

Alla data del 31 dicembre 2005, la consistenza del personale di ruolo era di 862 unità, di cui 54 dirigenti: rispetto all'anno precedente, si è registrata una riduzione di 44 unità per effetto delle cessazioni dal servizio per raggiunti limiti di età e per dimissioni volontarie.

La Sede centrale ha registrato una riduzione di 25 unità; la Rete Estera è stata interessata da un incremento di 1 unità, mentre la Rete Italia ha avuto una riduzione di 7 unità. Una riduzione di 13 unità si è verificata nell'ambito del personale addetto ai controlli tecnici.

In tale contesto dinamico, si sono intrecciate le problematiche relative all'attività di controllo sui prodotti agro alimentari, che hanno indotto il Consiglio di Amministrazione prima ad adottare le delibere n. 380 del 28 novembre 2002 e n. 70 del 12 marzo 2003, con cui la dotazione organica è stata ridotta del personale preposto ai controlli e successivamente a sospenderle con atto n. 236 dell'8 luglio 2003, a seguito della nuova Convenzione con l'AGEA (vedi cap. 5.2.2.1).

6.1.1 Consistenza media del personale della Rete Estera

La seguente tabella mostra l'andamento dell'organico del personale di ruolo e del personale assunto con contratto locale nel 2003, nel 2004 e nel 2005.

Consistenza del personale in servizio all'estero

	31.12.2003	31.12.2004	31.12.2005
Dirigenti	19	21	20
Non dirigenti	85	79	74
Totale personale ruolo	104	100	94
Personale locale	573	540	518
Personale progetti promozionali	41	43	58
Totale personale locale	614	583	577
Totale personale	718	683	671

Per una migliore comprensione della sopra riportata tabella, si forniscono le seguenti delucidazioni:

- per personale di ruolo si intende il personale assunto in Italia con concorso pubblico o procedura equivalente, assegnato in servizio presso gli uffici della Rete Estera;

- per personale locale si intendono i dipendenti assunti dai singoli uffici della Rete Estera con contratto di lavoro disciplinato dalle norme ed usi locali (art. 10 comma 4 legge 68/97);
- il personale riferito ai progetti promozionali è rappresentato da dipendenti locali, assunti normalmente con contratti a tempo determinato, per specifici progetti di natura promozionale, innovativi e transitori rispetto all'attività corrente dell'ufficio.

Al di là dei dati precisi, fotografati ad una singola data, se si esamina la consistenza media del personale¹¹, nel 2004 si registra, rispetto all'esercizio precedente, una consistente diminuzione del personale locale, pari a 33 unità medie annue, ma anche del personale di ruolo, che scende di 12 unità medie. Tale trend è proseguito, sia pur mostrando un riduzione minore, anche nel 2005, facendo registrare una diminuzione del personale locale pari a 22 unità medie, ma anche, con tendenza maggiore, del personale di ruolo, che scende di 6 unità medie.

ANDAMENTO DELLA CONSISTENZA MEDIA DEL PERSONALE (ANNI 1995-2005)

Anni	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	05/04
Personale												
Ruolo	108.1	95.5	98.1	95.25	102.08	104.0	121.91	118.19	113.77	99.60	94.49	-12,45
Locale	569.1	581.3	550.6	568.75	589.42	636.58	651.99	614.34	572.59	540.49	518.42	-5,61
TOTALE	677.2	676.8	648.7	664	691.5	740.58	773.90	732.53	686.36	640,09	612.9	-6,74

I dati della tabella confermano quanto già emerso nel corso del 2004, e cioè un'inversione di tendenza alla crescita della consistenza degli organici degli uffici della Rete avviata a partire dal 1998. Anche nel 2005, infatti, sono state molto limitate le sostituzioni di personale locale dimissionario o in aspettativa.

Considerato lo sviluppo della Rete Estera in 81 uffici, cui si aggiungono 30 punti di corrispondenza, un altro dato suscettibile di analisi è la distribuzione del personale di ruolo, che nella stragrande maggioranza dei casi appare limitata ad un dipendente per ogni ufficio. In particolare, nel 2005, 7 uffici sono stati gestiti con il ricorso agli interinati.

¹¹ Si parla di consistenza media, tenendo conto dei periodi di servizio del personale presso gli uffici della rete estera, non sempre riferiti all'intero anno solare, ma limitati in alcuni casi a pochi mesi.

6.2 Costo del lavoro

Nel 2005, il costo del lavoro¹² ha raggiunto l'importo di 81.515 migliaia di €, con una contrazione di 2.054 migliaia di € rispetto all'anno precedente: tale risultato è ascrivibile alle cessazioni dal servizio di 44 unità ed alla razionalizzazione dell'utilizzo del personale locale degli uffici della Rete Estera, peraltro influenzata dal buon andamento dell'euro rispetto alle altre valute.

