



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



Ministero dello
sviluppo economico

CABINA DI REGIA PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

(X RIUNIONE, 13 DICEMBRE 2021)

DOCUMENTO FINALE

<i>Congiuntura economica internazionale 2021</i>	3
<i>Attività realizzate per il sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese e linee strategiche ed azioni per il 2022</i>	6
Comunicazione	6
Formazione/Informazione per le imprese	7
E-commerce e GDO	9
Sistema fieristico	10
Finanza agevolata	11
Promozione integrata	13
<i>Altre attività realizzate per il sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese e azioni in programma per il 2022</i>	13
Innovazione e Start-up	13
Attrazione investimenti esteri	15
Gare internazionali	16
<i>Coordinamento con gli attori del Sistema Italia</i>	17
L'offerta del sistema finanziario a supporto dell'export e dell'internazionalizzazione	17
Sinergie con gli attori nei territori	22
<i>Mercati di riferimento e strumenti di penetrazione commerciale</i>	25
Mercati di riferimento	25
Focus Africa	26
Strumenti di penetrazione commerciale	27

Dopo la profonda recessione registrata lo scorso anno, lo scenario internazionale nel 2021 è caratterizzato - seppure con divergenze significative tra Paesi - da un processo di **ripresa economica**, grazie all'avanzamento dei programmi di vaccinazione contro il Covid-19 (soprattutto nei Paesi più avanzati) e alla progressiva rimozione delle misure restrittive. L'economia mondiale continua a espandersi, sebbene vi siano ancora criticità e forti aumenti di costi nella logistica e nella riattivazione di parte delle catene del valore e l'aumento dei prezzi dei prodotti energetici costituisca un potenziale freno per la produzione internazionale. **Secondo le ultime previsioni del Fondo Monetario Internazionale (FMI)¹, l'economia globale dovrebbe crescere - in misura disomogenea tra Paesi - del 5,9% quest'anno e del 4,9% nel 2022.**

Anche il **commercio globale** di beni mostra quest'anno una **ripresa**, in parte condizionata dall'effetto base di natura statistica legato al calo registrato soprattutto nei primi mesi del 2020 ed in parte dovuta a solide condizioni dal lato della domanda in tutti i principali raggruppamenti di beni. Permangono tuttavia criticità dal lato dell'offerta - prevalentemente di natura temporanea - relative a vincoli di capacità produttiva e di logistica, che comportano ritardi nelle filiere internazionali di fornitura in alcuni settori (autoveicoli, elettronica, metalli). Gli scambi di servizi, per contro, sono ancora deboli, a causa delle difficoltà nei trasporti e - in misura più persistente e profonda - nel turismo che andrà sostenuto, compatibilmente con l'evoluzione pandemica, attraverso un ampliamento dei corridoi turistici da e per i paesi extraeuropei ora in "elenco E". **Secondo il FMI, il volume del commercio globale di beni e servizi è atteso in aumento del 9,7% nel 2021, seguito da una crescita del 6,7% l'anno successivo**, mentre la Commissione europea ha indicato per quest'anno un aumento in volume del 9,1% e del 6,4% per il prossimo anno².

In tale scenario, **l'Italia ha chiuso il 2020 esportando beni per un valore complessivo di quasi 437 miliardi di euro (in calo del -9,1% rispetto al 2019) e con 373 miliardi di import (in calo del -12% rispetto al 2019)**. Secondo i dati del FMI³, la quota di mercato dell'Italia sull'export mondiale di beni - nel 2020 pari al 2,86% - è in ogni caso pressoché stabile rispetto al 2019 (pari al 2,87%). L'export complessivo di beni e servizi (pari a 509 miliardi di euro) equivaleva in termini quantitativi nel 2020 al 29,5% del PIL (rappresentava il 31,7% nel 2019).

I dati del **2021** mostrano però una **forte ripartenza delle esportazioni italiane di beni**, che nei primi nove mesi dell'anno sono aumentate del 20,1% rispetto ai primi nove mesi del 2020, **superando anche i livelli registrati nel 2019**: l'export del periodo gennaio-settembre 2021 (pari in valore assoluto a quasi 377 miliardi di euro) risulta infatti superiore non solo all'export registrato nello stesso periodo del 2020 (313 miliardi), ma anche a quello del 2019, non interessato dall'impatto dell'emergenza sanitaria (pari a circa 356 miliardi). Nei primi nove mesi dell'anno, **l'export di beni e servizi** in valore misurato dall'Istat nei conti nazionali è aumentato complessivamente del 14%

¹ Fondo Monetario Internazionale, World Economic Outlook (Ottobre 2021).

² Commissione Europea, DG-ECFIN Autumn Forecast (2021) in Istat, *Le previsioni per l'economia italiana nel 2021-2022* (Dicembre 2021).

³ Dati Fondo Monetario Internazionale – Direction of Trade Statistics (DOTS)

rispetto allo stesso periodo del 2020.⁴ Nel confronto con i principali partner europei, l'aumento dell'export italiano di beni in valore (+20,1%) è marginalmente dietro la Spagna (+21,1%), ma superiore all'incremento di Germania (+14,9%) e Francia (+16,8%).

Secondo la Commissione Europea⁵, nel 2021 l'export italiano complessivo di beni e servizi dovrebbe aumentare del 12,8%, seguito da un aumento del 7,5% l'anno successivo.

Nello scenario base di previsione di Sace (a maggiore probabilità di accadimento e sviluppato su ipotesi conservative relative all'economia globale e agli scambi internazionali)⁶, **l'export italiano di beni in valore crescerà quest'anno dell'11,3%** - con un pieno ritorno ai livelli pre-pandemia - e continuerà ad aumentare del 5,4% nel 2022, assestandosi su una crescita del 4%, in media, nel biennio successivo. La domanda di beni Made in Italy sarà comunque caratterizzata da un'elevata eterogeneità nei diversi mercati di sbocco, sia avanzati che emergenti. Al contrario, l'export di servizi - maggiormente colpito soprattutto nella componente del turismo - registrerà solo un parziale recupero nel 2021 (+5,1%) e dovrà attendere il 2022 per la vera e propria ripresa (+35,1%), assestandosi poi nel biennio successivo ad una crescita, in media, del 5%⁷.

Il 2021 è stato l'anno in cui il riformato sistema di supporto pubblico alle esportazioni è entrato pienamente a regime. Al 30 settembre 2021, il portafoglio complessivo in coassicurazione pubblica, Stato e SACE, di operazioni export e internazionalizzazione deliberate da SACE ammonta a circa 80 miliardi e la domanda assicurativa per il 2022, pari a 30 miliardi di euro, è stimata in crescita del 7% rispetto a quella del 2021 (28 miliardi di euro). Lo Statutory Cover Limit Cumulato, il limite di massima esposizione assumibile per conto dello Stato e da SACE, indicato in seno alla legge di Bilancio, viene confermato per il 2022 in 120 mld di euro.

A fronte di tali previsioni vi sono, tuttavia, **elementi di incertezza** che rischiano di rallentare la crescita dell'export sul finire del 2021.

In termini di produzione industriale e fiducia delle imprese manifatturiere, rispetto allo slancio dei primi mesi del 2021 si segnala una dinamica dell'attività in leggera attenuazione, non solo a causa del trend negativo dell'attività industriale nei nostri principali partner commerciali come Germania e Francia, ma soprattutto per le interruzioni sulla catena di distribuzione.

Secondo l'indicatore PMI, per l'industria di trasformazione, che caratterizza fortemente il tessuto produttivo italiano, la **scarsità e le difficoltà di approvvigionamento di materie prime e semilavorati** costituiscono una strozzatura delle catene globali degli approvvigionamenti che determinano squilibri tra domanda ed offerta, con conseguenti aumenti dei costi, un ulteriore allungamento dei tempi medi di consegna e un maggior numero di consegne inevase.

Alcuni settori industriali, in particolare quelli che lavorano con processi "Just in Time", come ad esempio l'*automotive*, hanno patito la mancanza di scorte di magazzino. Gli investimenti nei settori strategici (come quello dei microchip), nonché il sostegno alla ricerca tramite gli IPCEI,

⁴ Istat - Conti Economici trimestrali (30 novembre).

⁵ Commissione Europea, Autumn 2021 Economic Forecast (Novembre 2021)

⁶ Sace, Rapporto Export 2021 (settembre 2021)

⁷ Trattasi dello scenario di base elaborato da SACE. Le persistenti condizioni di incertezza hanno indotto SACE alla simulazione anche di uno scenario migliorativo, basato sull'ipotesi di una spinta positiva al clima di fiducia, secondo il quale la crescita dell'export di beni risulterebbe più intensa sia nel 2021 che nel 2022 (rispettivamente, +14,7% e +9,1%).

dispiegheranno i loro effetti benefici solo nel medio-lungo periodo, quando le carenze congiunturali potrebbero, tra l'altro, tramutarsi in sovraccapacità produttiva.

A ciò si aggiunge **un sensibile aumento dei costi dell'energia e la scarsità** (anch'essa con immediato impatto sull'aumento dei costi dei noli marittimi) **dei container** e delle navi merci in particolare in provenienza dall'Asia (circostanza quest'ultima che ha innescato il tentativo da parte statunitense - col piano "Buy American Act"- ed europea di sviluppare catene del valore più corte, di ri-nazionalizzare alcune produzioni e di incentivare il "*reshoring*", soprattutto in ambito manifatturiero), oltre ai ritardi nel ripristinare la movimentazione delle navi cargo e ai protocolli sanitari più stringenti per lo scarico delle merci, diventati anch'essi un fattore di crescente ostacolo alla produzione.

Secondo il FMI, tali "colli di bottiglia" dovrebbero risolversi nel corso del 2022, ma la previsione è caratterizzata da una forte incertezza su cui pesa anche l'andamento delle vaccinazioni contro il Covid-19 e la diffusione/limitazione nella circolazione delle nuove varianti del virus.

Pesano infine sull'export italiano anche le **conseguenze della Brexit**. Secondo una stima della Commissione Europea, il Regno Unito registrerà temporaneamente - tanto per le importazioni, quanto per le esportazioni - una riduzione del 15% rispetto a quanto non sarebbe accaduto se fosse rimasto nell'UE. Ciò determinerà un impatto sulle esportazioni delle nostre imprese nel Regno Unito dove nel 2021 (gennaio-agosto) le esportazioni sono tornate a crescere rispetto all'anno precedente, ma senza raggiungere i livelli registrati nel 2019.

