



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

VERSIONE FINALE



Ministero dello Sviluppo Economico

Cabina di Regia per l'internazionalizzazione

VIII riunione – Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, 20 dicembre 2019

CONGIUNTURA ECONOMICA INTERNAZIONALE

I dati finora disponibili per il 2019 sembrano confermare il momento di difficoltà dell'economia globale, caratterizzata da un **rallentamento dei tassi di crescita**, sia economica (+3,6%, nel 2018, rispetto al +3,8% del 2017), sia del volume degli scambi di beni e servizi (+3,7 nel 2018, rispetto a + 5,5% nel 2017, dati Fondo Monetario Internazionale), con le economie avanzate che crescono di circa la metà rispetto a quelle dei *mercati emergenti e in via di sviluppo*¹.

Le **esportazioni** di beni e servizi a livello globale (dati FMI) **sono cresciute** nel 2018 **del 3,8%** (+3,1% per le economie avanzate e +3,9% per i paesi emergenti e in via di sviluppo), **in rallentamento di 2 punti percentuali rispetto al 2017**, anche per la **diffusa incertezza che condiziona lo scenario internazionale**: dalle numerose tensioni socio-politiche, alle criticità legate alla Brexit, sino alle diverse spinte protezioniste, oltre al cosiddetto *“soft landing”* di due economie trainanti come Stati Uniti e Cina e alla dinamica di forte rallentamento dell'*automotive*, a livello globale e in Germania in particolare.

In tale scenario, le **esportazioni di beni italiani continuano a crescere**: nei primi 9 mesi del 2019, esse sono ammontate a 352 miliardi di euro, +2,5% rispetto allo stesso periodo del 2018. Anno, il 2018, anch'esso caratterizzato da una dinamica positiva (+3,6% sul 2017), con beni esportati per un valore totale di 465 miliardi (pari al 26,34% del PIL), cui si sono aggiunti 103 miliardi di esportazione di servizi (+5% sul 2017, 5,9% del PIL). Rispetto però alla crescita record del nostro export nel 2017 (+7,6% rispetto al 2016) si rimarca una decelerazione dei nostri ritmi di crescita sui mercati esteri.

Rispetto ai tradizionali benchmark europei, il bilancio dell'export italiano è positivo, confermando come l'Italia sia sinora riuscita a tenere il passo, se non a superare, i principali concorrenti (*v. grafico*).

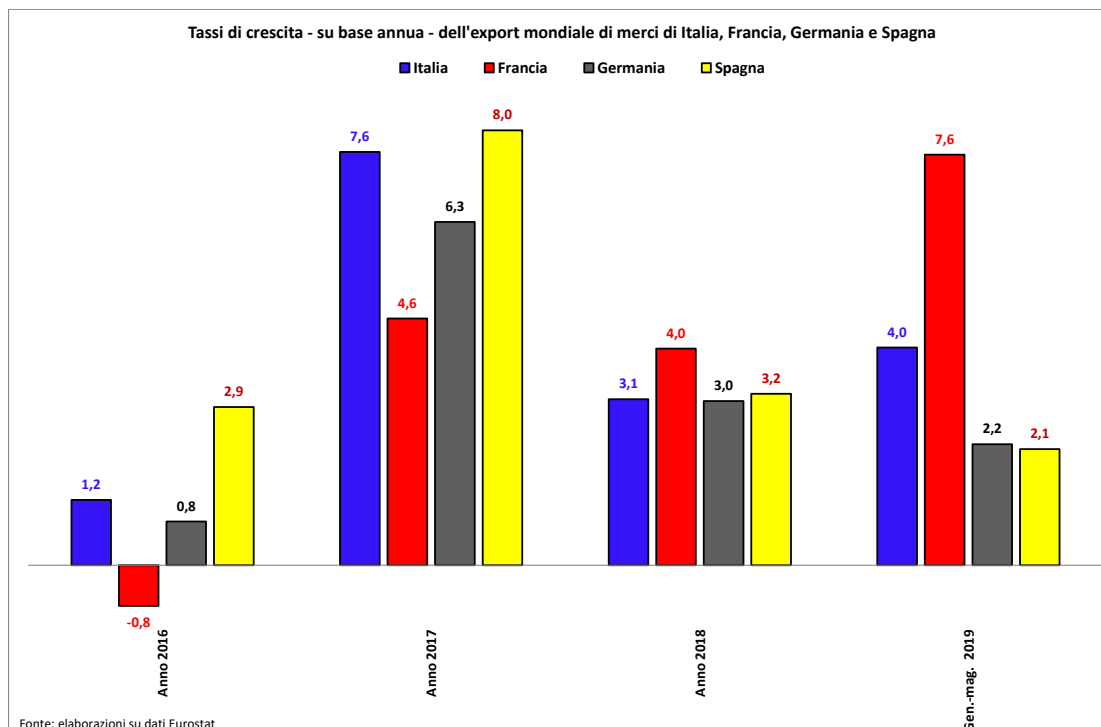
In prospettiva, nel triennio 2019-2021, l'export italiano di beni dovrebbe fare registrare - secondo le stime elaborate da Sace-Simest e Prometeia² - un tasso medio annuo di crescita del 2,7% circa.

Se tale scenario dovesse essere confermato, **l'export di beni e servizi si manterrà una delle componenti più dinamiche della ricchezza nazionale, arrivando a contare il 33% del PIL italiano nel 2021** (con un contributo crescente, pari al 6,2%, dato dalle esportazioni di servizi)³.

¹ Asia +6,4%; mercati europei emergenti (area balcanica, Ungheria, Polonia e Turchia) +3,1%; Africa sub-sahariana +3,2%; area MENA (Medio Oriente, Nord Africa + Asia Centrale, Afghanistan e Pakistan) +1,6%. Tra i mercati emergenti e in via di sviluppo, l'America centro-meridionale è la regione con la crescita più bassa (+1%).

² L'analisi di scenario di Prometeia stima una crescita attorno al 2% nel biennio 2019-2020 per poi accelerare al 2,9% nel 2021 (per un valore pari a 494 miliardi di euro); quella di Sace-Simest la pone al 3,24% nel 2019, al 2,84% nel 2020 e al 3,4% nel 2021 (per un valore finale superiore ai 510 miliardi di euro). Elaborando i dati Ameco della Commissione Europea, si ottiene per il biennio 2019-2020 un incremento ancora superiore, rispettivamente 3,8 e 4,5 per cento, con il superamento della soglia dei 500 miliardi di euro già nel 2020.

³ Fonte: analisi di scenario Prometeia.



Per quanto concerne il **settore turistico**, che rappresenta una componente importante del nostro PIL (pari al 13,2%), **nel 2018 si è registrato un incremento dei flussi nel nostro Paese** (turisti stranieri +2,8% e turisti italiani +1,1%). Nel 2018 i ricavi dal turismo internazionale sono ammontati a 41,7 miliardi di euro (+6,5% rispetto al 2017), mentre i consumi degli italiani all'estero sono stati pari a 25,5 miliardi di euro (+3,8% rispetto al 2017), con un saldo positivo della bilancia turistica di 16,2 miliardi (+11,2% rispetto all'anno precedente).

Il trend positivo è proseguito anche nel primo semestre del 2019, durante il quale i visitatori dall'estero sono stati circa 43 milioni (+2,0% sul 2018) e i pernottamenti, circa 165 milioni, sono aumentati del + 4,3% rispetto allo stesso periodo del 2018.

Rispetto ai nostri competitori diretti, nei primi otto mesi dell'anno, i flussi internazionali nelle strutture ricettive italiane hanno superato i 91 milioni di arrivi rispetto agli 84,5 milioni di arrivi in Francia. Si è registrata inoltre, una maggiore crescita dei ricavi internazionali rispetto alla Spagna, sebbene quest'ultima abbia avuto in termini assoluti introiti per 74 miliardi di euro rispetto ai 36 miliardi dell'Italia.