COSTO DEL LAVORO 2005

(VALORI IN MIGLIAIA DI EURO)

Categorie	2005	2004	Var. val. ass.	Variazione %
A) Salari e stipendi (*)	23.378	24.840	-1.462	-5.89
B) Oneri sociali	8.645	9.006	-361	-4.01
C) Accantonamento al Fondo TFR	3.067	3.455	-388	-11.23
E) Indennità di sede estera	12.187	12.573	-386	-3.07
F) Costo personale locale	16.538	16.584	-46	-0.28
G) Altri costi	17.700	17.111	589	3.44
Totale	81.515	83.569	-2.054	-2.46

(*) Comprende la retribuzione del Direttore Generale assunto ai sensi dell'art. 6, primo comma della legge 68/97, con contratto dirigenziale di diritto privato al lordo degli oneri fiscali e previdenziali.

¹² Finanziato su fondi promozionali ed istituzionali.

L'incidenza del costo del lavoro sul bilancio istituzionale dell'ICE nel 2005 è stata pari al 68.06% (64,4% nel 2004).

Per una valutazione sia pure approssimativa del costo medio unitario del lavoro, prendendo a base la presenza di personale di ruolo al mese di dicembre e quella del personale locale a contratto, si ottiene un valore di €54.701, a fronte di € 54.341 nel 2004.

Tale importo tuttavia, oltre a comprendere salari e stipendi, include gli oneri sociali, l'accantonamento riferito al trattamento di fine rapporto, l'accantonamento per le ferie maturate e non godute, nonché il trattamento di missione ed infine i compensi per lavoro straordinario, i premi e le incentivazioni al personale, compresi i benefici assistenziali e sociali, che risultano far parte del fondo per il trattamento accessorio ammontante nel 2005 a 9.416 migliaia di Euro.

Per quanto riguarda il costo del personale locale, è da rilevare che questo risulta al lordo della quota parte di contributi versati agli enti previdenziali locali, nonché della quota annuale dell'accantonamento riferito al trattamento di fine rapporto ed equivalente nel 2005 a 317 migliaia di Euro.

6.3 Altri aspetti relativi al personale

Con la nomina della nuova delegazione trattante di parte pubblica, sono proseguiti gli incontri con le Organizzazioni Sindacali sulle materie oggetto di contrattazione integrativa, conclusi con la sottoscrizione del Contratto integrativo di Ente.

Si è, infine, provveduto a riformulare una proposta di dotazione organica sulla base delle prescrizioni della legge finanziaria 2005 e delle direttive fornite dal MAP, dall'IGOP e dal Dipartimento della Funzione Pubblica, dopo la prescritta consultazione con le OO. SS. L'ultima dotazione organica approvata risaliva, infatti, al 1999. La nuova dotazione organica è pari a 1.110 unità.

Gli Uffici regionali dell'Istituto, con l'entrata in vigore della legge 56/2005, hanno acquisito ulteriori competenze nei confronti degli Sportelli Unici all'estero. E' risultato, quindi, particolarmente importante favorire il naturale ricambio del personale tra Sede, Rete Estera e Rete Italia. Inoltre, per quanto concerne l'assegnazione degli incarichi di responsabilità presso tali Uffici, è stato prospettato un incremento dell'indennità di posizione, per facilitare i relativi trasferimenti. E' stato, altresì, possibile riversare in alcuni di questi Uffici l'esperienza maturata da

dipendenti/responsabili provenienti dall'estero, onde promuovere attività di marketing territoriale nel contesto regionale.

E' aumentato il numero dei dipendenti in part - time, richiesto nella maggior parte dei casi dalle donne. Il fenomeno risulta ben distribuito tra le varie Aree della Sede.

Si è proceduto a razionalizzare tutti i processi lavorativi, al fine di eliminare eventuali duplicazioni e incrementare il ricorso a sistemi telematici.

La revisione del sistema di valutazione delle prestazioni del personale dell'ICE, iniziata nel 2004, è stata ultimata nel corso dell'anno e la nuova metodologia seguirà l'iter procedurale previsto per la sua approvazione, dopo il confronto con le OO.SS. .

Nel corso del 2005 è stato elaborato un programma formativo innovativo, concepito secondo quanto previsto dalle linee direttrici sulla formazione dettate dal CCNL EPNE 2002-2005, che assegnano alla formazione un ruolo sempre più strategico per la valorizzazione delle competenze possedute dal singolo, in coerenza con gli obiettivi generali dell'organizzazione.

In tale ottica sono stati individuati una serie di percorsi formativi da svolgersi nell'arco di almeno un biennio, volti a professionalizzare le risorse umane addette ai vari settori: esperti dei paesi focus, esperti dei processi di internazionalizzazione, esperti delle realtà produttive regionali, esperti dei mercati locali, esperti in processi gestionali ed amministrativi.