Infine, devono tenersi in considerazione le opportunità di crescita derivanti dal perseguimento degli obiettivi della sostenibilità ambientale e della transizione ecologica per il processo di internazionalizzazione del Sistema Italia e di promozione delle esportazioni in linea con i più recenti impegni assunti sul piano internazionale.

L'Italia, che ha fatto della sostenibilità ambientale uno dei principi ispiratori della propria presidenza del G20, ha aderito alla dichiarazione di intenti sottoscritta nel corso della COP26 di Glasgow, il c.d. "*Statement on International Public Support for the Clean Energy Transition*", con la quale i Paesi aderenti si impegnano a smettere di sostenere con risorse pubbliche nuovi progetti di produzione energetica mediante combustibili fossili entro la fine del 2022, ad eccezione di operazioni ben definite che risultano in linea con l'obiettivo di contenere l'aumento della temperatura entro 1.5 gradi.

L'Italia ha altresì aderito alla coalizione *Export Finance for Future* (E3F) che mira a promuovere politiche di investimento che garantiscano la graduale riduzione dei finanziamenti per progetti con elevate emissioni di gas serra in favore di un accresciuto sostegno a progetti compatibili con gli obiettivi dell'Accordo di Parigi, in linea con gli obiettivi della presidenza italiana del G20 e con i principi dichiarati nel corso del G7 Summit di Carbis Bay.

Si tratta quindi di definire in concreto il percorso per dare attuazione a questi impegni, stabilendo passaggi graduali e tenendo conto che i diversi combustibili fossili hanno un diverso impatto ambientale (*Carbon Footprint*). In particolare, il gas è il combustibile che può ancora giocare un ruolo positivo nella transizione verso un mix energetico che dovrà progressivamente essere caratterizzato dalla maggior presenza di fonti rinnovabili.

La necessità di coordinare e conciliare una politica di transizione comune con percorsi di realizzazione differenti impone che gli impegni ad oggi assunti siano tradotti in un sistema di regole operative chiare e quanto più possibile condivise in ambito internazionale, tale da consentire agli operatori di modificare e pianificare la propria attività lungo un orizzonte temporale adeguato ed in condizioni di sostanziale parità con i concorrenti.

In ambito nazionale è necessario accompagnare la transizione energetica con **chiare strategie di politica industriale** che individuino i settori e le attività che maggiormente saranno coinvolti dal cambiamento e siano capaci di ivi intervenire con efficacia, promuovendo e supportando quelli che si prevede acquisiranno maggior rilevanza e contenendo al massimo le conseguenze della inevitabile graduale dismissione o perdita di rilevanza di altri.

ATTIVITÀ REALIZZATE PER IL SOSTEGNO DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE E LINEE STRATEGICHE ED AZIONI PER IL 2022

L'attività di sostegno all'internazionalizzazione promossa dalla Farnesina nel corso del 2021 ha preso le mosse dal percorso di messa in opera e costante aggiornamento del **Patto per l'Export**, le cui linee d'azione sono state alla base del documento conclusivo della **IX Cabina di Regia del 15 dicembre 2020**.

La realizzazione del Patto ha visto una crescente mobilitazione di risorse finanziarie, oggi pari a circa **5,7 miliardi di euro**: un ammontare mai dedicato prima a tali finalità.

Gli ambiti d'intervento hanno coinciso con i sei "pilastri" del Patto e hanno riguardato **la comunicazione, la formazione/informazione, l'e-commerce, il sistema fieristico, la promozione integrata e la finanza agevolata**. Ciascuno di essi è stato oggetto di specifiche azioni e misure rispondenti a specifiche esigenze sollevate dal mondo dell'impresa nel quadro di specifiche consultazioni condotte nel corso dell'anno, c.d. tavoli settoriali.

Attenzione particolare è riservata al Sud del Paese al fine di accrescere la quota di mercato estero ed i volumi dell'export del Mezzogiorno.

COMUNICAZIONE

La pandemia - diffusasi in Europa nella prima ondata proprio con epicentro in Italia - ha avuto un **duro impatto sull'immagine di salubrità e destinazione turistica del Paese** e sul suo sistema economico. Nella prima fase della diffusione del virus Covid-19 ciò ha comportato la significativa perdita di quote di mercato e dato luogo anche a pratiche commerciali discriminatorie legate alle produzioni *Made in Italy* (in particolare, mettendo in dubbio la salubrità dei prodotti italiani). Allo stesso tempo accanto alle produzioni, alle filiere tradizionali ed ai servizi (nell'ambito del turismo, dell'arte, della fruizione culturale, della presa in cura delle persone) che rendono il saper fare italiano conosciuto ed apprezzato in tutto il mondo permane uno iato fra percezione da parte dei consumatori esteri e reali eccellenze produttive italiane in settori innovativi e produzioni ad alto valore aggiunto (meccanica strumentale, costruzioni, progettazione, cantieristica, farmaceutica, aerospaziale, energie rinnovabili e start up).

È precisamente con l'obiettivo di restituire ai mercati internazionali una rinnovata immagine dell'Italia e del *Made in Italy*, raccontando al pubblico internazionale in maniera originale e innovativa il nostro Paese, i suoi valori e talenti, le sue competenze e le straordinarie potenzialità, che la Farnesina assieme all'ICE ha promosso il lancio della campagna straordinaria di comunicazione "**Italy is simply extraordinary: beIT**", **prima campagna di *nation branding*** italiana. La campagna, del valore di 50 milioni di Euro, si rivolge primariamente al pubblico di 26 Paesi-obiettivo, individuati sulla base della priorità dagli stessi rappresentata per il nostro export e comprensivi di mercati maturi e mercati ad elevato potenziale.

La campagna è articolata in due fasi. La prima fase è stata lanciata lo scorso 29 novembre ed è incentrata sul racconto dei "valori" che identificano l'Italia: creatività, passione, tradizione, stile, innovazione e diversità. La campagna si svilupperà principalmente sui canali digitali e prevedrà la costruzione di una nuova identità visuale e linguistica per il complesso dell'attività di promozione dell'Italia nel mondo, di piattaforme e "landing page" dedicate, profili social e contenuti originali (testi, audio e video) che verranno creati durante l'intero arco della stessa. Essa, inoltre avrà anche una declinazione "verde", tesa a valorizzare gli aspetti legati alla sostenibilità ambientale del nostro Paese e delle sue filiere produttive. La fase di lancio è stata anche oggetto di azioni speciali a forte impatto comunicativo presso le piazze di New York, Londra, Los Angeles, Pechino, San Paolo, Seoul, Shanghai e Tokyo.

LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2022

- Attuazione della **seconda fase della campagna Be IT**. Al termine della prima fase della campagna, omogenea nei 26 paesi-obiettivo, da marzo ad agosto 2022 saranno realizzate campagne di comunicazione mirate (cd. "declinazioni verticali"), con il coinvolgimento delle Associazioni di categoria, volte a promuovere le filiere produttive del *Made in Italy* in modo specifico ed appositamente definito per ciascuno dei 26 mercati individuati.

- **Rilancio dei contenuti** della campagna Be IT da parte delle oltre **trecento strutture** che compongono la rete diplomatico-consolare e degli uffici all'estero di ICE, con l'obiettivo di accrescere il numero dei consumatori internazionali, favorire la penetrazione in nuovi mercati e la sensibilizzazione sulle capacità e qualità delle produzioni italiane agendo, in tal modo anche a tutela del *Made in Italy*. Le azioni si rivolgeranno ad un ampio ventaglio di *stakeholder* esteri commerciali (*buyer*, importatori, distributori, clienti, consumatori finali, utilizzatori, *blogger* ed *influencer*, ma anche imprese produttrici di beni complementari).

FORMAZIONE/INFORMAZIONE PER LE IMPRESE

L'indice di digitalizzazione dell'economia e della società (DESI) 2020, elaborato dalla Commissione Europea, relegava l'Italia in **25ma posizione rispetto ai 27 Paesi UE**, evidenziando le maggiori carenze nella dimensione del "Capitale Umano" relativamente al possesso delle competenze digitali. Tale lacuna si trasla sulle aziende italiane, la cui insufficiente conoscenza degli strumenti digitali per il commercio pregiudica l'utilizzo di canali supplementari di vendita in forte espansione, quali quelli del commercio elettronico. L'esigenza di colmare tale deficit, peraltro

riconosciuto dalle nostre imprese nel quadro delle periodiche consultazioni settoriali, ha mosso la Farnesina ad intervenire mediante tre azioni.

Si è allestito, in collaborazione con la Conferenza dei Rettori delle Università Italiane, ICE Agenzia e 5 fra le maggiori Business School del Paese, **Smart Export**, un corso di alta formazione, *online* e gratuito, a beneficio delle nostre aziende (fino a 20.000 possibili iscritti), teso ad accrescerne non solo le competenze digitali, ma anche la conoscenza dei temi e dei *trend* più attuali che caratterizzano le dinamiche di internazionalizzazione.

Accanto alla formazione delle aziende, si è operato fornendo loro un supporto concreto ed immediato mediante l'assegnazione dei **Digital Temporary Export Manager (D-TEM)** - esperti tanto nella conoscenza dei mercati esteri, quanto nel settore del commercio elettronico e dell'economia digitale - assegnati a più di 2000 aziende tramite un bando promosso da Agenzia ICE e Invitalia del valore di 50 milioni destinato alle Micro, Piccole e Medie Imprese. Nell'ottica della formazione di manager esperti in commercio estero e digitalizzazione, ICE Agenzia ha formato nel corso del 2021 sia professionisti sia giovani neolaureati e, nel corso del 2022, continuerà tale azione di formazione.

Al contempo, è stata predisposta una *partnership* con importanti operatori del digitale e del commercio elettronico mediante il **bando per i provider dei servizi digitali**, per la messa a disposizione gratuita a beneficio di imprese e D-TEM di aggiornamenti, dati, strumenti e tendenze relative al *Made in Italy* sui mercati internazionali.

Si sono infine riunite per la prima volta, in unico portale, **export.gov.it**, tutte le informazioni e le modalità di accesso agli strumenti pubblici di sostegno all'internazionalizzazione, con l'obiettivo di semplificare ed agevolare l'utilizzo degli stessi da parte di tutte le imprese, con particolare riguardo alle PMI, dotandole di uno strumento di facile ed immediato utilizzo per l'analisi e l'avvio di un processo di esportazione o l'accesso a nuovi mercati.

