



Genova: al 54° Salone Nautico Internazionale importante il sostegno di ICE-AGENZIA

Genova, 16 ottobre 2014 - In occasione del 54° Salone Nautico Internazionale di Genova, conclusosi lo scorso 6 Ottobre, ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, in collaborazione con UCINA Confindustria Nautica, ha organizzato una missione di 108 operatori esteri, tra dealer e giornalisti.

40 operatori commerciali esteri, 68 giornalisti specializzati per un totale di 108 operatori provenienti da 30 paesi, 500 gli incontri fissati con i circa 50 espositori aderenti all'iniziativa e 960 press-match. Sono questi i significativi numeri che permettono di tracciare la dimensione dell'impegno di ICE-Agenzia a sostegno delle attività di internazionalizzazione del 54° Salone Nautico di Genova.

30 i paesi di provenienza di operatori e giornalisti: Cina e Hong Kong, India, Brasile, Russia, Emirati Arabi, Qatar, Arabia Saudita, Libano, USA, Australia, Nuova Zelanda, Germania, Austria, Repubblica Ceca, Francia, Spagna, Portogallo, Belgio, Olanda, Regno Unito, Svezia, Norvegia, Croazia, Polonia, Romania, Ucraina, Turchia, Svizzera, Argentina. Tra i più rappresentati in termini di partecipanti: USA, Germania, India, Emirati Arabi, Brasile, Russia, Spagna e Cina (incluso Hong Kong).

"La partecipazione di una delegazione estera così numerosa e composita" evidenzia Roberto Luongo, direttore generale di ICE-Agenzia "ha permesso l'organizzazione di un elevato numero di incontri commerciali e di stampa specializzata, ampliando così le opportunità delle aziende espositrici italiane e, più in generale, contribuendo al rafforzamento dell'immagine e del posizionamento internazionale del Salone, a beneficio di tutta la nostra industria nautica e delle relative esportazioni."

"Riuscire a dare al Salone un maggior respiro internazionale" sottolinea Marina Stella, direttore generale di UCINA "è stato uno dei punti di forza di questa edizione. L'indispensabile sostegno di ICE-Agenzia ci ha consentito non solo di fornire un servizio estremamente mirato alle aziende espositrici che da sole non avrebbero la forza di sostenere investimenti per essere presenti all'estero, ma di avviare un nuovo e più articolato percorso di posizionamento del Salone e delle eccellenze che qui trovano visibilità presso il pubblico di altri paesi, a partire dall'intero comparto dell'industria nautica italiana. Per quanto ci riguarda è un'attività che intendiamo capitalizzare e cui intendiamo dare seguito nei prossimi mesi, a maggior ragione ora che i fari sulla 54esima generale di UCINA "è stato uno dei punti di forza di questa edizione. L'indispensabile sostegno di ICE-Agenzia ci ha consentito non solo di fornire un servizio estremamente mirato alle aziende espositrici che da sole non avrebbero la forza di sostenere investimenti per essere presenti all'estero, ma di avviare un nuovo e

più articolato percorso di posizionamento del Salone e delle eccellenze che qui trovano visibilità presso il pubblico di altri paesi, a partire dall'intero comparto dell'industria nautica italiana. Per quanto ci riguarda è un'attività che intendiamo capitalizzare e cui intendiamo dare seguito nei prossimi mesi, a maggior ragione ora che i fari sulla 54esima edizione si sono spenti. Ci impegneremo, naturalmente, a migliorare l'organizzazione sulla base dei riscontri ricevuti dagli espositori. ”

Sono stati coinvolti nell'iniziativa 25 uffici della rete estera dell'Agenzia ICE che, tenendo conto anche delle indicazioni di UCINA, hanno curato la selezione e i contatti con gli operatori e i giornalisti stranieri, nonché l'organizzazione dei trasferimenti. Sono state curate e supportate da ICE-Agenzia e UCINA anche le attività di accoglienza degli ospiti, incluso l'allestimento di un'apposita lounge a loro dedicata, l'assistenza e il coordinamento, eventi di networking e un ciclo di 'dealer meeting', evento collaterale al Salone, con l'obiettivo di agevolare l'incontro delle PMI espositrici con i rispettivi dealer esteri, in location di indubbio prestigio quali i Palazzi del circuito dei Rolli.

Gli operatori commerciali partecipanti alla missione hanno seguito un'agenda di circa 500 incontri bilaterali predisposta da ICE-Agenzia sulla base dei relativi profili aziendali e delle manifestazioni di interesse espresse dai circa 50 espositori italiani che hanno aderito all'iniziativa.

Da sottolineare la qualità dei giornalisti specializzati selezionati che hanno avuto modo di incontrare gli espositori dedicando particolare attenzione a chi aveva dato specifica adesione: una preziosa vetrina, specie per le aziende di minori dimensioni, per far conoscere all'estero la propria realtà e, al contempo, un importante veicolo di promozione per l'immagine del Salone.

A supporto dell'intera operazione, è stata realizzata una pianificazione pubblicitaria su testate economiche, stampa specializzata ed extra-settore prevalentemente all'estero, nei paesi di maggiore interesse.