Analoghi percorsi formativi specialistici e mirati al mercato di riferimento sono stati previsti per il personale locale degli Uffici all'estero ed in particolare per i trade analyst che rappresentano l'interfaccia prioritaria sia con le imprese italiane, sia con quelle locali.

Tra le altre attività più significative, tutte riconducibili ai percorsi formativi di cui sopra, sono stati realizzati corsi per lo sviluppo di soft skill. Sono stati inoltre completati i seminari di aggiornamento sul marketing internazionale iniziati nel 2004 e che hanno coinvolto circa 150 persone. Altri corsi specialistici hanno riguardato i regolamenti comunitari e i fondi strutturali, nonché la valutazione degli studi di fattibilità per investimenti all'estero.

Per il personale destinato all'estero, sono stati realizzati corsi individuali e collettivi sulla gestione degli Uffici, sugli applicativi software in uso presso le sedi estere e sulle attività di assistenza e promozione, nonché interventi di refreshment della lingua in uso nel Paese di destinazione.

Per esperti in processi gestionali e amministrativi sono stati approfonditi gli aspetti giuridico – normativi sia attraverso la partecipazione a numerosi corsi di aggiornamento in materia previdenziale, retributiva, fiscale, contrattuale, di appalti pubblici, bilancio e contabilità generale, sia con l'organizzazione di un apposito corso, per tutto il Dipartimento Personale, sulla tutela della privacy e sulla redazione del documento programmatico sulla sicurezza.

Nell'ambito della formazione linguistica ed informatica, sono proseguiti i corsi in aula e on – line in modalità blended. E' anche continuato per gli impiegati stranieri il corso d'italiano on-line, già proposto da alcuni anni con successo.

Tutte le attività di formazione sono state costantemente monitorate ed aggiornate secondo "le procedure per l'attività di formazione " ed il relativo manuale di qualità: nell'aprile 2005 è intervenuta la visita di sorveglianza da parte della società Bureau Veritas Quality International che ha confermato la certificazione a norma EN UNI ISO 9001: 2000.

E' stata assicurata la partecipazione all'Osservatorio sui fabbisogni formativi nella PA, nonché la collaborazione per la rilevazione e la trasmissione dei dati sull'attività svolta alla Scuola Superiore della Pubblica Amministrazione. Analoga attività di collaborazione è stata svolta nei confronti del CNIPA e degli altri Organismi interessati alla formazione del personale nella Pubblica Amministrazione.

Nel corso del 2005 il Comitato per le Pari Opportunità ha evidenziato ai vertici dell'Istituto la necessità di dare attuazione alla delibera del Consiglio di Amministrazione con la quale era stata autorizzata la realizzazione di un asilo nido aziendale, struttura la cui creazione era stata ritenuta necessaria sulla scorta di un'ampia indagine conoscitiva effettuata fra i dipendenti.

Il Comitato ha affrontato altre importanti tematiche come quella del part-time, attuando un approfondimento sulla normativa in materia ed avviando lo studio di una regolamentazione interna da proporre all'Amministrazione e alle organizzazioni sindacali.

7. L'ATTIVITA' ISTITUZIONALE

Nel corso del 2005, l'ICE ha proseguito le sue consolidate linee di attività: la formazione, l'informazione, l'assistenza, la promozione ed i servizi tecnici nel settore agricolo.

7.1 La Formazione

La Formazione rappresenta da sempre una delle funzioni fondamentali assolve dall'Istituto nell'adempimento dei compiti assegnatigli a sostegno dell'internazionalizzazione del sistema Italia. In un contesto economico mondiale, caratterizzato da una crescente complessità, lo sviluppo delle capacità manageriali, comprese quelle legate alle tecniche di commercio estero, rappresenta un determinante fattore di competitività per le imprese e per chi le deve supportare nelle strategie di internazionalizzazione.

Gli interventi formativi realizzati dall'Istituto sono proseguiti su due direttive principali:

- la formazione manageriale, rivolta ai giovani ed alle imprese, con l'obiettivo di diffondere all'interno del sistema imprenditoriale una conoscenza specialistica delle tematiche di commercio estero, preparando giovani neolaureati che, una volta assunti dalle aziende, ne possano potenziare la capacità di operare sui mercati esteri;
- la formazione internazionale, con l'obiettivo di favorire la conoscenza del Sistema Italia nelle sue diverse componenti nei paesi beneficiari degli interventi, avviando rapporti e scambi di esperienze con managers o quadri esteri che occupano o possono occupare posizioni chiave nei rispettivi Paesi.