Per quanto l'indice DESI 2021 abbia riconosciuto all'Italia di aver compiuto alcuni importanti passi avanti in termini sia di copertura che di diffusione delle reti di connettività e, con riguardo alle aziende, abbia rilevato come la maggior parte delle PMI italiane abbia raggiunto almeno un livello base di intensità digitale, permangono ancora lacune significative delle nostre imprese nell'impiego di tecnologie quali Big Data, Intelligenza Artificiale e nella diffusione del Commercio Elettronico.

LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2022

- **Seconda edizione** del corso di alta formazione per l'internazionalizzazione e la digitalizzazione "**Smart Export**", ricalibrandolo secondo le esigenze manifestate dalle aziende a conclusione dell'edizione in corso, con l'intento di accrescerne la competitività mediante un più largo uso delle tecnologie digitali. Verrà valutato l'inserimento di un percorso di formazione e training per attività e-commerce e di vendita *online* in mercati specifici.
- Progressiva integrazione nel portale **Export.gov.it** di **nuove funzionalità di Intelligenza Artificiale e di business matching**, a partire dalla nuova **piattaforma** predisposta da Cassa Depositi e Prestiti finalizzata a consentire alle imprese di individuare partner in mercati rilevanti per l'export italiano (Cina, India, Giappone);
- Lancio del bando di **specifiche iniziative di formazione per le imprese del Mezzogiorno in materia di digitalizzazione, commercio elettronico ed accesso agli strumenti di finanza**

agevolata per l'internazionalizzazione, anche a valere sui fondi di coesione per competitività ed impresa 2021-2027.

- **Rinnovo della misura sui “Digital Temporary Export Manager” (D-TEM)**, ricalibrata secondo le esigenze manifestate dalle aziende (possibile innalzamento dell'importo massimo del voucher; introduzione di meccanismi premianti per richieste presentate da reti d'impresa; possibile ampliamento della platea di imprese beneficiarie anche alle medie aziende; estensione dell'applicabilità del bando anche alle reti-contratto).

E-COMMERCE E GDO

L'emergenza sanitaria, tra *lockdown* e limitazioni agli spostamenti, ha messo in luce **l'ineludibilità e la forte espansione del commercio elettronico** che continua a far registrare tassi di crescita estremamente elevati (+58% su base annua nel primo trimestre 2021, il traffico sui siti di shopping è aumentato del 27% nel 2020 e la crescita degli ordini è aumentata del 46% nel 2020 rispetto all'anno precedente) a conferma delle enormi potenzialità in un settore che, a livello globale, è stimato valere 26 trilioni di dollari. L'indice DESI 2021 riconosce alle imprese italiane lievi miglioramenti in questo campo rispetto al 2020, ma **indubbiamente il commercio elettronico continua a rappresentare per le nostre imprese un'occasione non ancora pienamente sfruttata**. Nel 2020, solo l'11% delle PMI italiane vendeva *online*, il commercio elettronico pesa sul fatturato delle nostre aziende solo per il 9%, mentre solo il 6% delle nostre imprese realizza operazioni di vendite *online* transnazionali.

Tale scenario ha imposto la necessità di intervenire a sostegno delle nostre imprese, sia agendo sulla formazione delle aziende in materia di digitalizzazione, sia finalizzando accordi con le maggiori piattaforme digitali di commercio elettronico per la promozione del *Made in Italy*. Tramite l'Agenzia ICE, si è proceduto alla conclusione, nel biennio 2020-2022, di **32 accordi con le maggiori piattaforme internazionali di commercio elettronico** (tra cui Amazon, Walmart, JD.com, Alibaba, WeChat) e con piattaforme di commercio elettronico estere a forte impatto su aree o mercati in cui operano. In tal modo si sono garantite vetrine digitali per il Made in Italy a **6.379 aziende in 31 Paesi**, comprensivi tanto di mercati maturi (dove la domanda di beni italiani rimane elevata), tanto di mercati emergenti ed a elevata potenzialità.

Le tendenze del commercio elettronico e l'attuale quota di mercato detenuta dalle aziende italiane lasciano pochi dubbi sull'opportunità di **insistere nelle azioni di promozione e sostegno delle nostre imprese nel settore**. In tale quadro, occorre inoltre tener presente che l'e-commerce vede un ruolo tendenzialmente sempre più rilevante dei *marketplace* che, rispetto al singolo *online shop*, hanno una maggior capacità di attrarre consumatori e consentono di offrire servizi che le singole aziende non sarebbero in grado di sostenere.

Nella prospettiva dell'integrazione tra canali di vendita telematici e digitali, occorrerà altresì proseguire nel solco dell'azione di rafforzamento dell'offerta del *Made in Italy* nelle catene della **GDO internazionale**. Tra il 2020 e il 2021, per il tramite dell'Agenzia ICE, sono stati sottoscritti **45 accordi in 24 Paesi** con alcune tra le maggiori reti della grande distribuzione internazionale (come Lulu, BHG e Globus) per la promozione dei prodotti che interessano oltre **5650 aziende** italiane.

- Incremento degli **accordi con piattaforme di commercio elettronico** estere, al fine di offrire alle imprese italiane nuove opportunità di promozione ed accesso a nuovi mercati;
- Ricerca di possibili sinergie con tali *marketplace* per lo sviluppo di **accordi di cooperazione mirati al contrasto del falso “Made in Italy”**.
- **Analisi dei marketplace ove non sono presenti aziende** italiane, nel novero delle oltre 400 piattaforme esistenti a livello globale;
- Finalizzazione e messa in opera del **bando per l’export digitale** teso a fornire alle PMI, anche in forma cooperativa, un voucher per investimenti legati alla digitalizzazione e all’e-commerce con l’obiettivo di accrescere l’accesso delle imprese italiane alle opportunità offerte dal commercio elettronico;
- **Incremento dei contratti con le reti GDO estere** per potenziare, con adeguate garanzie contrattuali, la visibilità dell’offerta *Made in Italy*;
- Riflessione, in coordinamento con ICE e MIPAAF, sulla possibilità di aprire **corner dedicati al Made in Italy** presso punti vendita GDO all’estero in favore dei principali “consolidatori” nazionali;
- **Lancio del voucher “proMUOVITI”**, Erogazione di un voucher (a valere sui fondi di coesione per competitività ed impresa 2021-2027) alle aziende del Sud per lo svolgimento di attività promozionali all’estero; la produzione di materiale promozionale in lingua straniera; accesso a servizi digitali per l’export; la partecipazione a fiere internazionali e l’organizzazione di missioni *incoming* di investitori esteri.

SISTEMA FIERISTICO

Il sistema fieristico è stato senza dubbio uno dei settori maggiormente colpiti dalla pandemia. Le limitazioni agli spostamenti su scala globale, nel corso del 2020, hanno comportato un **crollo del fatturato del comparto fieristico pari all’80%** (200 milioni di Euro nel 2020 rispetto a 1 miliardo di euro nel 2019), con perdite medie, per gli operatori, superiori al 30%. Si è trattato di numeri drammatici per un settore che vede **l’Italia posizionarsi come 4° paese al mondo per superficie espositiva coperta** (dietro Cina, Stati Uniti e Germania), che vanta 39 quartieri fieristici, sviluppa **60 miliardi di Euro di indotto** e organizza 1.000 eventi fieristici l’anno coinvolgendo 200.000 espositori e 2.500 addetti.

Tale scenario ha imposto l’adozione di urgenti misure tese a “salvare” il settore nelle fasi più acute della pandemia ed è per tali ragioni che la Farnesina, **attraverso una sezione dedicata del Fondo 394/81 gestito da Simest**, ha promosso misure volte a sostenere la **patrimonializzazione del sistema fieristico** (con finanziamenti agevolati fino a 10 milioni di Euro e con una componente a fondo perduto), ha previsto ingenti **contributi a valere sul Piano Straordinario per la Promozione del Made in Italy** per il rilancio del settore, ha promosso **ristori “una tantum” gestiti da Simest** (fino

a 10 milioni di Euro per gli enti e gli organizzatori fieristici), ha introdotto la **piattaforma “Fiera Smart 365”**, sviluppata in collaborazione con ICE-Agenzia, quale spazio virtuale che ha consentito l’organizzazione di **114 iniziative** tra eventi fieristici, business forum ed incontri B2B, cui hanno partecipato **1319 aziende** per un totale di **6013 incontri d’affari**.

La Farnesina ha inoltre promosso, in stretto coordinamento con il Ministero della Salute ed il Ministero delle Infrastrutture e della Mobilità Sostenibili, forme di accesso agevolato al territorio nazionale di operatori stranieri mediante protocolli sanitari appositi e voli «*COVID-tested*» da Paesi ritenuti prioritari (c.d. **Corridoi Verdi**).

Tale massiccio impegno ha contribuito ad accrescere la resilienza degli operatori fieristici contribuendo al raggiungimento dell’importante risultato rappresentato dalla **conferma del calendario** delle manifestazioni fieristiche in presenza in Italia **per la seconda metà del 2021 (complessivamente pari a 172 eventi fieristici)**.

Per quanto il suo successo sia legato all’andamento della pandemia, il settore fieristico è atteso riprendere il trend di crescita interrotto nel 2020, caratterizzato anche dalla accresciuta vocazione internazionale delle fiere italiane.

LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2022

- **Incremento della presenza di buyers stranieri** agli eventi fieristici italiani di rilievo internazionale più rappresentativi dei settori produttivi ed espressione di filiere integrate, anche con visite presso aziende e distretti.
- **Piano promozionale specifico e campagna di comunicazione multicanale** (tradizionale e digitale) a sostegno delle fiere italiane su 4 Paesi focus (Francia, Germania, Regno Unito, Spagna) destinati alla valorizzazione del **calendario fieristico del 2022** e della sicurezza delle fiere italiane, nonché alla promozione dei territori che le ospitano. Attività di promozione delle fiere italiane da parte della rete di Ambasciate e Consolati.
- Favorire la **realizzazione di eventi fieristici italiani** di maggiore successo **nelle aree geografiche estere più promettenti**.
- **Organizzazione in Italia di eventi fieristici di portata internazionale**, con particolare riferimento a **settori strategici** e temi di rilevanza globale.
- **Incremento degli eventi fieristici da remoto**, da affiancare a quelli in presenza nei quartieri fieristici nazionali.
- **Incremento della presenza di operatori italiani alle fiere estere**, in particolare mediante il raggruppamento in padiglioni nazionali.