Dal punto di vista strategico, **il processo d'integrazione dell'economia internazionale sembra proseguire, nonostante le molteplici tensioni che rallentano la dinamica degli scambi**. Siamo di fronte a una nuova fase della globalizzazione con le imprese sempre più chiamate a intercettare i bisogni latenti dei mercati e la necessità di concentrarsi su qualità di prodotti e servizi offerti. **La ricerca di un modello sostenibile per la globalizzazione si può rivelare un'opportunità per le imprese italiane**, affinché il più ampio numero di esse possa godere anche dei vantaggi competitivi connessi alla transizione climatica: efficienza dei processi produttivi, bio-economia e economia circolare, riutilizzo degli scarti anche di origine vegetale.

Alcuni elementi di cambiamento possono giocare a nostro favore. Si pensi alle **innovazioni tecnologiche e digitali, che si rivelano soluzioni abilitanti per superare vincoli dimensionali alla crescita internazionale (l'e-commerce o il controllo da remoto di alcune attività, ad esempio, consentono di abbattere i costi fissi che in passato hanno limitato l'internazionalizzazione di imprese particolarmente piccole)**. Allo stesso modo, le imprese italiane possono avvantaggiarsi di alcuni **trend sociali e demografici** (allungamento della vita, sviluppo dei ceti medi, urbanizzazione) che rendono interessanti mercati sino a oggi marginalmente destinatari delle nostre esportazioni (emblematico il caso dell'Africa) e che aprono nuovi scenari anche per il territorio nazionale, con possibilità di recupero di aree in via di spopolamento attraverso **forme innovative**

di internazionalizzazione dei territori (grazie ad internet e collegamenti a centri sanitari efficienti, i borghi rurali possono offrire una qualità della vita altissima a fasce più mature della popolazione di altri paesi europei). Infine, le attività di **cooperazione fra grandi metropoli, nuovi motori di innovazione**, nel quadro di ordinati rapporti diplomatici, possono costituire piattaforme di sviluppo per le numerose aziende nazionali che guardano a **smart cities, Internet of Things, mobilità sostenibile**. In tutti questi casi, ma ve ne sono molti altri, **vincono le imprese che innovano ed eccellono, anche nei settori tradizionali**.

In questo contesto appare opportuno un coordinamento a livello comunitario sui grandi temi industriali che devono guardare da un lato alle crisi settoriali come, ad esempio il siderurgico, e dall'altro ai settori strategici per la competitività europea nel mondo come, ad esempio, le batterie elettriche. E' recente il via libera dalla Commissione europea all'IPCEI sul tema⁴, così come appare di interesse il settore dell'idrogeno.

RIFORMA DELLE COMPETENZE IN MATERIA DI COMMERCIO INTERNAZIONALE E DI INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PAESE

In tale quadro globale di diffusa incertezza, ma anche di grandi opportunità per le imprese italiane capaci di innovare e competere sui mercati internazionali, e a fronte di un sempre maggiore peso dell'export in relazione al PIL nazionale, il Governo italiano, con il **Decreto Legge n. 104 del 21 settembre 2019**⁵ (convertito con L. 18 novembre 2019, n. 132), **ha trasferito dal Ministero dello Sviluppo Economico al Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale le competenze in materia di politica commerciale e di internazionalizzazione del Sistema Paese**.

L'intervento normativo: a) **riconosce la "diplomazia economica" come componente essenziale della politica estera, attribuendo alla Farnesina**, attraverso l'apporto irrinunciabile della rete di Ambasciate e Consolati, **il ruolo di interpretare le trasformazioni globali e offrire al mondo produttivo italiano le chiavi di lettura per meglio affrontare le sfide dell'internazionalizzazione**; b) risponde all'aspettativa di imprese e associazioni di categoria di avere un **referente istituzionale unico sul tema dell'internazionalizzazione**; c) realizza un'opera di **razionalizzazione e di semplificazione amministrativa**. Si rafforza così una visione strategica per una migliore e più efficace **tutela dell'interesse nazionale**.

La Cabina di Regia, co-presieduta dai Ministri degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e dello Sviluppo Economico, **si conferma uno strumento di straordinaria importanza**, che continuerà a riunirsi, con cadenza annuale, **per elaborare le strategie e individuare le priorità per l'internazionalizzazione del Sistema Paese**, in maniera condivisa fra Istituzioni e mondo produttivo.

BILANCIO DELLE ATTIVITÀ E RISULTATI

1) Il Piano straordinario per il Made in Italy

Nel 2019 sono state dedicate al **Piano straordinario per il Made in Italy** attuato dal MISE attraverso ICE-Agenzia risorse finanziarie dell'ordine di 140 milioni di Euro, confluite su 9 macro-linee di attività. Complessivamente sul quinquennio 2015-2019 lo stanziamento complessivo si è attestato a **660 milioni di euro** con un significativo incremento rispetto agli anni precedenti.

⁴ L'obiettivo è creare una catena di valore pienamente integrata nell'UE che produrrà materie prime, celle, moduli e sistemi di batterie su larga scala, e che consentirà la riconversione e il riciclaggio delle batterie su scala industriale.

⁵ Il D.L. 104/2019, rubricato «Disposizioni urgenti per il trasferimento di funzioni in materia di turismo e di commercio internazionale e di internazionalizzazione del sistema Paese, nonché per assicurare continuità delle funzioni all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni», prevede, a partire dal 1° gennaio 2020, il passaggio alla Farnesina delle risorse umane, strumentali - compresa la sede - e finanziarie - compresa la gestione residui - della Direzione Generale per il commercio internazionale del Ministero dello Sviluppo Economico, che sarà soppressa. Infine, con l'obiettivo di accrescere il coordinamento delle attività all'estero, in favore delle imprese, di Ambasciate e Consolati e degli Uffici ICE è attribuita al MAECI la vigilanza diretta sull'attività promozionale di ICE Agenzia, che sarà esercitata in raccordo con il Ministero dello Sviluppo Economico.

FOCUS: I risultati del Piano Straordinario, per il 2018/2019, 9 macro-linee di attività

1) Formazione PMI (risorse destinate: 4 mln € nel 2018; 9 mln € nel 2019)

La più rilevante iniziativa promozionale di formazione è il **Roadshow per l'internazionalizzazione delle imprese**, con l'obiettivo di informare e formare le PMI sugli strumenti di sostegno pubblico all'internazionalizzazione (8 tappe sia nel 2018 che nel 2019).

2) Potenziamento fiere italiane (risorse destinate: 33.5 mln € nel 2018; 29 mln € nel 2019)

Le grandi fiere italiane costituiscono piattaforme di marketing per la promozione delle eccellenze nelle loro più ampia declinazione in termini di varietà, qualità e innovazione tecnologica (nel 2018 sono state sostenute 55 manifestazioni e nel 2019 67, con un forte impegno su Sistema Moda, Tecnologia e Food & Beverage). Il programma **"spazio start up"** ha fatto emergere progetti innovativi potenzialmente applicabili a tutti i comparti dell'industria manifatturiera e dei servizi.

3) Valorizzazione produzioni di eccellenza (risorse destinate: 6.5 mln € nel 2018 e 6.5 mln € nel 2019)

Sostegno sui mercati internazionali delle esportazioni di prodotti agroalimentari e di vini.