A proposito dell'attività internazionale, giova sottolineare che quella di formazione in commercio estero costituisce una delle forme di assistenza maggiormente richieste dai Paesi meno avanzati e da quelli in transizione, in quanto ritenuta risorsa essenziale tra gli investimenti non materiali (capitale umano).

L'attività di formazione internazionale pertanto, essendo destinata prevalentemente a funzionari ed operatori di organismi ed aziende, pubblici e privati, di Paesi esteri, costituisce uno strumento di promozione indiretto del Sistema Italia: innesca processi di fidelizzazione e rende disponibili risorse umane che, nei rispettivi Paesi di provenienza, sono suscettibili di divenire importanti tramiti per l'attività di interscambio, di collaborazione e di coproduzione.

Nel corso del 2005, oltre a sviluppare le strategie di formazione manageriale ed internazionale in ottemperanza alle Linee direttrici del Piano di attività, si è data piena attuazione anche ad alcune attività già programmate nel 2004.

In particolare sono stati cofinanziati 27 progetti di internazionalizzazione nell'ambito dell'Accordo MAP/ICE/CRUI, avviato nel 2001 ed avente la finalità di favorire l'integrazione fra il sistema universitario ed il mondo delle imprese per favorire la produzione e lo scambio della conoscenza in termini di ricerca e formazione, in una ottica internazionale.

E' proseguito il progetto formativo sui Fondi straordinari "Made in Italy" in collaborazione con l'Università Bocconi di Milano con l'obiettivo di formare giovani laureati che intendano sviluppare il proprio futuro professionale in Cina o in aziende operanti a stretto contatto con il mercato cinese. Il progetto prevede un coinvolgimento diretto di aziende italiane, che già operano in maniera strutturata in Cina o sono interessate a valutare le potenzialità di questo mercato emergente.

In materia di tirocini, le richieste da parte di giovani neolaureati sono state 609 a fronte delle 487 del 2004 ed i giovani che hanno effettuato uno stage formativo presso l'Istituto sono stati 81 presso la sede di Roma, 34 presso gli uffici della Rete in Italia e 32 presso uffici della Rete Estera. I project work da loro realizzati trovano spazio nelle pagine web dedicate alla formazione.

Per il 2006 è previsto un decisivo ulteriore miglioramento delle procedure con la realizzazione di una Banca Dati Tirocinanti, che permetterà l'amministrazione unitaria e coordinata dei flussi documentali legati alla gestione degli stage formativi.

Nel 2005 la formazione manageriale ha notevolmente accresciuto gli interventi formativi per i giovani e per le aziende. Si è trattato di un notevole sforzo progettuale, organizzativo e finanziario, mirato a giovani laureati e imprenditori e realizzato anche attraverso alleanze strategiche sul territorio con associazioni di categoria, camere di commercio, banche, enti regionali e provinciali, business school e Università.

Si evidenzia che:

- per la formazione giovani il numero di iniziative (tra realizzate e programmate) è raddoppiato rispetto al biennio precedente e si è quadruplicato rispetto al biennio 2002-2003;
- per l'affiancamento d'impresa si è passati a 10 iniziative, di cui 8 realizzate e 2 avviate a fronte di una sola iniziativa realizzata nel biennio precedente e due iniziative nel biennio 2002-2003;

- le iniziative di formazione giovani a livello nazionale sono state 11, di cui 6 realizzate e 5 avviate; 4 quelle interregionali, di cui 3 realizzate e 1 avviata; 3 quelle regionali, di cui 2 realizzate e 3 programmate per un totale 20 iniziative;
- il totale delle iniziative copre il 76% delle regioni italiane; tutte le iniziative di affiancamento di impresa sono realizzate a livello provinciale o regionale;
- per la formazione giovani, l'80% delle iniziative sono state cofinanziate sul territorio dai partner pubblici e privati;
- per l'affiancamento di impresa il 100% delle iniziative sono state cofinanziate sul territorio da partner pubblici e privati;
- il budget del biennio 2004-2005 è stato di 12 milioni di euro rispetto agli 8 milioni del 2003-2004 e a 1,5 milioni del 2002-2003.

La crescente concorrenza internazionale, la formazione di accordi multilaterali tra blocchi economici, la crescita della Cina, la formazione della nuova Europa, il rapido sviluppo tecnologico, richiedono alle nostre aziende molto più che i tradizionali fattori di competitività del made in Italy quali design, creatività, innovazione tecnologica, aggressività commerciale.

Oggi, la presenza sui mercati impone maggiore professionalità del management dedicato all'export, integrazione aziendale in tutta l'attività export, il ricorso a strumenti più complessi quali il trasferimento di tecnologia, la joint venture e il franchising, l'identificazione di nuovi sbocchi di mercato e la sofisticazione degli elementi della logistica e del project financing

Sono state realizzate 48 iniziative, derivanti da uno stanziamento complessivo di circa 2 milioni di Euro, comprensivo di fondi speciali "Made in Italy" per la Cina.