FINANZA AGEVOLATA

Gli strumenti di finanza agevolata gestiti da Simest, con particolare riguardo al **Fondo 394/81**, hanno rappresentato **una leva eccezionale per attuare concretamente e nell’immediato il sostegno richiesto dalle imprese italiane** sofferenti per la contrazione dell’export determinata dalla pandemia. Tra il 2020 ed il 2021, il Fondo 394/81 ha fornito **finanziamenti per 3,7 miliardi di Euro**, cui si è aggiunta una importante e **nuova componente a fondo perduto pari a 1,8 miliardi**, istituita

in reazione alla pandemia, grazie all'estensione al territorio UE delle operazioni finanziabili in condizioni di "temporary framework" e all'esenzione dalla presentazione di garanzie per l'accesso ai finanziamenti. Le operazioni finanziate sono consistite in larga maggioranza in azioni di supporto alla patrimonializzazione (nella misura del 44% delle domande di finanziamento ricevute e pari al 70%) e le attività finanziate hanno riguardato i principali settori dell'export italiano, con in testa il settore della meccanica (17%).

Il fondo 394/81 è stato peraltro oggetto di uno **specifico rifinanziamento** a valere sulle risorse messe a disposizione dell'Italia **nel quadro del Next Generation EU**, mediante il progetto promosso dalla Farnesina per il sostegno di processi di internazionalizzazione delle aziende **con focus sulla digitalizzazione, il commercio elettronico e la sostenibilità ambientale**, del valore complessivo di **1,2 miliardi di Euro**, con **premialità riservate a iniziative presentate dall'imprenditoria giovanile, femminile e dalle aziende del Mezzogiorno**, cui è stata destinata una riserva dei fondi pari al 40%.

La performance realizzata dal Fondo 394/81 durante la pandemia a sostegno delle aziende e nella successiva fase di ripresa testimoniano la centralità dello strumento nelle strategie di supporto all'internazionalizzazione e pertanto l'esigenza di attribuirgli una dotazione finanziaria congrua e stabilizzata nel tempo, al fine di consentirne l'operatività necessaria al perseguimento dell'obiettivo di favorire la crescita dimensionale ed il numero delle imprese esportatrici.

LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2022

- **Ampliamento delle iniziative finanziabili tramite il F. 394/81**, prevedendo la possibilità di erogare finanziamenti a copertura (i) dei costi per la produzione di certificazioni ambientali e di prodotto richieste per l'accesso a mercati extra-europei; (ii) dei costi per le consulenze relative alle procedure di accesso ai mercati; (iii) dei costi per l'organizzazione di *incoming* aziendali per consentire a operatori commerciali esteri di visitare l'azienda ai fini dell'attivazione di contratti di acquisto e distribuzione, (iv) dei costi per la realizzazione di Studi di fattibilità a monte di una progettualità in ambito infrastrutturale e tecnologico; (v) dei costi per la creazione di centri tecnologici, di formazione e condivisi di "*after sale*" all'estero.
- **Introduzione di nuove linee di intervento del Fondo 394**, elaborate inizialmente nel quadro delle misure del PNRR, con il fine di indirizzare la modernizzazione delle strutture produttive delle aziende verso **la digitalizzazione e la sostenibilità ambientale**, prevedendo criteri selettivi, priorità e premialità settoriali e geografiche;
- Possibile introduzione di una nuova linea di intervento del Fondo 394, nel quadro delle misure del PNRR, a sostegno dei processi di transizione energetica e riconversione industriale con l'ampliamento delle competenze dell'attuale "Temporary Export Manager" verso una figura di "Digital and Green Temporary Export Manager" con competenze in materia di transizione sostenibile dell'industria.
- Auspicabile assegnazione di una quota "ad hoc" di risorse a valere sui fondi di coesione per competitività ed impresa 2021-2027, per operazioni di finanza agevolata esclusivamente dedicate al sostegno alle iniziative di internazionalizzazione e digitalizzazione delle imprese del Meridione.

→ **Evoluzione del F. 295/73** verso modalità di finanziamento di credito fornitore e credito acquirente di maggior interesse per la più vasta platea delle **aziende di taglia media e piccola**.

PROMOZIONE INTEGRATA

Per promuovere con efficacia l'Italia nel mondo è necessario **coniugare in una logica di sistema le eccellenze del *Made in Italy* nelle sue diverse dimensioni: economia, cultura, scienza, tecnologia**. Tale strategia consente di **massimizzare l'impatto dell'azione promozionale**, veicolando al pubblico internazionale un racconto a 360° dell'Italia in cui punti di forza tradizionali si affiancano a innovazione, efficienza e dinamismo.

Si pongono in questo modo a sistema la **promozione di settori tradizionali** in cui il nostro Paese si distingue storicamente - enogastronomia, cinema e design, per citarne alcuni - **con la valorizzazione di settori innovativi e ad alto contenuto tecnologico**, quali ad esempio l'industria aerospaziale, la meccanica, la *green economy*, le grandi infrastrutture di ricerca. **A questo tipo di operazione si affianca la cosiddetta integrazione verticale**, che porta a promuovere congiuntamente settori che per loro natura sono adiacenti e dipendenti l'uno dall'altro, come ad esempio moda e tessile, macchinari per la lavorazione del legno e design, turismo, *automotive* ed agroalimentare, manifatture ed industria aerospaziale – e comparti complementari, quali Università, Centri di Ricerca ed imprese. Nel settore delle infrastrutture, che sarà oggetto nei prossimi anni di significativi programmi di investimento in numerosi Paesi (a partire dagli Stati Uniti, con il Piano infrastrutturale da 1,2 trilioni di US \$ di recente approvazione) e di crescente attenzione sotto il profilo della sostenibilità (recenti Dichiarazioni finali G7 e G20), si potranno valorizzare le previsioni del Piano Nazionale di Ripresa e di Resilienza, in un'ottica sistemica di supporto all'eccellenza italiana sui più interessanti mercati esteri.

LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2022

- **Rafforzamento e rilancio delle “rassegne tematiche”** esistenti (giornate e/o settimane dedicate alla promozione di ricerca, design, cinema, cucina, ecc.) e avvio di nuove rassegne/contenitori (fra cui giornate dedicate alla promozione della creatività, dello sport e dell'industria aerospaziale italiana).
- **Ideazione e progettazione di nuovi format di iniziative di promozione integrata** dell'Italia da mettere a disposizione della rete diplomatico-consolare per essere realizzati all'estero.

ALTRE ATTIVITÀ REALIZZATE PER IL SOSTEGNO DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE E AZIONI IN PROGRAMMA PER IL 2022

INNOVAZIONE E START-UP

La pandemia non ha alterato la resilienza del panorama delle start-up italiane. Secondo i dati MISE aggiornati al terzo trimestre 2021, le start-up iscritte al registro delle imprese sono **14.032**, in aumento del **+3,3%** rispetto al trimestre precedente. Le start-up rappresentano il 3,6% di tutte le società di capitali di recente costituzione e **la maggioranza di esse (il 75,2%) fornisce servizi alle imprese in settori digitali.**

Nel solo primo semestre del 2021, **il volume degli investimenti in *Venture Capital* effettuati in Italia ha poi superato quello dell'intera annualità del 2020** (778 milioni, contro i 595 del 2020). Nondimeno, l'Italia appare ancora sottodimensionata rispetto al mercato del venture capital di altri Paesi europei che assommava, nel primo semestre del 2021, a 19,8 mld di euro nel Regno Unito, a 8,1 mld in Germania, a 4,8 mld in Francia e a 1,9 mld in Spagna.

Far crescere - anche all'estero - la nostra imprenditoria innovativa e segnatamente il mondo delle start-up appare dunque sempre più rilevante per lo sviluppo economico e la transizione digitale del Paese. Per questo, la Farnesina - unitamente ad ICE ed al Fondo Nazionale per l'Innovazione di CDP - ha avviato nel 2021 un'azione promozionale di ampio respiro per innalzare il profilo dell'ecosistema delle start-up e moltiplicare le opportunità di attrazione di investimenti esteri.

Tra le iniziative poste in essere, rileva innanzitutto l'organizzazione del **primo evento internazionale in ambito G20 dedicato al mondo dell'innovazione, il G20 Innovation League**, tenutosi a Sorrento il 9-10 ottobre come evento collaterale del G20 Commercio. L'iniziativa, che per la prima volta nella storia del G20 ha realizzato un'inedita ed efficace azione di "outreach" presso gli ambienti più innovativi e creativi dei paesi membri, ha rappresentato un esercizio di grande rilevanza per originalità di approccio, numero, provenienza e qualità dei partecipanti, ma anche per il messaggio che la Presidenza Italiana del G20 ha inteso veicolare: l'esigenza di incrementare il livello di collaborazione e di generare fruttuose alleanze strategiche tra istituzioni pubbliche e il mondo dell'innovazione dei Paesi del G20, al fine di affrontare insieme alcune delle più urgenti sfide globali. Per non disperdere il successo ottenuto dall'iniziativa e darvi continuità nel favorire un'occasione privilegiata d'incontro tra start-up, investitori e grandi aziende, nonché al fine di attrarre nuovi flussi di investimento a beneficio delle imprese innovative dei Paesi G20, l'Italia collaborerà con le future Presidenze del G20 per assicurare che l'iniziativa sia mantenuta in vita e ulteriormente sviluppata, come presupposto per la costruzione di una vera e propria *legacy*.

Tra le altre iniziative, si ricorda l'organizzazione e il potenziamento di programmi *ad hoc* di incubazione delle start-up italiane come il **Global Startup Program** realizzato con ICE Agenzia a beneficio di 100 startup nazionali in Argentina, Cina, EAU, Francia, Germania, Giappone, India, Israele (con il programma "Accelerate in Israel"), UK e USA, oltre alla recente costituzione del primo **Centro Italiano per l'innovazione e la cultura** nella *Bay Area*. La nuova struttura, che riunirà in un'unica area anche l'Istituto Italiano di Cultura e il Desk Attrazione Investimenti ICE di San Francisco, si propone come il primo "spazio polifunzionale" a servizio della promozione integrata dell'ecosistema italiano dell'innovazione e rappresenta un modello suscettibile di replica in altri contesti geoeconomici particolarmente votati all'innovazione.