4) Sostegno alla penetrazione dei prodotti italiani nei diversi mercati, anche attraverso appositi accordi con le reti di distribuzione (risorse destinate: 20.2mln € nel 2018 e 21 mln € nel 2019)

In USA, Canada, Cina, Giappone, UK e Paesi ASEAN sono stati stipulati accordi con le principali **catene della grande distribuzione**, con l'obiettivo di conquistare quote di mercato, attraverso una diffusione della presenza e il miglioramento del posizionamento del *Made in Italy* nel *retail*.

5) Comunicazione strategica (risorse destinate: 18 mln € nel 2018 e 23 mln € nel 2019)

Campagne di comunicazione in USA, Cina e Giappone per la diffusione, fra operatori commerciali e consumatori finali, della qualità del **"Made in Italy"**, in contrapposizione all'"Italian Sounding", che causa danni stimabili in circa 100 miliardi di euro annui per mancate esportazioni.

6) e-Commerce (risorse destinate: 9.3 mln € nel 2018 e 19 mln € nel 2019)

La strategia digitale è uno dei punti chiave del sostegno del *Made in Italy* sui mercati internazionali, caratterizzati dalla crescente importanza del *marketing omnichannel* (le vendite *retail* attraverso i canali digitali supereranno nel 2019 il valore di 3.400 miliardi di dollari, rispetto ai 2.800 miliardi del 2018, fonte: Statista). L'obiettivo di tale strategia è duplice: agevolare ed incentivare l'accesso delle aziende italiane, soprattutto PMI, ai **canali distributivi online** (*marketplace* internazionali e *retailer* digitali), e generare traffico in grado di sostenere la *performance* economica degli *store* gestiti dalle nostre imprese, assicurando visibilità ed **engagement tra i consumatori millennial**, con un focus su Cina, USA, Unione Europea.

7) Azioni promozionali innovative per l'acquisizione e la fidelizzazione della domanda estera (risorse destinate: 24.5 mln € nel 2018 e 16 mln € nel 2019)

Il **Global Start Up Program**, ha introdotto specifiche misure per il sostegno delle **imprese emergenti italiane**, i cui prodotti o servizi presentino potenzialità a livello internazionale. A circa 100 start up innovative è stato offerto un percorso per rafforzare le capacità tecniche, organizzative e finanziarie per affrontare nuovi mercati con riferimento a **ICT** (*blockchain*, intelligenza artificiale, *cyber security*, industria 4.0, *fintech*); **automotive e robotica** (batterie e auto elettriche, guida autonoma, *future mobility*, applicazioni per il *car sharing* e relativi *web services*); **medtech** (attrezzature medicali e app, *life sciences*); **economia circolare** (emissioni *low carbon*, materiali innovativi e sostitutivi della plastica).

8) Rafforzamento organizzativo di start up e micro PMI attraverso l'erogazione di voucher per Temporary Export Management (TEM) (risorse destinate: 10 mln € nel 2018 e 10 mln € nel 2019)

La seconda edizione della misura ha visto un impegno pari a 49,6 milioni di euro (18 milioni attinti dai Fondi Europei del PON Imprese e Competitività per le regioni Basilicata, Calabria, Campania, Puglia e Sicilia). I *voucher* complessivamente erogati sono più di 4.000 e si articolano in due tipologie: **early stage**, pari a 10.000 euro e **advanced stage**, pari a 15.000 euro incrementabili fino a 30.000.

9) **Attrazione degli investimenti esteri** (risorse destinate: 5 mln € nel 2018 e 6.5 mln € nel 2019)

Per attrarre **investimenti esteri generatori di crescita ed occupazione**, si sono: rafforzata l'interazione tra i diversi attori istituzionali e privati dell'attrazione investimenti (con alleanze e *partnership* sul territorio), promosse l'Immagine Paese e le opportunità di investimento in Italia, garantita assistenza agli investitori esteri (per IDE di particolare impatto è intervenuto il Comitato Attrazione Investimenti Esteri-CAIE). È stata implementata la rete di *Desk* e Unità Attrazione Investimenti Esteri di ICE-Agenzia nelle principali piazze finanziarie e commerciali internazionali per intercettare operatori esteri, mapparne le esigenze e fornire supporto durante il ciclo dell'investimento.

2) Il Polo italiano dell'export e dell'internazionalizzazione del gruppo Cassa Depositi e Prestiti

Nel 2018, il Polo italiano dell'export e dell'internazionalizzazione del gruppo Cassa Depositi e Prestiti (CDP), anche grazie all'attività di finanziamento di CDP, ha ulteriormente rafforzato il proprio supporto della competitività internazionale delle imprese. Le risorse nette complessivamente mobilitate nell'anno sono state pari a 21,4 miliardi di euro, con una crescita del 35% rispetto al 2017.

Il 2018 ha registrato livelli *record*, grazie al contributo di tutte le linee di attività: 5,4 miliardi di euro di garanzie su finanziamenti a imprese italiane per lo sviluppo internazionale e su cauzioni per gare e commesse estere (+107%); 4,5 miliardi di euro di finanziamenti diretti a supporto delle operazioni di *export finance* e di internazionalizzazione tramite CDP (+33%); 14,0 miliardi di euro per operazioni di *export credit* da parte di SACE (-7%); 746 milioni di euro di contributi all'*export* e su partecipazioni, nuove partecipazioni, dirette e indirette, e operazioni di finanza. Nel 2018 si è ulteriormente rafforzata la posizione del polo nel confronto internazionale: i volumi assicurati da SACE nell'*export credit* di medio-lungo termine sono risultati, infatti, superiori a quelli tedeschi e francesi, con una copertura sull'*export* italiano di beni durevoli pari al 5,8% (Germania: 1,4%; Francia: 3,1%; Regno Unito: 1,2%).

Nel 2019, il gruppo CDP ha rinnovato l'impegno in favore dell'*export* e dell'internazionalizzazione delle imprese italiane, ponendolo tra le priorità della propria azione a sostegno dell'economia italiana. Il Piano Industriale 2019-2021, approvato il 5 dicembre 2018, ha previsto la mobilitazione di 83 miliardi di euro per la crescita delle imprese, di cui oltre la metà per il sostegno all'*export*. Ha fissato inoltre l'obiettivo di triplicare il numero di beneficiari portando il *target* a 60.000 aziende supportate, con un focus crescente sulle PMI. Per raggiungere tali obiettivi si è avviata un'azione strutturale lungo due linee-guida: il rafforzamento dell'offerta di prodotto e un nuovo modello di servizio.

L'offerta di prodotto è stata rafforzata attraverso:

- creazione di un catalogo unico di prodotti del Gruppo CDP per le imprese, comprese 7 linee dedicate all'*export*;
- introduzione di un referente unico per le imprese, per accedere a tutti i prodotti del Gruppo CDP;
- potenziamento del canale digitale per sostenere le piccole e medie imprese. Quattro prodotti per il supporto all'*export* - Credito fornitore, Finanziamenti agevolati per l'internazionalizzazione (Simest), *Digital Factoring*, Assicurazione del credito (SACE BT) - sono già fruibili *on-line*.

Il nuovo modello di servizio è stato sviluppato lungo tre direttrici:

- rafforzata presenza sul territorio nazionale, attraverso l'apertura di una rete di sedi del Gruppo CDP a supporto delle imprese e delle pubbliche amministrazioni (Verona, Genova e Napoli nell'anno in corso; Torino, Firenze, Palermo e Bari nel 2020).
- promozione delle filiere-chiave per il sistema economico italiano. In particolare, nel 2019, è stata avviata, la promozione delle filiere di difesa e aerospazio, agroalimentare e ingegneria per l'industria.

