa.

Il MoU è in linea con l'attuazione del pilastro e-commerce del Patto per l'Export voluto dal Ministro Di Maio, con cui ICE prevede di portare il maggior numero di PMI italiane sull'e-commerce mondiale e di assicurarne il successo con interventi di supporto alla digitalizzazione dei processi. Obiettivo di Alibaba.com è puntare sull'Italia e supportare il percorso di trasformazione digitale delle aziende, portandole numerose sulla piattaforma nel corso dei prossimi cinque anni (oltre alle centinaia già presenti) - in settori chiave per l'economia come tessile e abbigliamento, meccanica e componentistica, agroalimentare e cosmesi.

Nel dettaglio:

- Il "Made in Italy Pavilion" funzionerà come una vera e propria esibizione online permanente, rivolta alle aziende esportatrici italiane, dove potranno esporre le proprie produzioni e cataloghi, interagendo in maniera diretta con i 26 milioni di buyer in 190 paesi presenti su Alibaba.com;
- L'accordo darà inizialmente a 300 aziende italiane la possibilità di attivare in maniera completamente gratuita, grazie al contributo dell'Agenzia ICE, una membership premium su Alibaba.com e di essere inserite all'interno del "Made in Italy Pavilion" per 24 mesi, usufruendo di programmi di formazione e servizi di assistenza dedicati per la gestione del proprio profilo online;
- Al fine di massimizzare la visibilità e generare traffico globale verso gli store delle aziende presenti in questo hub virtuale, ICE e Alibaba hanno unito le rispettive competenze per disegnare ed implementare campagne targettizzate di smart marketing e keyword advertising, così come soluzioni personalizzate per supportare le imprese nel raggiungimento dei propri obiettivi.

Le dimensioni e i volumi generati dal commercio B2B ne indicano le straordinarie potenzialità: il giro d'affari in Italia tra aziende B2B è stato di 410 miliardi di euro nel 2019 e, globalmente, il valore dell'e-commerce B2B si stima che raggiungerà, entro la fine del 2020, 12 trilioni di dollari (sei volte quello del B2C)¹.

ICE e Alibaba Group hanno anche annunciato il rinnovo e l'estensione della partnership avviata nel 2018, a favore della crescita ed evoluzione digitale delle piccole e medie imprese italiane, attraverso una serie di progetti ed iniziative per potenziarne la presenza sui mercati business-to-consumer (B2C)

¹ Fonte: Osservatorio Digital B2B del Politecnico di Milano e Netcomm, Focus B2B Digital Commerce 2020

e business-to-business (B2B) internazionali, beneficiando delle sinergie dell’ecosistema e della tecnologia di Alibaba.

Il lancio del “Made in Italy Pavilion” con Alibaba.com, infatti, segue ed estende la collaborazione già in corso tra Alibaba Group e ICE, che ha visto nel 2018 l’apertura di “helloITA”, sezione dedicata della piattaforma B2C di Alibaba Tmall, tramite cui oltre un centinaio di negozi virtuali di marchi e aziende italiane raggiungono direttamente circa 800 milioni di consumatori cinesi con i propri prodotti e cultura del Made in Italy. La cooperazione continuerà anche sul fronte di Freshippo, la catena di supermercati digitali e automatizzati di Alibaba in Cina, in cui è già presente una vasta offerta di prodotti italiani, in particolare del settore agroalimentare. Infine, ICE e Alibaba esploreranno ulteriori modalità e iniziative congiunte per promuovere e tutelare il Made in Italy in Cina e nel mondo.

Luigi Di Maio, Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ha evidenziato: *“L’e-commerce è fondamentale per il rilancio del Made in Italy perché offre un valido contributo a sostegno delle aziende, colpite dal rallentamento delle forme tradizionali di acquisto dovuto al COVID-19. L’Accordo di Partenariato siglato oggi fra l’ICE-Agenzia ed una delle più rappresentative piattaforme globali quale ALIBABA apre alle aziende italiane un mercato virtuale di enorme potenzialità: si tratta di uno strumento innovativo che favorisce l’interscambio elettronico diretto fra operatori economici (B2B). Inoltre, la qualità dei prodotti italiani sarà valorizzata con la creazione di un “Padiglione Made in Italy” virtuale all’interno della piattaforma di e-commerce. Nei prossimi anni, il digitale costituirà sempre più un volano per la crescita delle esportazioni e confido che le imprese italiane sapranno sfruttarne appieno le potenzialità, muovendosi efficacemente in un contesto internazionale sempre più aperto e concorrenziale”*.

Carlo Ferro, Presidente dell’Agenzia ICE, ha dichiarato: *“Le abitudini di consumo sono sempre più orientate verso il digitale e la pandemia sta accelerando questa transizione. Come ICE siamo molto attivi su questo fronte e, in accordo con il Patto per l’Export voluto dal Ministro Di Maio, abbiamo ridisegnato in chiave digitale i programmi delle nostre iniziative. La realizzazione della prima vetrina Made in Italy sulla piattaforma B2B di Alibaba segna una nuova tappa che allarga il nostro supporto nel commercio on-line a tutti i settori merceologici per raggiungere clienti on-line in 190 Paesi. Questa iniziativa, la prima nel B2B, si aggiunge ai 25 accordi siglati da ICE con primari marketplace B2C e già operativi in 14 Paesi per promuovere e sponsorizzare l’accesso delle Pmi italiane a 1.45 miliardi di consumatori che ogni giorno acquistano sul web”*.

Rodrigo Cipriani Foresio, General Manager Sud Europa di Alibaba Group, ha commentato: *“Il rinnovo della nostra collaborazione con ICE arriva, non a caso, in una fase particolarmente delicata per l’economia italiana, che ha reso indispensabile per le aziende ripensare in chiave digitale la propria strategia e operazioni. Insieme ad ICE, il Gruppo Alibaba ribadisce il suo impegno per supportare imprese ed imprenditori Italiani con soluzioni e competenze che ne rafforzino il percorso di espansione sui mercati globali, portando l’eccellenza e l’unicità del nostro paese in tutto il mondo grazie al commercio online”*.

Nelle prossime settimane, rappresentanti di ICE e Alibaba.com incontreranno le aziende interessate al progetto del “Made in Italy Pavilion” nell’ambito di una serie di workshop e approfondimenti dedicati. Si partirà con quattro webinar tecnici con focus settoriale:

- Mercoledì 25 novembre, 2020 – *Focus machinery*
- Giovedì 26 novembre, 2020 – *Focus apparel*
- Martedì 1 dicembre, 2020 – *Focus beauty*
- Mercoledì 2 dicembre, 2020 – *Focus food&beverage*

Tutte le informazioni per accedere al “Made in Italy Pavilion” e partecipare ai prossimi eventi sono consultabili nel minisito dedicato www.ice.it/it/ALIBABA/B2B