In particolare, il Programma di formazione si è articolato prevalentemente in azioni di sensibilizzazione in loco, con la realizzazione di seminari itineranti e corsi di più breve durata, che hanno registrato il coinvolgimento di un maggior numero di partecipanti. Tali interventi hanno avuto la peculiarità di essere realizzati in centri minori e/o zone limitrofe dei paesi destinatari dove la carenza di formazione manageriale è particolarmente sentita.

Anche nel 2005 l'attività si è rivolta prevalentemente a funzionari di organismi, operatori di aziende pubbliche e private, provenienti da Paesi individuati in base alle priorità indicate dalle linee strategiche, alle possibilità di sviluppo delle relazioni commerciali, alle radici culturali comuni.

7.2 L'Informazione

Considerando la valenza strategica dell'informazione economica ed il patrimonio informativo a disposizione dell'ICE, soprattutto nei suoi uffici esteri, alla fine del 1998 era stato varato il progetto di ristrutturazione dei sistemi informativi per il commercio estero.

L'obiettivo era di rendere disponibile su una rete nazionale, accessibile a tutti gli operatori pubblici e privati, il complesso di informazioni a supporto dei processi di internazionalizzazione, raccolte in primo luogo dalla Rete Estera dell'ICE, ma anche da altri soggetti pubblici e privati, attraverso opportuni accordi collaborativi.

Così, a partire dal 1998, le attività di informazione dell'Istituto si sono sviluppate nell'ambito del Progetto SINCE (Sistema Informativo Nazionale per il Commercio Estero): ad inizio 2001 il progetto poteva dirsi in larga parte completato per quanto riguardava la realizzazione delle banche dati, delle rubriche e degli applicativi che ne consentono la gestione.

Nel 2005 l'attività di informazione si è concentrata, da un lato, a migliorare i flussi informativi ed a innalzare qualitativamente l'intera gamma dei prodotti esistenti, dall'altro, a sviluppare e completare nuovi strumenti informativi e di servizio per l'utenza dell'Istituto.

Il quotidiano Commercio Estero News ha notevolmente potenziato il flusso di informazioni pubblicate. Le notizie pubblicate sono state complessivamente 6.342 (con un incremento del 13,34% rispetto all'anno precedente), con una media di 26 notizie al giorno. Gli accessi al quotidiano on line sono stati complessivamente 77.783, con un incremento del 27,3%. A fine 2005, erano 5.768 (con un incremento di 501 abbonati rispetto al 2004) gli utenti esterni che ricevono quotidianamente gli aggiornamenti del notiziario attraverso il servizio di rimbalzo e-mail.

Anche nel 2005 le banche dati Opportunità Commerciali e Gare Internazionali hanno registrato un rilevante flusso di alimentazione: il numero di Opportunità Commerciali si è attestato, come negli anni precedenti, intorno alle 6.000 unità, mentre il numero di Gare segnalate ha superato la cifra di 6.600.

La banca dati Anteprema Grandi Progetti ha superato le 500 segnalazioni. Sostanziale identità di flusso, rispetto all'anno precedente, anche per la banca dati Finanziamenti Internazionali, che ha registrato 545 informazioni.

Nell'anno considerato, l'accesso medio mensile alle principali rubriche (Opportunità Commerciali, Gare Internazionali, Anteprema Grandi Progetti,

Finanziamenti Internazionali) è risultato superiore alle 5.000 sessioni/utente, con un incremento del 5,07% rispetto all'anno precedente.

Dal marzo 2004 è on line Italtrade (www.italtrade.com), il portale per il mercato internazionale, rinnovato nella grafica e nei contenuti e arricchito del nuovo servizio di promozione virtuale denominato The Made in Italy Business Directory.

E' stata garantita la costante attività di aggiornamento delle diverse sezioni e rubriche del portale, quali Focus On, approfondimento a cadenza quindicinale sui principali settori industriali italiani, News & Events, approfondimento settimanale su di un evento/fiera italiano di punta, Spotlight, intervista ad un imprenditore di successo sui mercati esteri. Anche la Newsletter settimanale, rivolta agli operatori esteri, è stata migliorata nella grafica ed ampliata nei contenuti.

Particolare attenzione è stata prestata a The Made in Italy Business Directory (MIBD), il servizio che consente all'operatore estero la consultazione dei nominativi di circa 50.000 imprese italiane interessate all'export (di cui sono stati aggiornati costantemente i riferimenti) e all'azienda italiana di presentarsi sul web attraverso una vera e propria vetrina virtuale. Attraverso MIDB è anche possibile lo scambio di opportunità commerciali (ad esempio ricerca di agenti, distributori, importatori).