- Rafforzamento del raccordo con l'ICE. È stato siglato un protocollo d'intesa CDP-ICE in forza del quale l'ICE sarà presente con propri *flying desk* nelle sedi territoriali di CDP e CDP potrà costituire *flying desk* presso gli uffici all'estero dell'ICE-Agenzia. Il rafforzamento del raccordo con l'ICE risponde all'esigenza, manifestata in modo crescente dalle imprese, di poter contare su un Sistema integrato di sostegno, piuttosto che su una pluralità di soggetti.

Un focus particolare è stato attribuito da CDP al supporto alle imprese italiane verso la Cina, tramite ideazione e promozione di un apposito "pacchetto Cina" di prodotti a sostegno delle esportazioni e degli investimenti italiani nel Paese. Ne fanno parte, da luglio 2019, finanziamenti in valuta locale offerti grazie all'emissione di Panda Bond di CDP. In qualità di co-presidenza del Business Forum Italia-Cina (BFIC), CDP ha organizzato un Forum Finanziario (Milano, luglio 2019) e un Forum PMI a Tianjin. Il Gruppo CDP ha partecipato inoltre alla China International Import Expo di Shanghai (novembre 2019). È inoltre in via di finalizzazione uno studio, promosso da CDP con Sace, ICE e consulenti specializzati, su geografie e settori prioritari per una strategia di sistema di sostegno all'export in Cina.

Sul versante della cooperazione internazionale allo sviluppo, CDP ha impresso nuovo slancio all'attività di "Development Financing", con una struttura e fondi *ad hoc*, per fornire sostegno finanziario alle imprese in progetti di sviluppo sostenibile in paesi emergenti. Nell'ottica di CDP, la complementarità e l'integrazione di strumenti finanziari e un *mix* di risorse pubbliche e private può consentire di rafforzare il sostegno al Sistema Italia all'estero, accrescendo nel contempo il contributo dell'Italia al raggiungimento degli Obiettivi dell'Agenda 2030.

3) L'offerta delle banche a supporto di export e internazionalizzazione delle imprese italiane

Il sistema bancario ha rafforzato la propria offerta di **strumenti finanziari a supporto delle imprese esportatrici** e orientate all'internazionalizzazione (lettere di credito, *bid bonds*, *performance bonds*, ecc.), confermando la centralità del settore in questo segmento di attività. Iniziative congiunte ABI-banche-Gruppo CDP hanno cercato di allargare la platea di imprese in grado di fruire di tale strumentazione, in particolare attraverso la **semplificazione e informatizzazione delle procedure burocratiche** sottese al perfezionamento delle operazioni.

Con riferimento al **Trade finance**, dopo i miglioramenti delle polizze stipulabili sui crediti documentari, è stato reso operativo il **Master Risk Participation Agreement**, un nuovo strumento per il **risk sharing tra banche e SACE** nelle operazioni di esportazione, che prevede l'emissione di una garanzia a prima richiesta per la copertura delle operazioni di export, di più agevole escussione rispetto alle polizze attualmente in essere, a fronte di una maggiore condivisione del rischio con SACE.

4) Promozione integrata

Il **Piano di Promozione Integrata "Vivere ALL'Italiana"** è stato sviluppato dalla Farnesina per rafforzare la coerenza dell'attività promozionale della rete diplomatico-consolare e degli Istituti Italiani di Cultura, nonché al fine di favorire l'internazionalizzazione dell'industria creativa e culturale. Esso coniuga in maniera sinergica la promozione economico-commerciale con quella della **proiezione della cultura italiana all'estero** e della **valorizzazione delle nostre eccellenze nel settore scientifico e dell'innovazione**

Dal 2017 sono state previste risorse specifiche destinate al Piano di Promozione Integrata "Vivere ALL'Italiana" (amministrativamente definito: "Piano straordinario per il rafforzamento della promozione della cultura e della lingua italiana nel mondo"): 20 milioni per il 2017, 30 milioni per il 2018, 50 milioni per il 2019 e per il 2020.

Le risorse assegnate **hanno reso possibile un sensibile aumento delle attività organizzate dalla rete diplomatico-consolare e degli Istituti italiani di cultura**, passate tra il 2016 e il 2018 da circa 6 mila a circa 9 mila, in oltre 250 città di 110 Paesi.

Il **Programma** – che ha rappresentato un incisivo strumento non solo di diplomazia culturale ma anche di penetrazione commerciale e di valorizzazione del Made in Italy – **ha consentito, di potenziare le rassegne**

tematiche periodiche dedicate a design, ricerca, cinema, lingua, arte contemporanea e cucina, oltre che di rafforzare la diffusione della lingua italiana nel mondo, elaborando programmazioni annuali di promozione e cooperazione integrata in aree geografiche prioritarie (Mediterraneo e Medio Oriente nel 2018, Africa subsahariana nel 2019, Cina nel 2020).

Considerati i positivi risultati conseguiti e il potenziale tuttora da sviluppare, risulta prioritario assicurare la prosecuzione di questo programma almeno sino al 2024, confermandone la dotazione finanziaria di 50 milioni per ciascuno degli anni 2021, 2022, 2023 e 2024.

PROGRAMMAZIONE DELL'AZIONE PROMOZIONALE

Alla luce dei risultati conseguiti, la Cabina di regia ha individuato i seguenti macro-obiettivi per il 2020:

- a) **sostenere e rafforzare le esportazioni**, per il loro straordinario contributo a PIL e crescita nazionale, con particolare attenzione all'incremento del numero delle imprese esportatrici, specie **Piccole Medie Imprese e realtà imprenditoriali del Mezzogiorno** (valorizzando le sinergie con il Piano per il Sud);
- b) **garantire continuità all'azione di sostegno all'internazionalizzazione, attraverso un impegno straordinario**, che - stante l'impatto della componente export sul PIL - costituisce una **leva strategica per la dinamica economica e la tutela degli interessi del Paese**;
- c) **assicurare uno stanziamento finanziario straordinario per il triennio 2020-22**, mantenendo inalterata o potenziando la capacità promozionale (tra i 120 ed i 140 milioni di risorse aggiuntive annue rispetto alla programmazione ordinaria);
- d) utilizzare l'**internazionalizzazione** quale **strumento endogeno di crescita del sistema produttivo nazionale**, attraverso nuove sinergie tra strumenti promozionali sui mercati esteri e di politica industriale, che consentano alle imprese italiane di affrontare i radicali mutamenti in atto dei paradigmi tecnologici e di sostenibilità ambientale (in linea con il **new green deal**, sostenuto dal Governo Italiano per favorire, in sinergia con le imprese, un uso sostenibile delle risorse naturali, la transizione verso fonti di energia rinnovabili, l'efficientamento energetico e la digitalizzazione), nella consapevolezza che **l'innovazione incrementale, forza tradizionale delle nostre PMI, non è più sufficiente senza un attivo contributo di Università e Centri di ricerca di eccellenza e un'adeguata iniezione di risorse**. In tale quadro, vanno rafforzate l'internazionalizzazione del sistema delle **imprese start up ed innovative**, promuovendo il nuovo Fondo Nazionale per l'Innovazione "Invitalia Ventures" e tutti i **progetti rivolti a favorire innovazione e qualità** di specifici settori e/o filiere del **Made in Italy** [si pensi alla sperimentazione dell'utilizzo di nuove tecnologie, quali la c.d. *blockchain*, che agevolano la tracciabilità dei prodotti (*QR coding*) e le sue potenzialità in campo alimentare];
- e) **valorizzare le eccellenze italiane meno conosciute** (spesso perché relative a beni strumentali non rivolti al consumatore finale), attraverso un **Piano di Comunicazione innovativo che faccia ricorso anche a strumenti digitali e social**;
- f) **favorire la crescita delle imprese**, le cui dimensioni ridotte costituiscono spesso un ostacolo ad affacciarsi sui mercati esteri, **soprattutto attraverso nuovi canali commerciali**, quali ad esempio *l'e-commerce*, nonché **strumenti finanziari ad hoc**, resi disponibili dalle sinergie fra Gruppo CDP e mondo bancario.
- g) **dedicare una particolare attenzione all'esportazione di servizi**, attraverso la definizione di progetti promozionali specifici, in particolare, per quei servizi ancora oggi poco rilevanti per l'*export* nazionale

e ad alto contenuto di conoscenza e di utilizzo della proprietà intellettuale, quali R&S, attività professionali, tecniche e commerciali, servizi IT, servizi culturali, turistici, finanziari e assicurativi.