L'ecosistema italiano dell'innovazione vanta diversi fattori di attrattività: dalla presenza di un tessuto composto da oltre 200 distretti con forte bisogno d'internazionalizzazione, all'esistenza di un pool di talenti con competenze scientifiche a costi più bassi rispetto al resto dell'Europa, sino alla

presenza di un mercato di offerta delle start-up in crescita e con multipli inferiori rispetto ad altri Paesi europei.

Dal confronto con una serie di incubatori e professionisti del mondo dell'innovazione è emersa, tuttavia, l'esigenza di un maggiore impegno dell'intero Sistema Italia a sostegno della crescita internazionale delle start-up. La **limitata visibilità** all'estero dell'ecosistema delle start-up italiane e la **scarsità delle fonti di finanziamento** per le fasi di sviluppo e *scale-up* sono stati indicati tra i maggiori fattori di criticità su cui intervenire.

LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2022

- Organizzazione di un **evento "tech"** di respiro internazionale, che potrebbe prendere a modello esperienze come *Viva Tech* a Parigi o *Web Summit* a Lisbona;
- Lancio di **iniziative di scambio** tra imprenditori/founder italiani e di altri paesi (US, UK, FR, D, etc.), sviluppando accordi con istituzioni internazionali, organizzando eventi, sviluppando piattaforme digitali di matchmaking;
- Evoluzione degli **strumenti di finanza agevolata a sostegno dell'internazionalizzazione delle start-up** (a partire dal Fondo Unico di Venture Capital gestito da Simest), specie se inserite in programmi di rete per lo sviluppo e l'avvicinamento ai mercati, in particolare per consentire agli stessi di intervenire nel processo di acquisizione di start-up estere, nonché per la capitalizzazione delle imprese "scale up";
- Strutturazione di Fondi VC che investano capitali e portino competenze per far crescere le nostre startup all'estero attraverso un **meccanismo di "reciprocità"** che investa capitali in fondi esteri in cambio di un loro più elevato reinvestimento in Italia;
- **Attrazione** verso il VC italiano attraverso lo sviluppo di collaborazioni con fondi sovrani e investitori istituzionali esteri che possano investire nei fondi di CDP Venture Capital per realizzare opportunità di "*knowlegde transfer*";
- **Rafforzamento delle competenze specialistiche** dei funzionari commerciali delle rappresentanze diplomatico-consolari, del personale ICE impiegato presso i Desk Attrazione Investimenti e degli addetti scientifici distaccati presso le Ambasciate;
- Incremento dei programmi promozionali e formativi come il **Global Startup Program dell'ICE**, da ampliare con meccanismi di tutoraggio e follow-up delle start-up a conclusione del loro percorso di esposizione a contesti esteri di accelerazione;
- Incremento della partecipazione di startup italiane a manifestazioni specialistiche internazionali attraverso **padiglioni nazionali**.

ATTRAZIONE INVESTIMENTI ESTERI

Secondo i dati OCSE, i **flussi di IDE in entrata in Italia** sono stati di 2,415 miliardi di dollari al primo trimestre 2021 e di 4,325 miliardi di dollari nel trimestre successivo. Con uno stock di IDE pari a 531 miliardi di euro, in termini complessivi, **l'Italia è oggi uno dei primi 20 Paesi al mondo per stock di capitali esteri**, il cui peso sul PIL ha oscillato tra il 20 e il 25%.

Nel contesto attuale, l'attrattività dell'Italia si è mostrata **particolarmente solida** e il nostro Paese ha accresciuto la sua **positiva percezione negli indici internazionali**: il Kerney FDI Confidence Index 2021, elaborato sulla base delle indicazioni di investimento degli investitori esteri, colloca infatti l'Italia all'8° posto tra le economie più attrattive, mentre la classifica "Nation Brands" di Brand Finance colloca l'Italia all'8° posto fra i Paesi più riconoscibili al mondo.

Tra i **punti di forza dell'Italia** rilevano non soltanto i tradizionali fattori legati all'eccellenza manifatturiera e alla presenza di una forza lavoro qualificata a costi competitivi, ma anche le recenti opportunità offerte dalla messa in opera del PNRR e dalla riconosciuta credibilità internazionale del nuovo Esecutivo. Il PNRR italiano è il più imponente dell'area UE per consistenza di risorse e investimenti e, secondo le stime del Governo, nell'anno di conclusione del Piano (2026) il PIL sarà di 3,6 punti percentuali superiori rispetto all'andamento tendenziale, mentre l'occupazione è attesa crescere del +3,2%.

Un'economia avanzata come quella italiana deve porsi **l'obiettivo di attrarre investimenti** per porre le basi di una crescita solida e di lungo periodo e di indirizzare gli stessi **verso lo sviluppo dei settori ad alto contenuto tecnologico** e la **promozione dei territori**, anche con l'obiettivo di favorire la nascita e il consolidamento delle ZES. A riprova della centralità attribuita al perseguimento di tali obiettivi, la Farnesina ha realizzato, in coordinamento con l'Agenzia ICE, un piano di rafforzamento della rete di Sportelli all'estero dedicati all'Attrazione degli Investimenti (AIE) – incrementati **da 19 a 26** - e dedicato, per la prima volta lo scorso aprile, una sessione straordinaria della Cabina di Regia al tema dell'AIE.

LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2022

- **Rafforzamento della governance** in materia di Attrazione Investimenti Esteri, in particolare attraverso la creazione di una Segreteria Tecnica Permanente del Comitato Interministeriale per l'Attrazione degli Investimenti Esteri (CAIE) con il compito di seguire e sostenere attraverso un corridoio di accesso veloce gli investimenti più rilevanti, sia sottoposti al CAIE stesso direttamente da investitori esteri, sia intercettati dalla rete diplomatico-consolare e dai Desk attrazione investimenti di ICE-Agenzia;
- **Ricerca e scouting di nuovi investitori**, anche mediante la mappatura di un limitato numero di potenziali investitori esteri di grande rilevanza ed operanti in settori prioritari del PNRR;
- **Organizzazione di eventi promozionali** tesi a incrementare l'attrattività dell'Italia agli occhi degli investitori stranieri. Tra questi, carattere prioritario rivestono: l'organizzazione di eventi dedicati alla promozione delle Zone Economiche Speciali, l'organizzazione dell'"Invest in Italy Summit", un evento di respiro internazionale con il coinvolgimento dei principali *stakeholder* italiani e rappresentanti delle istituzioni e della comunità economica dei Paesi target per le politiche di attrazione degli investimenti esteri.
- Rafforzare le azioni di sostegno all'internazionalizzazione delle start-up italiane

La quota di partecipazione italiana alle gare d'appalto internazionali rimane ancora sotto il potenziale espresso dal nostro sistema produttivo. Una delle ragioni di questa debolezza risiede nella scarsa conoscenza dei meccanismi e delle procedure di partecipazione ai *tender* internazionali da parte delle PMI.

Obiettivo della Cabina di Regia è quello di incrementare la presenza italiana nel sistema del *procurement* internazionale e rafforzare la consapevolezza delle opportunità di gara offerte dalla committenza estera.

In questa ottica, si ritiene necessario sfruttare maggiormente le opportunità di *procurement* che le Banche Multilaterali di Sviluppo (BMS) possono offrire alle imprese italiane, che intendono operare in modo sostenibile nelle economie emergenti e nei Paesi in via di Sviluppo.

LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2022

- Prosecuzione del programma **Tender Plus**, che si prefigge di offrire alle PMI, anche in forma cooperativa, un percorso di accompagnamento integrato in vista della loro partecipazione alle gare internazionali, basato sui tre pilastri della formazione (**Tender Lab**), dell'informazione (**TenderPass** con accesso illimitato e gratuito per 24 mesi a **Development Aid**, una delle più complete piattaforme, su scala mondiale, di gare internazionali multilaterali che affiancherà la piattaforma Extender) e dell'assistenza (**Tender Desk** che potrà avvalersi del supporto di 4 desk ICE dislocati presso le maggiori banche multilaterali di sviluppo);
- Costituzione, presso la sede centrale di ICE Agenzia, di uno **sportello permanente** deputato ad assistere le aziende italiane nella fase di predisposizione della documentazione di gara per gli appalti internazionali (**Tender Desk**);
- Lancio della **versione 2.0 del Portale ExTender**, alla diffusione di segnalazioni di gara ed anticipazioni di bandi di gara;
- Avvio di una **riflessione sulla possibilità di finanziare/co-finanziare studi di fattibilità** da consegnare a Paesi emergenti che ne facciano richiesta, affinché gli stessi Paesi possano utilizzarli per redigere bandi di gara in ambito infrastrutturale, con l'obiettivo di favorire un miglior posizionamento delle aziende italiane;
- Avvio di un comitato tecnico congiunto/coordinamento rafforzato, coordinato da MAECI e MEF, con la partecipazione dei rappresentanti italiani presso le BMS e degli altri attori della Cabina di Regia, per definire azioni specifiche su settori e paesi prioritari in linea con le strategie delineate dalla Cabina di Regia medesima;
- Monitoraggio pro-attivo in loco dei piani di sviluppo/investimento dei paesi prioritari e l'evoluzione della relativa *pipeline* di progetti, incrociando tali informazioni con i bandi finanziati dalle BMS.

COORDINAMENTO CON GLI ATTORI DEL SISTEMA ITALIA

L'OFFERTA DEL SISTEMA FINANZIARIO A SUPPORTO DELL'EXPORT E DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Cassa Depositi e Prestiti (CDP)

Nel corso del 2021 CDP ha introdotto **misure straordinarie** a sostegno delle imprese italiane e del tessuto produttivo nazionale, rafforzando e rinnovando i suoi strumenti per renderli ancora più vicini alle esigenze delle imprese, e **proseguendo l'attività di rafforzamento della rete territoriale** attraverso l'apertura di nuove sedi in tutta Italia. In particolare, nel corso dell'anno sono stati rafforzati gli **strumenti a sostegno dell'export e dell'internazionalizzazione**, lungo le due principali direttrici di attività, quella **diretta** e quella **indiretta**.