È stato infine completato il progetto di stand con connotazione unica di grafica e di immagine dei cd. Sistemi Italia in fiera/Italtrade, utilizzabile anche per la promozione del portale nell'ambito di eventi fieristici e non ai quali l'Istituto è chiamato a partecipare.

Il progetto Balcani on line (www.balcanionline.it), finanziato dalla Legge 84/2001 sulla Ricostruzione dei Balcani, ha consentito di realizzare uno strumento informativo che, da un lato, fornisce al pubblico e alle imprese tutte le informazioni relative allo stato di attuazione della Legge, dall'altro opera l'integrazione delle informazioni di diversa matrice istituzionale (ICE, Informest, sistema camerale, Ministeri) con quelle derivanti da fonti internazionali specializzate, al fine di costituire un punto di riferimento unico per le imprese interessate ad intervenire nei paesi dell'area.

Nel 2005 l'attività legata agli e - marketplaces (emp) si è svolta seguendo il percorso iniziato nel 2004 nell'ambito del consorzio eMarket Services, finanziato dall'Unione Europea, che gestisce il relativo portale informativo.

Dal punto di vista del marketing del servizio, l'impegno è stato rivolto verso una comunicazione diffusa e intensiva diretta sia alle imprese, sia alle associazioni di categoria ed enti similari.

A seguito dei diversi cambiamenti previsti per il 2006 nell'ambito della gestione del progetto e in attesa di conoscere i risultati delle promozioni realizzate, l'Istituto valuterà la possibilità di mantenere il suo status di partner all'interno di eMarket Services o di realizzare solamente alcune iniziative prioritarie.

Sono proseguiti nel 2005 i lavori per la realizzazione del Progetto "Banca Dati Promotion Pubblica". Obiettivo del progetto è quello di costituire una banca dati integrata di tutte le iniziative di promozione pubblica, organizzate con la partecipazione totale o parziale di fondi pubblici da ICE, Ministeri, Regioni, sistema camerale, associazioni, consorzi.

E' proseguita anche nell'anno di riferimento l'attività di collaborazione strategica dell'Istituto con l'ISTAT nel campo della produzione e diffusione dell'informazione statistica, attività regolata da un'apposita convenzione, stipulata tra i due enti nel 1998.

Tale collaborazione viene ulteriormente sviluppata nell'ambito del SISTAN, il Sistema Statistico Nazionale, costituito dagli uffici di statistica dei principali enti pubblici, di cui l'ICE fa parte. Nella sua qualità di membro del SISTAN, l'ICE contribuisce all'elaborazione del Programma Statistico Nazionale, nell'ambito dei circoli di qualità sul miglioramento delle statistiche sull'internazionalizzazione.

Il risultato della collaborazione tra ICE e ISTAT consiste in una serie di investimenti effettuati nell'ambito della creazione e dell'organizzazione di un'ampia gamma di banche dati di commercio estero e nella realizzazione congiunta del Rapporto "L'Italia nell'economia internazionale": Annuario 1) Merci servizi, investimenti diretti; e Annuario 2) Paesi, settori, regioni.

Le elaborazioni statistiche e le analisi economiche si estrinsecano in diverse tipologie di prodotti, servizi e strumenti informativi quali pubblicazioni periodiche e tematiche, servizi telematici di diffusione, convegni e seminari, servizi di catalogazione e biblioteca.

A completare il quadro di diffusione dell'informazione, si rileva l'importante ruolo svolto dalla Biblioteca che, con il suo patrimonio di circa 18.800 volumi (tra storico e disponibile) e circa 1.500 pubblicazioni periodiche italiane e straniere, il cui catalogo è consultabile sul sito dell'Istituto, rappresenta un'importante fonte di informazione specialistica per ricercatori e studenti di economia internazionale e per operatori di commercio estero.

Nell'ambito della propria funzione di supporto documentario alla struttura dell'Istituto, la Biblioteca ha attivato già dal 2004 un servizio di prestito interno

delle opere monografiche e potenziato la costituzione di un "Archivio storico" delle pubblicazioni prodotte o promosse dall'ICE.

7.3 L'Assistenza

L'art. 8, comma 1, punto f, della legge 68/97, riguardante le entrate dell'ICE, prevede espressamente i corrispettivi per servizi prestati agli operatori pubblici e privati.

Il portafoglio dei servizi dell'ICE ha subito nel tempo aggiornamenti e revisioni più o meno sostanziali, tra cui, di particolare rilevanza, è stata la modifica introdotta con delibera n. 238 dell'8 settembre 2000, con la quale sono state approvate la revisione e la ristrutturazione dell'offerta dei servizi dell'ICE, collegandole, a livello attuativo, allo sviluppo del progetto SINCE e delle sue varie applicazioni, tenuto conto della stretta interconnessione tra le attività di informazione e di vendita dei servizi di assistenza.