- h) intensificare gli sforzi per promuovere opportunità di investimento e co-investimento in Italia, con la massima attenzione alla salvaguardia di *asset* strategici nazionali. Andrà **diffusa la consapevolezza che gli investimenti esteri possono rappresentare un'opportunità per "fertilizzare" i territori e il sistema produttivo italiano**, costituito prevalentemente da PMI che spesso non hanno i capitali per competere ed espandersi sui mercati esteri. Per aumentare l'attrattività occorrerà anche **proseguire - in primis su impulso del Comitato Attrazione Investimenti Esteri (CAIE) - lo sforzo di semplificazione di norme e procedure, nonché presentare un'immagine del Paese più obiettiva e adeguatamente aggiornata**, rafforzando ulteriormente l'interlocuzione con gli enti che producono i principali indici internazionali, spesso punto di riferimento per gli investitori. **Verrà a tal fine riconfermato il mandato del CAIE al Gruppo di Lavoro inter-istituzionale sugli Indici Internazionali che ha di fatto svolto l'attività di un "Mr. Index"**.
- i) mettere a disposizione del Sistema Paese - attraverso l'azione della Farnesina e della sua rete diplomatica - strumenti di maggiore incisività nell'**azione di mitigazione degli elementi di incertezza**, quali ad esempio la Brexit e le tensioni derivanti dalle politiche commerciali statunitensi (contrastando le conseguenze di nuove barriere all'accesso ai mercati) e l'impatto delle contromisure russe alle sanzioni UE.

PAESI E SETTORI PRIORITARI PER L'ATTIVITÀ DI INTERNAZIONALIZZAZIONE E PER LE MISSIONI PAESE

PAESI

Il 97% delle esportazioni italiane è concentrato in 75 mercati. Sono stati identificati 24 paesi "ad alto potenziale" per le nostre esportazioni, fra i quali sono valutati prioritari: **Stati Uniti, Canada, Maturi UE (con particolare riguardo a Germania e Francia, prevedendo speciali programmi promozionali ad hoc), Regno Unito (con la predisposizione di specifiche azioni strategiche a supporto dell'export italiano nell'attuale frangente), Cina, Russia, Polonia, India, Giappone, Corea del Sud, Vietnam, Messico, Brasile, Turchia, Arabia Saudita ed Emirati Arabi Uniti** (TIER 1). Si ritengono altresì interessanti in virtù di un *mix* favorevole tra potenziale dell'*export* e attuali opportunità: **Indonesia, Filippine, Perù, Kazakistan, Marocco, Tunisia, Cile e Colombia** (TIER 2).

Tra i Paesi prioritari (TIER 1) si potrà individuare un gruppo più ristretto di 4-5 (fra cui Cina, Stati Uniti, Giappone, Canada, Russia, India) verso i quali adottare, con il coinvolgimento di tutti gli attori della Cabina di regia, **veri e propri "piani industriali" di sostegno all'export e all'internazionalizzazione**, di respiro pluriennale, che includano un'analisi strategica delle modalità più efficaci per accrescere l'*export* e l'internazionalizzazione delle nostre imprese, insieme ad un ventaglio di azioni attuative, comprendenti missioni (di sistema e settoriali), iniziative di formazione, piani di comunicazione integrata, pacchetti *ad hoc* di sostegno finanziario.

Alla luce dell'importanza crescente che da parte italiana si attribuisce al continente africano, ci si propone di avviare un **"Piano Speciale Africa"** che riguarderà paesi dell'Africa Sub Sahariana tra i quali: **Etiopia, Ghana, Kenya, Mozambico, Nigeria e Sud Africa**, con l'obiettivo di contribuire, anche attraverso **strumenti finanziari innovativi e di cooperazione**, alle prospettive di crescita locale in una logica di **sviluppo sostenibile; cogliere i crescenti spazi di mercato legati all'aumento di servizi, investimenti esteri e all'emergere di una nuova classe media; sostenere la presenza di imprese italiane, segnatamente nei settori delle costruzioni, dell'engineering e dei macchinari** (ad es. per la filiera agro-alimentare, lavorazione tessile e concia).

Le **missioni imprenditoriali a guida politica** continueranno a rappresentare uno **strumento fondamentale per perseguire obiettivi di visibilità e penetrazione a medio-lungo termine**. Esse coinvolgeranno le Associazioni imprenditoriali sin dall'azione di individuazione dei settori strategici su cui focalizzarle. Tali missioni potranno inoltre **aprirsi al mondo dell'Università e della ricerca**, in considerazione della sempre maggiore compenetrazione tra ricerca, innovazione e industria e sulla scorta dei successi del Tech Summit 2018 in India e del Forum dell'Innovazione 2019 negli Stati Uniti.

La scelta dei Paesi in cui tenere *roadshow* in materia di attrazione degli investimenti esteri all'estero è frutto di una valutazione complessiva, operata tenendo conto: i) dei dati relativi al flusso degli IDE in entrata e dello stock di investimenti stranieri realizzati nel nostro Paese nell'ultimo decennio; ii) dell'attività di *scouting* di investitori esteri, svolta dalla rete di *Desk / Unit FDI* di ICE-Agenzia in stretto raccordo con la rete diplomatico-consolare in selezionati mercati esteri strategici; iii) Paesi dove si svolgono eventi di elevata visibilità in materia di investimenti, all'interno dei quali organizzare un Focus Italia (es. Dubai / EAU e Turchia).

In questo contesto, i paesi focus per il Sistema Italia individuati per il 2020 sono:

- **per missioni di sistema e G2G: Arabia Saudita, Brasile*, India*, Messico*, Vietnam*** (* paesi con Accordi FTA conclusi o in corso di definizione con l'Unione Europea).
- **per missioni settoriali B2B:** alcune destinazioni da individuare fra **Indonesia, Kazakistan, Cina, Polonia, Serbia, Perù, Marocco, Tunisia, Giappone, Canada, Corea del Sud**. Per missioni nei settori ad alta tecnologia: **Svizzera e Repubblica Ceca**.
- **per Roadshow/missioni in materia di attrazione degli investimenti esteri: Australia, Canada, Corea del Sud, Emirati Arabi Uniti, Francia, Giappone, India, Irlanda, Regno Unito, Svizzera, Taiwan, Turchia**.

Con riferimento specifico all'attività di supporto finanziario e assicurativo a favore delle imprese italiane, mercati prioritari di opportunità sono anche il Qatar e, per progetti di natura strategica, l'area dei cosiddetti paesi "Stan" (tra cui Azerbaijan, Kazakistan, Turkmenistan e Uzbekistan).

Vi sono mercati, di grande importanza per l'export italiano, che hanno raggiunto un grado di rischio sovrano significativo o sui quali il sistema di sostegno all'export ha maturato livelli elevati di concentrazione. Per continuare a sostenere le imprese italiane su tali mercati è necessario rivedere e rafforzare gli strumenti di intervento, includendo un rafforzamento della base capitale della SACE e una revisione, anche normativa, dei meccanismi di condivisione del rischio con lo Stato. La Convenzione di riassicurazione tra la SACE e il MEF dovrà essere rivista per migliorare il grado di certezza e la velocità nei tempi di risposta alle imprese interessate.