Nell'ambito dell'operatività **diretta** rientrano i finanziamenti destinati alle esportazioni italiane nell'ambito del sistema Export Banca (in sinergia con Sace e Simest), i finanziamenti a medio-lungo termine per supportare la crescita internazionale delle imprese italiane e accrescerne la competitività (ad es. in acquisizioni, investimenti, etc.) e la nuova operatività in garanzie a supporto delle grandi commesse internazionali. Nell'ambito dell'operatività **indiretta**, attraverso il sistema bancario, si segnalano i cosiddetti **accordi di "filiera"** siglati da CDP con le principali grandi aziende esportatrici, destinati a fornire supporto finanziario alle PMI loro fornitrici.

Il supporto di CDP ha riguardato investimenti all'estero principalmente destinati allo **sviluppo di nuovi impianti** e macchinari ad alto contenuto tecnologico e all'**incremento della capacità produttiva** nei settori meccanico-industriale, farmaceutico, agroalimentare ed automobilistico, quest'ultimo focalizzato sui veicoli elettrici.

Nel novembre 2021 è stata avviata la **Piattaforma di Business Matching**, il nuovo strumento digitale integrato nel portale **Export.gov.it**, lanciato da CDP per favorire lo sviluppo di relazioni commerciali tra imprese italiane ed estere in base alle loro caratteristiche ed esigenze. L'obiettivo è quello di sostenere **l'export e l'internazionalizzazione**, in particolare delle **PMI**, superando le **restrizioni imposte dalla pandemia** soprattutto sui mercati più lontani e complessi. Lo strumento attualmente ha un focus su **Cina, India e Giappone** con l'obiettivo condiviso con il MAECI, di ampliare per il prossimo anno le geografie di riferimento in Asia (Corea del Sud, Vietnam e Indonesia), nelle Americhe (Stati Uniti, Messico e Brasile), in Africa (Sud Africa) e nel vicinato (Serbia e Marocco).

Sempre nel novembre 2021, CDP ha presentato il **Piano Strategico 2022 – 2024** che, intercettando molte delle missioni del **Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza**, è stato impostato attorno a quattro aree prioritarie: **cambiamento climatico, crescita inclusiva, sostegno alle filiere produttive, innovazione e digitalizzazione**. In ambito internazionale, il nuovo Piano Strategico, oltre ad assicurare l'impegno per il rispetto degli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda ONU 2030 ("SDG")**, ha confermato il **sostegno all'export e all'internazionalizzazione** delle imprese e il rafforzamento del proprio ruolo di **Istituzione Finanziaria per la Cooperazione e la Finanza per lo Sviluppo**.

In tale ruolo CDP agisce come parte del Sistema Italia per promuovere lo **sviluppo sostenibile** delle economie emergenti e dei Paesi a basso reddito e, al contempo, per **supportare il nostro Paese** nel contributo al raggiungimento degli SDG e degli impegni internazionali sul clima recentemente riaffermati nella conferenza COP26 di Glasgow. Tale operatività può esplicarsi in oltre 140 Paesi; particolare attenzione sarà rivolta al vicinato Europeo (**Balcani e Nord Africa**) e all'**Africa Sub-Sahariana**.

Nella Cooperazione Internazionale e nella Finanza per lo Sviluppo, CDP può concedere finanziamenti per supportare **iniziative del settore pubblico e del settore privato ad elevato impatto su SDG e**

clima, in **settori** quali - ad esempio - la *green economy*, l'agricoltura e le infrastrutture sostenibili, che rappresentano anche ambiti di primario interesse per il sistema delle imprese italiane all'estero.

Nel corso del 2021, in occasione della Presidenza italiana del G20, per favorire la collaborazione ed il dibattito internazionale attorno ai temi del finanziamento delle infrastrutture di qualità e della finanza sostenibile, CDP ha organizzato ed ospitato a Roma due importanti eventi: il Summit del **D20 Long-Term Investors Club** (e la relativa **Conferenza Internazionale di alto livello**) ed il **Finance in Common Summit** che ha riunito per la seconda volta l'intera comunità mondiale delle Banche Pubbliche di Sviluppo assieme ai loro stakeholders. Gli esiti di questi due eventi hanno contribuito ai lavori e alle conclusioni del G20, soprattutto del track Finanza.

Inoltre, CDP sta rafforzando le proprie **partnership con le principali istituzioni finanziarie di sviluppo e con i principali donor** italiani, europei e internazionali, strutturando programmi di finanziamento che fanno leva sull'impiego combinato di capitali privati e risorse pubbliche e che possono ricomprendere l'offerta di servizi di **advisory tecnico-finanziaria e trasferimento di competenze e best practice**.

Al fine di supportare ulteriormente la promozione di progetti che favoriscono la riduzione dell'impatto ambientale nel settore dei trasporti, nel corso del **2022** CDP intende **consolidare e rafforzare il proprio ruolo di Implementing Partner** nell'ambito del **programma di finanziamento europeo Connecting Europe Facility**.

Infine, in **ambito innovazione**, tramite CDP Venture Capital, nel corso del 2021 sono state impostate le prime **partnership strategiche per l'espansione globale delle start-up italiane**, tramite l'avvio di relazioni con i principali ecosistemi del Venture Capital internazionali, la partecipazione ad eventi globali ed il supporto all'evento G20 Innovation League.

SACE

Nel 2020, SACE ha **mobilizzato risorse** a supporto della proiezione internazionale delle aziende italiane **per 25 miliardi di euro**, in crescita del 18% rispetto all'anno precedente, dato che ha fatto salire il portafoglio di operazioni perfezionate a quota 156 miliardi di euro al 31 dicembre 2020, a fronte di circa 26.000 aziende attive.

In un contesto di ripartenza dell'economia globale e degli scambi internazionali, **dove permangono tuttavia alcuni elementi di incertezza** legati alla diffusione del virus e alle misure di contenimento, **nel primo semestre del 2021 SACE ha mobilitato risorse per 15,6 miliardi di euro in favore di 12.300 aziende**, di cui oltre il 90% PMI e Mid Cap, in crescita del 64% rispetto allo stesso periodo del 2020, che portano a oltre 30.000 i clienti in portafoglio.

Il Piano Annuale elaborato **per il 2022** prevede una domanda massima di copertura assicurativa pari a **30 miliardi di euro**, che si stima possa avere **impatti positivi sull'economia: fino a 92 miliardi** sul valore della produzione, fino a 31 miliardi sul PIL (di cui circa 15 miliardi da PMI) e fino a 440.000 addetti sull'occupazione (di cui circa 205.000 da PMI).

La digitalizzazione dell'offerta, il supporto costante direttamente sul territorio da parte della Rete commerciale, e i programmi formativi di SACE Education, hanno contribuito alla crescita del numero di imprese servite.

Nel 2020, le richieste pervenute e gestite sul portale digitale di SACE sono state in totale 17.000 per circa 9.500 clienti serviti. Un trend in forte crescita che ha trovato conferma anche nel corso dei **primi sei mesi del 2021** che hanno fatto registrare un totale di **circa 10.000 richieste e 6.000 aziende servite, di cui oltre il 90% PMI.**

Per quanto riguarda l'attività di formazione sui prodotti assicurativo-finanziari di SACE Education, già nel 2020 erano stati raggiunti oltre 55.000 utenti, erogando 200 ore di formazione, realizzando più di 80 webinar e avviando ben 8 progetti formativi. Un programma che si è confermato anche nel 2021 quale strumento per avvicinare le PMI italiane al mondo dell'export, ma anche per accompagnarle nella transizione digitale e in quella green, in considerazione del nuovo e più ampio mandato che il Governo ha affidato a SACE per intervenire anche sul mercato domestico.

Nel corso del 2022, particolare attenzione continuerà ad essere prestata al segmento PMI attraverso azioni a loro dedicate:

- Evoluzione della **piattaforma digitale** e parallela valorizzazione del **canale online per webinar e incontri di business matching**;
- Nascita della **Rete degli Intermediari di SACE**, attraverso il coinvolgimento di nuove tipologie di partner del settore privato interessati ad arricchire la gamma di servizi offerti ai propri clienti, integrandola con la consulenza sugli strumenti di accesso al credito, finanza agevolata, assicurazione e export credit, offerti dalle società del perimetro SACE;
- Sviluppo e valorizzazione degli **accordi di filiera per lo sviluppo "indiretto" delle PMI**;
- Valorizzazione della **formazione oltre l'export con focus su infrastrutture, green e digital**.

Il sostegno alla competitività delle aziende italiane sui mercati esteri sarà altresì rafforzato attraverso il programma **"Push Strategy"**, che fa da apripista per l'export italiano in mercati emergenti ad alto potenziale, mettendo a disposizione di controparti estere linee di credito a medio-lungo termine a un tasso competitivo. Al consolidamento delle linee di finanziamento, SACE continuerà ad affiancare l'attività di promozione attraverso l'organizzazione di un calendario di **eventi di match-making** per garantire l'incontro di domanda e offerta. Le prospettive sono di un'ulteriore crescita rispetto alle attività programmate nel 2021 (26 eventi con il coinvolgimento di più di 1.500 aziende italiane). Per assicurare la massima efficacia, le iniziative saranno organizzate e promosse in collaborazione con le Associazioni d'impresa e gli organismi del Sistema Italia presenti nei paesi di riferimento (i.e. rete diplomatica, uffici ICE e Sistema camerale estero).

SIMEST

È la società del Gruppo Cassa Depositi e Prestiti che sostiene la crescita e la competitività delle aziende italiane, in particolare delle PMI, che operano anche all'estero. SIMEST opera attraverso tre linee di attività, a valere su fondi pubblici gestiti per conto del MAECI e su risorse proprie: (i) il **Supporto all'Export** (tramite la gestione del **Fondo 295/73**), (ii) le **Partecipazioni al capitale**, tramite investimenti effettuati a valere su risorse di SIMEST e a valere sul Fondo pubblico di Venture Capital, e i **Finanziamenti agevolati** già descritti (**Fondo 394/81**).

Il supporto all'export, nella forma di un contributo in conto interessi su operazioni di credito all'esportazione, vede, in particolare nell'ambito di commesse strategiche per il Paese, il coinvolgimento congiunto e coordinato a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese di CDP, SACE e SIMEST, tramite il supporto finanziario di CDP, la garanzia di SACE e il contributo export di SIMEST, che consente di rendere competitivo il costo finanziario dell'operazione. Inoltre recenti evoluzioni di prodotto sull'operatività del Credito Fornitore in ottica di maggiore attrattività per le PMI, hanno consentito un significativo incremento delle risorse mobilitate nell'ultimo biennio.