Con tale atto, venivano individuati i servizi di analisi dei mercati, i servizi di ricerca delle controparti ed i servizi di assistenza operativa e di sostegno, da erogare alle aziende italiane – a titolo oneroso – e straniere (gratuitamente).

Per il costo di tali servizi, fondamentale era il concetto di "giornata uomo", come criterio di valorizzazione del servizio, legato principalmente al lavoro svolto, tenendo conto delle peculiarità del mercato estero.

Nell'esercizio 2005, per le attività di Assistenza, Promozione e Controllo dei Prodotti Agricoli, l'Istituto ha registrato ricavi per complessivi € 7.410.187,63.

Sono stati forniti 10.966 servizi di assistenza alle imprese, con un fatturato pari a € 3.768.758,84 (di cui € 34.999 per le vendite di servizi on line e € 157.480,65 a titolo di Marketing Italia¹³).

I servizi a corrispettivo possono sinteticamente essere suddivisi in personalizzati e specializzati. I primi, pari a 2.896, hanno generato un fatturato complessivo di € 2.929.456,8 e rappresentano circa l'80% del totale dei ricavi.

Per quanto riguarda i servizi specializzati (pari a 8.070), le voci più significative sono costituite da:

¹³ Marketing Italia è un servizio erogato dall'Ufficio di Milano, secondo quanto previsto nell'ambito di Accordi stipulati dall'Istituto con omologhi esteri, relativo alla rappresentanza in Italia di alcune manifestazioni fieristiche organizzate da tali Enti ed espressamente indicate nell'Accordo.

- elenchi di nominativi per macrosettori e a maggior dettaglio merceologico: 3.648, pari a € 334.912,19 (€ 333.751,60 al netto dei costi esterni);
- informazioni riservate su imprese estere: 987, pari a € 110.593 (€ 108.733,50 al netto dei costi esterni);
- vendita di Carte Servizi: 823, pari a € 194.850,06.

Le ditte che hanno richiesto servizi a corrispettivo sono state 4.768, di cui:

- 1.577 hanno richiesto servizi personalizzati (1.564 agli Uffici della Rete Estera, 10 agli Uffici in Italia e 3 alla Sede centrale);
- 3.720 hanno richiesto servizi specializzati (2.863 agli Uffici della Rete Estera, 37 agli Uffici in Italia e 820 alla Sede centrale).

Alcuni servizi informativi sono accessibili direttamente dal sito www.ice.gov.it.

Tali servizi sono in parte gratuiti (previa registrazione all'Export Club) ed in parte a pagamento, acquistabili con carta di credito o tramite un pacchetto di punti prepagati (credits) associati alla sottoscrizione di una Carta Servizi.

Principale erogatore dei servizi di assistenza è la Rete Estera, con 10.056 servizi, in prevalenza forniti dagli uffici operanti nella UE, seguiti da quelli delle Aree PECO, Africa e Medio Oriente, Pacifico, Nord e Sud America, ASEAN e India.

La Rete Italia offre in prevalenza un supporto di prima assistenza, cui fa seguito un'azione di tramite verso gli uffici della Rete Estera. Altra significativa attività è quella di Rappresentanza Fiere Estere svolta dall'ufficio di Milano.

I servizi erogati dalla Sede centrale sono prevalentemente di prima assistenza a titolo gratuito.

Nel 2005 l'attività in esame ha avuto un nuovo impulso in quanto, oltre alla gestione di accordi già in essere (quello con Confindustria), al rinnovo di altri preesistenti (con Confapi, con la Camera di Commercio italo – tedesca e la Camera di commercio italo – svizzera, con i Dottori Commercialisti), è diventato operativo l'accordo con la Banca Popolare dell'Emilia Romagna (siglato nel dicembre 2004), che costituisce la prima intesa con un istituto di credito.

La prima assistenza alle aziende, prestata prevalentemente per via telefonica e per corrispondenza soprattutto elettronica, riguarda prevalentemente le informazioni tecnico/doganali e le normative (il 21%), la ricerca partner esteri (20%) e le informazioni su abbonamenti e carte servizi, ordinarie o convenzionate (12%).

Oltre all'assistenza prestata agli operatori italiani e stranieri, l'assistenza viene prestata anche agli uffici della Sede e della rete estera. In particolare, per la Rete

Estera l'assistenza viene prestata prevalentemente per supportare gli uffici nell'esatta individuazione dei servizi richiesti; nell'orientamento della politica di tariffazione applicabile, in particolare verso enti istituzionali (associazioni, consorzi, enti fiera, banche, ecc); nel coordinamento delle risposte in caso di richiesta analoga rivolta a più uffici della rete.