Il Fondo 394, di grande importanza per il sostegno all'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese, dovrà continuare ad avere una adeguata dotazione di risorse e quindi essere rifinanziato. Per il Fondo 295 occorrerà inoltre continuare a migliorare la gestione del rischio di tasso d'interesse.

SETTORI

L'87% delle esportazioni italiane è concentrato in 45 settori. Sono considerati prioritari per il 2020:

- a) meccanica strumentale** (inclusi impiantistica per *Oil&Gas* e chimico), **robotica, mezzi di trasporto** (con particolare riferimento ad auto elettrica e a guida autonoma ed inclusa la cantieristica), **settori tipici del G2G** (sicurezza, aerospazio ed energie rinnovabili), **costruzioni** (infrastrutture), **digitale** (ICT e *cybersecurity*), **economia circolare, cultura e turismo**;
- b) sistema moda-design** e comparto **agro-alimentare** (valorizzando le filiere, la promozione dei territori d'origine, lo sviluppo di catene del valore sostenibili, le indicazioni geografiche e la tutela della qualità; promuovendo un modello di alimentazione sano ed equilibrato, quale la dieta mediterranea);
- c) health-care** (farmaceutica, biomedicale e dispositivi medici).

E' fondamentale la valorizzazione dei settori ad alto contenuto tecnologico e di innovazione, in cui l'Italia esprime eccellenze, quali ad esempio **spazio, aerospazio e cybersecurity**, che assumono un ruolo cruciale per lo sviluppo economico e sociale del Sistema Paese e potranno acquisire una quota crescente delle nostre esportazioni (soprattutto di servizi).⁶

STRUMENTI STRATEGICI E LINEE PROMOZIONALI INNOVATIVE

- a) evoluzione del **Road Show per l'internazionalizzazione**, con focus geografici, tematici e settoriali anche in preparazione delle azioni di sistema;
- b) potenziamento dei programmi formativi, integrandoli con azioni promozionali in Italia e all'estero, prestando particolare attenzione alle linee di *policy* già identificate quali prioritarie da recenti provvedimenti del Governo (digitalizzazione dell'offerta di beni e servizi, partecipazione delle imprese alle principali fiere italiane ed internazionali, sostegno ad imprese *start up* ed innovative, anche nel settore turistico);
- c) ulteriore **sviluppo delle iniziative di promozione integrata**, che contemperino la **dimensione economico-commerciale** con quella della **proiezione della cultura italiana all'estero** e della **valorizzazione delle nostre eccellenze nel settore scientifico e dell'innovazione**;
- d) elaborazione di un **Piano di Comunicazione innovativo** per i mercati esteri extra-UE **delle eccellenze italiane** nei settori in cui la *leadership* produttiva e tecnologica italiana non è sufficientemente conosciuta e potenziamento dell'attività di *brand positioning* turistico, attraverso campagne *online* e *offline* su tutti i mercati principali e ad alto potenziale;
- e) continuare l'azione di comunicazione anche per i settori tradizionali, mettendo in rilievo la responsabilità sociale, etica ed economica del nostro modello produttivo e puntando sull'informazione e l'educazione dei consumatori stranieri rispetto alla qualità e salubrità dei prodotti italiani;
- f) rafforzamento delle strategie per incrementare l'utilizzo del canale **e-commerce** (competenze digitali, visibilità attraverso grandi *marketplace*, ecc.), difendendo la proprietà intellettuale di fronte ai tentativi di contraffazione, frodi, illecita evocazione dell'italianità o il cd. "Italian sounding";
- g) promozione di servizi nell'ambito dell'industria creativa e culturale (cinema, editoria, restauro, ecc.);
- h) valorizzazione delle eccellenze dei territori nel loro complesso (distretti produttivi, indicazioni geografiche, turismo), in coordinamento con le regioni e gli altri enti territoriali in un'ottica di filiera principalmente produttiva;
- i) valorizzazione della partecipazione italiana a **Expo Dubai 2020**, quale piattaforma per l'internazionalizzazione di imprese innovative, industrie creative, tecnologie per la sostenibilità e produzioni sostenibili, **cybersecurity, educazione ai corretti stili alimentari**;
- j) continuità alle iniziative di cui al **Piano Export Sud**, da estendere eventualmente ad altre Regioni, per avviare sui mercati internazionali nuove imprese, in particolare PMI, previa formazione *ad hoc*;
- k) accrescere la quota di imprese italiane che partecipano alle **fiere internazionali**, promuovendo al contempo l'esportazione dei formati di alcuni eventi di alto livello, e favorire la partecipazione di operatori stranieri alle principali **manifestazioni fieristiche in Italia**;
- l) sostenere ed incentivare lo sviluppo di partenariati consolidati tra grandi imprese e imprese di media-piccola dimensione (nell'ambito di distretti, filiere e catene di subfornitura di prodotti e servizi), per aumentare la capacità di queste ultime di affacciarsi sui mercati esteri;
- m) sostenere e incentivare i processi di aggregazione e qualificazione dell'offerta di prodotti e servizi delle PMI *export oriented*, soprattutto del Mezzogiorno, attraverso attività di formazione e tutoring;

⁶ In particolare, **spazio e aerospazio** sono settori strategici sia sul piano delle soluzioni industriali e delle applicazioni, così come per il grande impulso che forniscono alla ricerca di base e applicata, al progresso tecnologico e alle capacità di sviluppo e produzione dell'Industria nazionale. Tale rilevanza è riconosciuta da ultimo dall'istituzione con l. 7/2018 di un apposito Comitato interministeriale presieduto dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri (COMINT). Analogamente, l'Italia è riuscita a sviluppare in pochi anni un'importante *expertise* nel settore della **cybersecurity**, per rispondere alla crescente domanda di soluzioni per la sicurezza informatica, dovuta in primis alla progressiva digitalizzazione dei processi sia nel settore pubblico che privato.