Ulteriore strumento pubblico a supporto degli investimenti esteri delle imprese italiane è rappresentato dal **Fondo di Venture Capital**, che si affianca all'intervento di SIMEST effettuato con risorse proprie, per supportare il processo di internazionalizzazione delle PMI. In particolare, il Fondo di Venture Capital investe nel capitale delle società estere controllate dalle imprese italiane congiuntamente all'investimento di SIMEST e costituisce uno strumento pubblico dalle condizioni promozionali, che SIMEST gestisce in convenzione con il MAECI.

Il Fondo consente infatti di ottenere risorse aggiuntive rispetto a quelle apportate da SIMEST ad un tasso promozionale commisurato alla dimensione dell'impresa richiedente. Nel corso del 2020 lo strumento, originariamente attivo solo nei paesi extra UE di interesse strategico, è stato progressivamente ampliato a tutti i paesi al di fuori dell'UE e, infine, a tutti i paesi ad eccezione dell'Italia, consentendo, nonostante il contesto di emergenza pandemica, di conseguire risultati positivi nel corso del biennio 2020-2021 in termini di risorse mobilitate a supporto dei processi di internazionalizzazione. Nel corso del 2021 sono state acquisite partecipazioni dirette SIMEST e a valere sul Fondo di Venture Capital per un valore complessivo di circa 45 €/mln (dati aggiornati al 31 ottobre 2021).

ABI

Anche nel corso del **2021 il credito bancario alle imprese ha mostrato un incremento rispetto all'anno precedente**, seppur lieve (circa 1% a fine ottobre), anche grazie al proseguimento degli effetti determinati dall'operare delle garanzie statali poste in essere dai decreti di aprile e maggio 2020 (poi trasformati in legge).

Considerata la dinamica delle esportazioni nel corso del 2021, è desumibile che un'ampia parte di tale credito, e non solo di quello incrementale, sia andata a finanziare le attività delle imprese esportatrici e a quelle dedicate all'internazionalizzazione della propria attività, sebbene queste evidenze non siano riscontrabili dalle informazioni statistiche disponibili.

Pur in presenza della crisi pandemica, infatti, le banche hanno mantenuto una forte operatività a supporto di questa categoria di imprese sia attraverso il credito ordinario, che con l'offerta di strumenti finanziari specifici (*lettere di credito, bid bonds, performance bonds, ecc.*).

Anche nel 2022 proseguirà l'attività di aggiornamento ed affinamento di tali strumenti, in stretto coordinamento con SACE e SIMEST, che, insieme alle banche, si adoperano per accrescerne la fruibilità e quindi per conseguire un allargamento della platea di clientela raggiungibile, puntando *in primis* alla semplificazione della documentazione richiesta alle imprese.

La **rete di correspondent banking** offerta dalle banche italiane per consentire alle imprese clienti di operare nei paesi *target* con incassi e pagamenti, nonché con l'ottenimento di credito, mantiene la propria capillarità anche in una fase contraddistinta da significative spinte alla razionalizzazione dei rapporti indotta, spesso, dalla crescente prudenza a livello internazionale nell'applicazione delle prassi operative in materia di *anti-money laundering* e *combating the financing of terrorism*.

SINERGIE CON GLI ATTORI NEI TERRITORI

Regioni

Nel corso del 2021 la Conferenza delle Regioni ha coordinato il contributo delle Regioni e delle Province autonome in molteplici iniziative congiunte utili a **rendere operativo l'obiettivo di Formazione/Informazione** indicato chiaramente dalla Cabina di Regia come uno dei sei pilastri della strategia innovativa per il rilancio del "Made in Italy". In relazione alla prossima programmazione UE e all'attuazione del PNRR che vedranno un protagonismo forte dei territori, appare utile un **rafforzamento della governance dell'internazionalizzazione che consenta di far crescere e sostenere le imprese nel loro processo di internazionalizzazione**, evitando duplicazioni e abbracciando una platea più ampia di destinatari. Tale obiettivo presupporrà la **condivisione delle iniziative messe in campo a livello nazionale**, a partire dai piani operativi gestiti da ICE nell'ambito del Piano Made in Italy e dalle ingenti risorse messe in campo per il PNRR attraverso la gestione SIMEST con la legge 394/81.

Con riguardo all'orizzonte 2022, si prevede di:

- **Rafforzare la promozione e il sostegno a sistemi/filiere** che godono di un posizionamento saldo sui mercati internazionali ed emergenti, nonché di rigenerare e modernizzare, attraverso una più stretta correlazione tra l'internazionalizzazione e l'innovazione, la base industriale territoriale e consolidare le componenti essenziali della sua competitività a livello locale e globale, anche nell'ottica di una maggiore sostenibilità. Puntare cioè attraverso strumenti dedicati - alla costruzione e al rafforzamento su base internazionale di filiere lunghe, in stretta coerenza con i settori chiave della specializzazione produttiva dei territori e sulla spinta degli obiettivi della transizione digitale ed ecologica definiti nel PNRR, che vedano il coinvolgimento su base volontaria di più Regioni e Province Autonome e l'attivazione dell'eventuale cofinanziamento addizionale regionale, come previsto dall'art. 5 del decreto di riparto delle risorse del Piano straordinario del Made in Italy 2021;
- **Coinvolgere il sistema regionale nelle missioni internazionali** anche attraverso un flusso costante di informazioni e la previsione di meccanismi di ascolto e raccordo tra le rispettive programmazioni con la finalità primaria di garantire una fattiva e sinergica partecipazione dell'intero sistema Paese alle iniziative di settore;
- In merito alla partecipazione alle **fiere internazionali all'estero**, incentivare la previsione di momenti di condivisione con il sistema unitario delle Regioni per **assicurare un**

coinvolgimento fattivo dei territori e consentire l'attivazione di economie di scala e di scopo nella copertura degli spazi fieristici;

- In relazione all'attività di **promozione integrata** del sistema Paese, favorire un maggiore raccordo tra il Piano straordinario per il Made in Italy e il Piano di Promozione dedicato al turismo, con la finalità di valorizzare le eccellenze e il Made in Italy. Ciò anche attraverso l'attivazione di nuove iniziative e progetti di marketing strategico integrato che vedano coinvolte le filiere territoriali e la programmazione regionale;
- Nell'**attrazione di investimenti diretti esteri**, incentivare il raccordo con la dimensione regionale affinché possa divenire sempre maggiormente un elemento facilitatore degli stessi. Nell'ambito di un quadro condiviso di politica di settore, si investirà sul ritorno in patria e su un maggiore grado di "regionalizzazione" delle catene di fornitura di settori produttivi strategici per il sistema Paese, sostenendo la crescita delle imprese di medie e piccole dimensioni e condividendo banche dati specializzate.

Sistema camerale (a cura di Unioncamere/Assocamerestero)

Attività realizzate per il sostegno dell'export:

- Attraverso il "**Programma Sostegno all'Export dell'Italia (SEI)**", Unioncamere - con il supporto dell'Agenzia Promos Italia e attraverso la rete delle Camere di commercio sul territorio - ha intensificato le iniziative finalizzate a **favorire l'avvio all'export delle imprese, con particolare attenzione al segmento delle potenziali e occasionali esportatrici**. Ciò attraverso una serie di servizi omogenei su tutto il territorio nazionale quali la formazione ed il tutoring, l'orientamento personalizzato ai mercati esteri, nonché percorsi e iniziative di accompagnamento all'estero delle PMI attraverso progetti individuali e di filiera, anche utilizzando la leva del digitale e del commercio elettronico. Dall'avvio avvenuto nel 2018 ad oggi, sono state **profilate oltre 4.500 imprese, garantendo loro più di 9.000 assistenze individuali** su percorsi di export.
- Il Sistema camerale ha, inoltre, dedicato un'attenzione particolare nell'affiancamento alle imprese per **sfruttare appieno le potenzialità del digitale anche nell'ottica dell'export**. Tali azioni sono state condotte nel quadro dell'attuazione del programma "Impresa 4.0", coinvolgendo oltre **400.000 imprese** attraverso i **PID (Punti Impresa Digitale)** costituiti presso tutte le Camere di commercio e **monitorando il livello di maturità digitale di imprese, sia esportatrici che non esportatrici, attraverso oltre 40.000 assessment**. In tale ambito sono stati, altresì, implementati specifici progetti come il portale **DigIT Export**, realizzato da Promos Italia e che si pone quale punto di riferimento per le imprese sui temi relativi all'export digitale con attività di informazione, formazione e servizi di prima assistenza e che ha registrato l'adesione di primari partner tra cui Google, Alibaba, WeChat, Tencent ecc. È stata poi anche promossa la partecipazione attiva nei network europei come la **rete Enterprise Europe Network (EEN)** e la **rete degli European Digital Innovation Hub**,

nella quale le Camere di commercio attraverso i PID siano **presenti in almeno 14 dei 45 poli di innovazione**.

- La diffusione degli strumenti digitali a sostegno dell'export è, peraltro, tra i principali temi sui quali si basa **l'Accordo Quadro sottoscritto lo scorso luglio tra ICE, Unioncamere e Assocamerestero**, dove è stata evidenziata l'opportunità di potenziare - attraverso una complementarità di ruoli - l'assistenza offerta ai territori e alle imprese per aumentare e consolidare il *made in Italy* nel mondo. A tal fine, le iniziative dell'intero Sistema camerale - in Italia e all'estero - sono state altresì ricomprese all'interno del portale pubblico **Export.gov.it**. Anche la collaborazione fra le Camere di commercio italiane e la **rete delle Camere di commercio italiane all'estero (CCIE)** è stata caratterizzata da un più diffuso utilizzo delle tecnologie digitali nell'erogazione e nell'utilizzo dei servizi offerti, come nel caso delle **attività di web mentoring realizzate nell'ambito del progetto "Stay Export"**, per sostenere le imprese a ridefinire la propria presenza all'estero nella fase post-Covid.
- È stato rafforzato il ruolo delle CCIAA e delle CCIE come soggetti di riferimento per progettualità a livello transnazionale nel campo della **sostenibilità** (nelle diverse filiere del Made in Italy, a partire proprio dal *sustainable food*). A tal fine, nel prossimo anno verrà promosso dalle CCIE un **road show** finalizzato a informare e orientare le imprese italiane circa i piani e le iniziative **sui temi dell'economia circolare e dell'energia "pulita"** avviati dai vari Paesi in cui operano le 81 Camere di commercio italiane all'estero.
- Inoltre, il Sistema camerale - in attuazione della sessione straordinaria della Cabina di regia per l'internazionalizzazione dell'aprile 2021 - ha avviato uno specifico **Programma di attrazione degli investimenti diretti esteri**, realizzato da Promos Italia in collaborazione con la rete camerale nazionale e quella estera. Il progetto promuove le opportunità di investimento in Italia attraverso una rete di "investor advisors" nei singoli contesti economico-produttivi. In tale scenario il Sistema camerale, sfruttando la capillarità nei territori, può contribuire anche sul versante dello **sviluppo del Mezzogiorno**, in primo luogo grazie all'implementazione delle Zone Economiche Speciali (ZES).