7.4 La Promozione

La promozione dei prodotti italiani nel mondo rappresenta una delle principali attività svolte dall'ICE, regolamentata, in forma analitica, dall'art. 7 della legge di riforma n. 68 del 1997.

Va innanzitutto premesso che l'ICE realizza i programmi promozionali finanziati dal Ministero del Commercio Internazionale (già Ministero delle Attività Produttive) oppure da altri committenti (Ministero delle Politiche Agricole e Forestali, Regioni, altri enti pubblici, ecc.).

L'attività promozionale svolta dall'Istituto su finanziamento del *Ministero del Commercio Internazionale* si basa sulle *Linee Diretrici*, emanate annualmente dal *Ministero* stesso, che stabiliscono le indicazioni strategiche e gli obiettivi dell'attività promozionale nell'anno di riferimento.

Data l'estensione almeno biennale dei Programmi promozionali, per una più corretta valutazione delle iniziative realizzate nel 2005 occorre far riferimento alle indicazioni strategiche e agli obiettivi definiti dal Ministero almeno per i due programmi 2004 e 2005 che è possibile così riassumere:

- ispirare sempre più l'attività promozionale ad una *logica di Sistema – Paese*, secondo una visione unitaria, creando alleanze e ricercando un maggiore coordinamento tra i soggetti gestori di risorse operanti a livello nazionale e locale;
- perseguire il *radicamento della presenza italiana nei mercati esteri*, la crescita del numero delle imprese esportatrici e la stabilità degli insediamenti, anche mediante azioni di *scouting* di mercati e di imprese;
- valorizzare il *sistema fieristico italiano all'estero*;
- attivare una *politica di internazionalizzazione e di innovazione dei distretti*;
- estendere la presenza sui mercati internazionali a tutte le fasi del processo produttivo, delineando una *progettualità promozionale con una visione di filiera*, ricomprendendo anche gli aspetti pre e post-vendita;
- privilegiare una *programmazione per Paesi*;

- considerare *target prioritario* le *piccole imprese esportatrici* con meno di 50 dipendenti e le *imprese medio grandi non adeguatamente internazionalizzate*;
- *favorire la crescita dimensionale* e l'aggregazione delle piccole imprese;
- fare leva sugli aspetti attinenti la *flessibilità*, l'*innovazione*, la *tipicità* e la *qualità*;
- valorizzare le tipicità collegate alla *tradizione* e al *territorio*;
- favorire i rapporti con la *distribuzione locale*, la promozione del *know-how italiano nella gestione dei pubblici servizi*, le azioni presso la *ristorazione italiana all'estero* e presso il *settore alberghiero*, la promozione dei *servizi logistici*, l'*assistenza nella fase post-vendita*;
- muoversi in una logica di sostegno fondata su percorsi di internazionalizzazione, incentivando l'*espansione degli investimenti diretti italiani all'estero* e l'*attrazione di investimenti esteri in Italia*;
- dare maggiore attenzione all'*offerta dei servizi italiani all'estero*;
- *promuovere l'Italia dell'alta tecnologia* e dei beni immateriali, curando al tempo stesso la difesa dei settori tradizionali del Made in Italy (strategia del doppio binario);
- collegare la promozione agli *incentivi per l'innovazione* sul territorio italiano;
- considerare la *formazione strumento di promozione*;
- considerare prioritari i mercati di *Cina* e *Russia* (oggetto anche di progetti straordinari di promozione del Made in Italy), nonché *India*, *Brasile*, *Turchia*, le aree dei *Balcani* e del *Nord Africa*, ma anche *Nord America* e *UE a 25*.

Per rispondere alle indicazioni contenute nelle suddette *Linee Diretrici* e, al tempo stesso, soddisfare la domanda e le esigenze espresse dalle imprese, al di là delle singole strategie settoriali presentate più avanti, l'attività promozionale realizzata nel 2005 è stata, inoltre, caratterizzata da alcune *scelte strategiche*.

Innanzitutto, l'attività del 2005 ha esteso ulteriormente l'impegno e le risorse destinate alla *politica di partenariato*: oltre agli *Accordi di Programma con le Regioni* (Accordi e Convenzioni Operative sono ormai in vigore con tutte le Regioni e Province autonome), anche gli *Accordi di Settore con le Associazioni di Categoria* (da cui è derivata, nel corso del 2005, la stipula di 23 Intese operative, a seguire le 20 del 2004) e l'*Accordo con il Sistema Camerale*. Ma, sempre nel 2005, si sono anche concretizzati i primi progetti condivisi nel quadro dell'Accordo con la Conferenza dei Rettori delle Università Italiane (CRUI) ed è stata data la prima