- n) proseguire il programma *voucher* per i servizi prestati da **Temporary Export Manager - TEM** qualificati, sviluppando, sulla base di una verifica dei risultati ottenuti, quanto già realizzato con le prime due edizioni;
- o) promuovere **tavoli settoriali ad hoc** (“Fiere”, “Moda”, “agro-alimentare”) con l’obiettivo di coordinare le iniziative tra attori e *stakeholder*, per una migliore gestione delle risorse pubbliche;
- p) dare avvio al progetto **e-desk**, con cui ICE Agenzia e SACE-SIMEST metteranno a sistema i rispettivi *data-base* ed il rispettivo *know-how* consentendo, sulla base della profilazione delle aziende, la definizione di percorsi integrati di accompagnamento all’export;
- q) dare visibilità, nel “*portafoglio di offerta*” delle opportunità di investimento, ai dossier delle aziende oggetto dei **tavoli di crisi** aperti presso il MISE, nonché alle azioni di riqualificazione e ri-orientamento industriale dell’area di Taranto e alla promozione delle Zone Economiche Speciali (ZES), con il coinvolgimento del Comitato Attrazione Investimenti Esteri e con le società di investimento in *equity* nel territorio nazionale, per sviluppare *joint venture* italo-estere;
- r) potenziare le attività della rete dei **Desk/Unit Attrazione Investimenti** (loro funzionamento in raccordo con la rete diplomatico-consolare e distribuzione geografica);
- s) valorizzare le esperienze di internazionalizzazione che coinvolgono la **cooperazione fra imprese, Università e centri di ricerca** (sull’esempio delle esperienze del Protocollo di cooperazione scientifica Italia-Israele), nonché avviare nuovi percorsi di valorizzazione all’estero delle capacità di innovazione, presenti nelle punte più avanzate dell’Università e dei centri di R&S nazionali.
- t) utilizzare i fori bilaterali e multilaterali onde **favorire l’accesso ai mercati terzi e la riduzione delle barriere non tariffarie**. In tale ambito, prevedere anche specifici progetti formativi per le imprese (certificazione dei processi produttivi, normative fito-sanitarie) e informativi per le controparti estere circa le diverse modalità del riconoscimento delle certificazioni richieste;
- u) confermare per il futuro gli attuali strumenti di finanziamento per la **registrazione di marchi e brevetti**.
- v) **in ambito turismo, rafforzare la rete internazionale ENIT** con l’apertura di nuove sedi a Guangzhou, Miami, Dubai, Singapore e Shanghai. Valorizzare i siti del nostro patrimonio culturale, materiale ed immateriale, riconosciuti dall’UNESCO come Patrimonio dell’Umanità - in funzione di attrazione e diversificazione dei flussi turistici verso l’Italia.
- w) **ricostituire presso il MiBACT il Comitato permanente per la promozione del turismo in Italia**, quale tavolo di confronto tra i principali soggetti coinvolti, anche ai fini dell’aggiornamento del Piano Strategico del Turismo, in considerazione del fatto che l’Italia (secondo i dati del UNWTO *World Tourism Barometer*) è al terzo posto per quanto riguarda la crescita dei flussi turistici (+7%) da gennaio a settembre 2019;
- x) valorizzare le attività previste nell’ambito dell’**Anno della Cultura e del Turismo Italia-Cina 2020** per promuovere l’inscindibile binomio tra patrimonio storico-artistico e paesaggistico dell’Italia, nonché per favorire lo sviluppo sostenibile del settore turistico, con particolare riguardo alla partecipazione ai principali eventi di promozione dell’*outgoing* verso l’Italia, a campagne di valorizzazione presso la TV di Stato e i principali media, nonché alla presenza in qualità di Paese Ospite d’Onore al **Macao Global Tourism Economy Forum 2020 (GTEF)**, principale foro di dialogo dell’area tra istituzioni pubbliche, operatori del settore, società finanziarie ed investitori.
- y) valorizzare il **sistema aeroportuale** al fine di migliorare la raggiungibilità delle destinazioni turistiche, nonché favorire i collegamenti tra alta velocità ferroviaria e aeroporti. Considerare nei negoziati aeronautici il possibile ampliamento delle frequenze dei voli anche in chiave di attrazione dei flussi turistici con i paesi chiave per l’*incoming* turistico, sempre in un’ottica di reciprocità nell’accesso ai rispettivi mercati.
- z) **sviluppare un Sistema Integrato Nazionale di rilevamento e analisi dei dati (Big Data) dei flussi turistici.**

FOCUS: Le macro-linee strategiche di servizio di ICE Agenzia

Eccellenza del Made in Italy e propensione all'esportazione

1. Estendere i servizi ICE a una platea più ampia di PMI (ed imprese artigiane e cooperative con accertato potenziale di export) prevedendo un incremento dei servizi resi gratuitamente;
2. espandere l'offerta dei servizi, con particolare attenzione al meridione ed a comparti più deboli del tessuto produttivo (agro-alimentare) o a più rapida evoluzione (settori ad alta tecnologia);
3. rinnovare la comunicazione all'estero dell'eccellenza del "Sistema Paese":
 - a. nuovi parametri statistici per valorizzare in termini di attrattività il Paese;
 - b. consolidare la visibilità delle nostre eccellenze nelle fiere estere;
 - c. rinnovare l'immagine ed il contenuto promozionale della presenza di ICE Agenzia in fiera;
 - d. ampliare le risorse finanziarie e di supporto legale per le imprese ed i Consorzi di tutela a fronte delle ingenti e continuative perdite dovute all'"Italian sounding" ed al proliferare a livello globale delle contraffazioni.

Integrazione dei sistemi di filiera

1. Aumentare il valore aggiunto domestico per euro esportato: priorità ai comparti con maggiore impatto netto sulla bilancia dei pagamenti;
2. consolidare la collaborazione con le organizzazioni di filiera.

Innovazione

1. Flessibilità/customizzazione dei modelli di supporto dell'Agenzia per adattarli alla fase congiunturale di settore ed ai nuovi modelli di consumo (focus su sostenibilità);
2. priorità alle nuove iniziative e focus sull'ecosistema start-up;
3. nuove modalità di intervento: focus su fondi e imprese innovatrici (Invest in Italy). In questo ambito, si segnalano le attività produttive connesse all'economia circolare, alla bio-economia, alla realizzazione degli impianti di biomassa e recupero del biogas: tutti ambiti ove il livello tecnologico raggiunto dall'Italia è infatti molto avanzato rispetto alla maggioranza degli altri Paesi EU e del mondo.

Digitalizzazione

1. Accelerare le piattaforme digitali per il commercio elettronico; privilegiare le piattaforme nazionali, estendere la rete di accordi e incrementare la formazione e assistenza alle imprese;
2. sviluppare digital tag/blockchain per tracciabilità dei prodotti: protezione dei marchi DOP, DOCG, DOC, IGP, lotta all'Italian Sounding ed alla contraffazione;
3. sviluppare la collaborazione con il Tavolo nazionale Blockchain, coinvolgendo anche le start-up;
4. sviluppare nuovi modelli di export basati su customizzazione remota del prodotto e logistica integrata;
5. **sviluppare "Big Data buyers" mondiali in associazione con il sistema fieristico.**

Giovani, Formazione e Occupazione

1. Collaborazione con i Centri per l'Impiego - CPI: progetto "RI-PARTI con l'Export"
 - a. moduli formativi (sul modello del "CORCE") diffusi sul territorio per agenti di commercio internazionale ed export manager;
 - b. priorità a candidati selezionati dai CPI tra titolari di reddito di cittadinanza e borse di studio per altri giovani;
 - c. desk di coaching per supporto inizio attività lavorativa.
2. Focus sulle start-up:
 - a. coordinamento congiunto con incubatori, Labs, AIFI, associazioni d'imprese;
 - b. visibilità attraverso la presenza nelle grandi manifestazioni di settore;
 - c. formazione ("Erasmus Startup") ed incubatore dedicato all'assistenza nelle procedure di esportazione;
 - d. progetto "adotta una startup" con grandi imprese;
 - e. nell'ambito dell'azione per l'attrazione di investimenti esteri, focus team dedicato per "intercettare" progetti legati all'avvio del Fondo nazionale di Venture Capital.

Gare internazionali

Riprendere iniziative formative quali “In gara con noi – Tender Lab”, per mettere in condizioni le PMI italiane di intercettare le opportunità derivanti dalle gare internazionali delle Banche multilaterali, dai Programmi europei e delle Agenzie delle Nazioni Unite o quelle scaturenti da grandi eventi. Strutturare – in sinergia con l’esistente piattaforma EXTENDER, dedicata alle opportunità di gare internazionali – materiali formativi sulle predette tematiche, fruibili dalle imprese in modalità da remoto. Sostenere le imprese italiane nella partecipazione alle gare internazionali e delle agenzie del sistema ONU

Elaborazione delle offerte di investimento, assistenza ed accompagnamento in favore degli investitori esteri.
Consolidare i servizi dell’ICE Agenzia (Ufficio di Coordinamento Attrazione Investimenti Esteri composto dal Gruppo di Lavoro congiunto ICE Agenzia – Invitalia S.p.A.) a supporto degli investitori stranieri.