Con riguardo all'orizzonte 2022:

- Il Sistema camerale attraverso la propria rete funzionale e territoriale **agisce per promuovere i territori e le filiere** che li rappresentano e per "avviare" - con gli altri attori attivi sul tema - le imprese, specialmente quelle di minore dimensione, nei processi di internazionalizzazione e innovazione, preparandole per meglio competere nei mercati, nonché per affrontare i nuovi paradigmi strategici su cui misurarsi su scala globale: dalle tecnologie digitali ai processi legati alla sostenibilità, dalle catene globali del valore alla ridefinizione dei processi produttivi. Nella fattispecie il Sistema camerale proseguirà:
 - il **"Programma Sostegno all'Export dell'Italia (SEI)" per promuovere l'export delle imprese potenziali e occasionali esportatrici;**
 - il **Programma sull'attrazione degli investimenti diretti esteri**, a supporto dei livelli nazionale e regionale;
 - **in coerenza con le priorità del PNRR prevedrà azioni specifiche sui temi della digitalizzazione e della sostenibilità.**

- **Il Sistema camerale si impegna ad agire su tre obiettivi:**
 - 1) il raccordo tra le politiche decise dalla Cabina di regia per l'internazionalizzazione e i livelli territoriali;
 - 2) l'accompagnamento delle piccole e medie imprese, soprattutto quelle di più ridotta dimensione, a ridefinire o riprogettare in questa fase la propria presenza all'estero;
 - 3) l'incremento dell'utilizzo del digitale a sostegno dell'export, per avviare o sviluppare nuove forme di presenza sui mercati.

- Nella prosecuzione del programma **"True Italian Taste"**, **la rete delle Camere di commercio italiane all'estero (CCIE) agirà in raccordo con la campagna di *nation branding* belt prevista nell'ambito del Patto per l'Export.**

- Coinvolgimento del **Sistema camerale nella diffusione alle imprese delle opportunità offerte dal PNRR**, nell'accesso ai **fondi comunitari** e nella **partecipazione agli appalti pubblici europei e gare internazionali.**

MERCATI DI RIFERIMENTO E STRUMENTI DI PENETRAZIONE COMMERCIALE

MERCATI DI RIFERIMENTO

- **Mercati maturi:** i Paesi avanzati continuano a rappresentare i principali mercati di sbocco per il nostro export. In tale ottica, sarà necessario continuare a presidiare i seguenti mercati **Germania, Francia, Stati Uniti, Svizzera, Spagna, Regno Unito** (il cui peso combinato sull'export italiano nel 2020 è stato pari al 48,6%), oltre al **Giappone, Australia** e al **Canada**;

- **Mercati ad alto potenziale:** ai mercati maturi vanno aggiunti, per via della loro rilevanza nella bilancia commerciale italiana e la compresenza di una serie di fattori (elevata capacità di spesa, numerosità delle imprese italiane già presenti, clima d'affari favorevole, peso demografico), alcuni **Paesi maturi UE** come **Polonia e Repubblica Ceca**, nonché **India, Vietnam, Messico, Brasile, Arabia Saudita, Turchia, Indonesia, Malesia, Qatar, EAU, Cina, Corea del Sud e Russia**;

- **Mercati emergenti:** in una visione di lungo termine, che guardi tra gli altri fattori al potenziale di crescita, alla recente apertura ai mercati internazionali e alla trasformazione delle abitudini di consumo, si presterà particolare attenzione alle opportunità offerte dai **mercati africani (Marocco, Algeria, Kenya, Senegal, Nigeria, Ghana, Costa d'Avorio e Sudafrica)**, **sudamericani (Perù, Cile e Colombia)** e, in area centroasiatica, dal **Kazakistan e Uzbekistan.**

Un'attenzione specifica sarà riservata al Continente Africano, che nel 2022 sarà destinatario di un **piano di potenziamento delle attività promozionali, intitolato alla memoria del compianto Ambasciatore Luca Attanasio** e articolato lungo le seguenti linee direttrici:

→ **apertura di nuovi Uffici ICE** nelle sedi di Dakar e Nairobi; il primo fungerà da "hub" per l'Africa Occidentale e il Sahel, il secondo da "hub" per la *East African Community*;

→ **apertura del nuovo Ufficio SACE ad Accra**, che agirà come "hub" per l'Africa Occidentale e che si aggiunge agli uffici già operativi a Nairobi e Johannesburg.

→ **realizzazione di un programma di missioni brevi settoriali**, a cura di ICE e con focus sui settori energetico, agroindustriale, edilizio, infrastrutturale e della meccanica strumentale; il programma si articolerà in due fasi:

- una prima fase a carattere esplorativo, durante la quale i funzionari ICE potranno contare sul sostegno – anche logistico – delle Ambasciate di riferimento e che avrà l'obiettivo di individuare interlocutori e partner locali operanti nei settori indicati;
- una seconda fase di *follow-up*, a distanza di circa tre mesi dalla precedente, che si concretizzerà in una missione congiunta tra ICE, gli altri attori di Sistema (come il Polo CDP/SACE/SIMEST) e le associazioni di categoria e imprese dei settori ritenuti di interesse specifico;

→ **sostegno allo sviluppo di un *business climate* favorevole** attraverso la prosecuzione, a cura di ICE Agenzia, dei progetti "Lab Innova for Africa" - dedicato alla formazione di giovani manager africani sulle tecnologie italiane - e "Africa Business Lab", che realizza percorsi di accompagnamento mirato delle PMI italiane, anche in forma cooperativa, sui mercati dell'Africa Subsahariana; prosecuzione dell'esperienza dei centri tecnologici con funzione formativa per l'imprenditoria locale e promozionale per le imprese italiane; eventuale avvio di progettualità (*Demo Farm*) nella filiera agroindustriale;

→ **avvio da parte di SACE, in collaborazione con ICE e MAECI, di un progetto pilota dedicato alle PMI** per supportare la penetrazione delle aziende italiane nei mercati della Regione e aiutarle a identificare e a incontrare potenziali controparti nel settore privato africano per far emergere specifiche opportunità commerciali. Il progetto è in una fase di sperimentazione su un *cluster* ristretto di aziende target in Ghana che sono stato oggetto di preliminare selezione creditizia da parte di SACE così di garantire il supporto finanziario necessario in caso di favorevole conclusione delle trattative. Qualora si riscontreranno risultati positivi, il progetto potrà esser implementato su larga scala in altre aree dell'Africa Sub-sahariana.

- **Missioni di sistema:** allorquando le condizioni epidemiologiche lo consentiranno, riproposizione graduale delle missioni di sistema originariamente previste per il 2020 (Messico, India, Brasile, Arabia Saudita, Vietnam). Le missioni coinvolgeranno le rappresentanze imprenditoriali sin dall'azione di individuazione dei settori strategici su cui focalizzarle e, in seguito, potranno **aprirsi al mondo dell'Università e della ricerca.**
- **Missioni settoriali,** con il coinvolgimento delle start-up e delle imprese innovative e focalizzate sui comparti a maggior potenziale di sviluppo;
- **Partecipazione dell'Italia quale Paese d'Onore a primarie fiere internazionali;**
- **Sviluppo di strategie di partnership globali con i principali player fieristici internazionali** al fine di migliorare il posizionamento delle imprese italiane all'interno delle manifestazioni fieristiche;
- **Attrazione in Italia di eventi e iniziative internazionali di altissimo profilo** sia di carattere fieristico che congressuale;
- **Promozione del *Made in Italy* in occasione di primari eventi sportivi di grande rilievo internazionale.**
- **Presentazioni Paese e webinar** focalizzati sulle opportunità d'investimento nei mercati ad elevato potenziale e in quelli emergenti (anche attraverso Business Opportunity Seminar e altri incontri specifici dedicati alle Banche multilaterali di sviluppo);
- **Attività di *matchmaking*,** anche mediante l'impegno della piattaforma di Business Matching sviluppata da CDP e accessibile dal portale di sistema export.gov.it;
- **Piani industriali** di penetrazione del *Made in Italy*. I Piani Industriali si focalizzeranno **su un novero ristretto di Paesi a più alto potenziale,** a partire dal **Vietnam** e dalla **Cina**, per poi continuare con altre economie extraeuropee scelte fra Stati Uniti, Messico o Brasile (in America Latina); EAU (nel Golfo); India e Giappone (in Asia). Tali piani consentiranno di individuare un nucleo di **4-5 settori maggiormente promettenti per l'export italiano nel Paese target** cui associare – in sinergia con Ambasciate, Consolati, Uffici ICE e SACE nel Paese – la gamma di strumenti messi a disposizione dai vari soggetti di sistema (MAECI; ICE; CDP; SACE; SIMEST; Sistema Bancario) per accompagnare le MPMI, anche in forma cooperativa, italiane su tali mercati. Le risultanze emerse verranno condivise con le associazioni di categoria e con le imprese interessate e costituiranno il presupposto per **l'attuazione di azioni concrete di promozione commerciale in quei mercati.** Le risultanze di tali "piani industriali" potranno inoltre fungere da spunto sia per campagne settoriali di comunicazione delle eccellenze produttive italiane, sia per un rafforzamento strutturale della rete estera MAECI e ICE nei mercati a maggior potenziale oggetto di piani industriali.

* * *

Il presente documento costituisce linea di indirizzo ai fini della programmazione triennale delle risorse conferite ad ICE-Agenzia.