COORDINAMENTO CON GLI ATTORI SUL TERRITORIO

1) Regioni:

Nel 2018, la spesa regionale per l’internazionalizzazione è aumentata del 35% rispetto all’anno precedente, passando da 83 a 112 milioni di euro. Si tratta di risorse ingenti - frutto anche dell’utilizzo di fondi strutturali UE per l’internazionalizzazione delle aziende - che vengono utilizzati per interventi spesso assimilabili a quelli messi in campo a livello nazionale, sia per quanto riguarda i settori, sia per i Paesi-obiettivo. Risulta di conseguenza ancora più necessario fare sistema per evitare sovrapposizioni e duplicazioni. Le strategie promozionali messe in campo dalle singole Regioni devono pertanto essere coerenti con le decisioni assunte in Cabina di Regia, attraverso opportune modalità di allineamento. Ciò consente di:

- allineare il quadro di obiettivi, mercati e strumenti promozionali prioritari delineato dalla Cabina di Regia con le linee di intervento di ciascuna Regione, raccordando l’azione di ICE, attraverso il ruolo di collegamento e coordinamento della Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome.
- rendere più efficace il flusso di informazioni in merito alle missioni di sistema e agli eventi promozionali all’estero;
- valorizzazione le eccellenze dei territori nel loro complesso (distretti produttivi, indicazioni geografiche, turismo).

In tema di attrazione di investimenti esteri, le Regioni hanno messo in campo specifici strumenti normativi e finanziari di supporto ed agevolazione, mediante l’utilizzo di risorse europee e regionali. Si è altresì realizzato un efficace modello di interazione fra Governo, ICE e Regioni nell’ambito del Comitato Attrazione Investimenti Esteri, che ha portato alla stipula di protocolli di intesa e di specifici piani operativi con ICE-Agenzia. Si auspica per il prossimo biennio un incremento nell’utilizzo di tali strumenti per migliorare sia l’offerta territoriale, sia le azioni di assistenza agli investitori.

2) Sistema camerale:

A tre anni dall’ultima riforma del settore (attraverso il D.Lgs. 219/2016), il sistema delle Camere di commercio si qualifica oggi come una rete di contatto e primo orientamento delle imprese sul territorio - in particolare quelle di minori dimensioni, del manifatturiero come dei servizi - per permettere loro di raggiungere i mercati esteri.

Nello specifico, l’obiettivo principale del sistema camerale è di individuare, formare e avviare all’*export* le PMI attualmente operanti sul solo mercato domestico (le cosiddette “potenziali esportatrici”) e quelle che solo occasionalmente hanno esportato negli ultimi anni. Anche in risposta a tale obiettivo, a seguito di un’intesa fra Unioncamere e il MiSE, è in atto un progetto di collaborazione con l’ICE per le diverse iniziative camerali di promozione all’estero, al quale aderiscono 30 Camere di commercio su tutto il territorio

nazionale. A tal riguardo, va inoltre menzionato il progetto “Start Export 360”, che consiste nell’organizzazione di una serie di incontri personalizzati di consulenza - gestiti da funzionari ICE in collaborazione con quelli camerali - e rivolti a imprese potenzialmente esportatrici o che vogliono consolidare il loro approccio ai mercati esteri. Il format ha incontrato un alto livello di gradimento da parte delle imprese (a oggi sono state realizzate 23 tappe) e assicura - in sinergia tra ICE e Camere sul territorio - la diffusione delle informazioni su programmi e servizi dell’Agenzia. È stata altresì condivisa l’opportunità di potenziare il programma attraverso una “capillarizzazione” degli incontri con le aziende previsti nel *format* dei *Road Show* tradizionali, offrendo alle imprese una sorta di tutoraggio con percorsi “personalizzati” di internazionalizzazione.

La necessità di rafforzare la strategia camerale di sostegno alle imprese ha portato nel 2019 anche alla creazione di *Promos Italia S.c.r.l.*, *Agenzia italiana per l'internazionalizzazione del sistema camerale*, una struttura specializzata creata da un primo gruppo di Camere e Unioncamere attraverso un processo di accorpamento tra Aziende speciali.

Alla collaborazione con la rete degli Uffici dell’ICE va, inoltre, affiancata quella con le Business Community aggregate dalle Camere di Commercio italiane all’estero (presenti in 55 Paesi del Mondo con circa 20mila operatori associati), quale strumento di *policy glocal*. Il rafforzato legame tra sistema camerale italiano ed estero non può che essere un valore aggiunto per tutto il sistema di promozione del *Made in Italy*, al fine di tarare le azioni di promozione anche sulle comunità d’affari che maggiormente sono coinvolte nella diffusione del prodotto italiano all’estero, nonché per l’attrazione di investimenti e lo sviluppo di alleanze strategiche anche tra i subfornitori.

3) Presidi sul territorio

Per assicurare il massimo coinvolgimento delle imprese di piccola dimensione e per favorire il loro accompagnamento nei percorsi di internazionalizzazione, è stata condivisa l’opportunità di un **potenziamento dei presidi sul territorio per l’erogazione di servizi di prossimità**, con la già menzionata valorizzazione della rete camerale italiana e con la creazione di uffici di Cassa Depositi e Prestiti e SACE-Simest. ICE-Agenzia ha avviato il progetto “**Export Flying Desk**”, con la presenza di funzionari dell’Agenzia - presso sedi di Regioni, Camere di Commercio, del Gruppo Cassa Depositi e Prestiti, di SACE e Simest.

A tal riguardo, sarà altresì necessario **potenziare la rete di presidio attivo sui territori rappresentata dal sistema delle Camere di commercio**, oggi impegnato nell’attuazione di un programma di intervento rivolto a oltre 10.000 PMI potenziali ed occasionali esportatrici, in collaborazione con l’ICE quale soggetto di riferimento per la promozione all’estero.

In un’ottica di sistema, sarà infine importante continuare a **puntare sulle sinergie e sul coinvolgimento delle numerose collettività italiane all’estero** con l’obiettivo di favorire le nostre esportazioni e valorizzare il *Made in Italy* nella sua accezione più autentica.

SEGUITI

La Cabina di Regia ha dato mandato ai due co-Presidenti di:

- aprire - avvalendosi degli apporti del mondo accademico e della ricerca, nonché delle Associazioni di rappresentanza delle PMI e dell'Artigianato - una **riflessione** a più voci **sul processo di internazionalizzazione delle PMI italiane** e sulle relative sfide;
- assicurare una **continuità promozionale - in prospettiva almeno triennale** - della strategia di internazionalizzazione del nostro sistema d'impresa, con uno specifico focus dedicato alle PMI, in particolare del Mezzogiorno, attraverso il Piano Straordinario per il *Made in Italy*;
- **assicurare la prosecuzione del Piano "Vivere ALL'Italiana" di promozione integrata** che integri la **dimensione economico-commerciale** con quella della **proiezione della cultura italiana all'estero** e della **valorizzazione delle nostre eccellenze nel settore scientifico e dell'innovazione, almeno sino al 2024, confermandone l'attuale dotazione finanziaria**;
- approfondire il tema degli aggiornamenti **da apportare all'attività promozionale, anche in termini di evoluzione degli strumenti attualmente utilizzati**, coinvolgendo in tale riflessione i membri della Cabina di Regia di volta in volta interessati;
- proseguire nello sforzo di **ottimizzazione delle azioni** del sistema pubblico di sostegno all'internazionalizzazione, anche attraverso la proposta di **semplificazioni di natura regolamentare o normativa e garantendo una adeguata dotazione di risorse agli strumenti a favore dei processi di internazionalizzazione delle PMI, a partire dal Fondo 394/81**;
- monitorare, con cadenza trimestrale, l'attuazione delle iniziative concordate dalla Cabina di Regia anche attraverso **incontri a livello di Sottosegretari** competenti o di alti funzionari.