

20  
23

**XI CABINA DI REGIA PER  
L'INTERNAZIONALIZZAZIONE  
DOCUMENTO CONCLUSIVO**



Ministero degli Affari Esteri  
e della Cooperazione Internazionale



*Ministero delle Imprese  
e del Made in Italy*

16 FEBBRAIO 2023

**XI CABINA DI REGIA PER  
L'INTERNAZIONALIZZAZIONE  
DOCUMENTO CONCLUSIVO**

# Indice

Quadro macroeconomico e scenari previsionali per il 2023	<b>03</b>
Modalità di promozione del Made in Italy e priorità geografiche	<b>05</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Azioni di sistema: valorizzazione delle filiere di eccellenza</li><li>• L'attività di tutela e valorizzazione del Made in Italy</li><li>• Mercati di riferimento e aree di interesse strategico</li><li>• Focus Ucraina</li><li>• Focus Riforma Agenzia ICE</li></ul>	
Attività realizzate nel 2022 per il sostegno all'internazionalizzazione delle imprese. Linee strategiche ed azioni per il 2023	<b>13</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Digitalizzazione e e-commerce</li><li>• Grande Distribuzione Organizzata (GDO)</li><li>• Servizi di assistenza</li><li>• Sistema fieristico</li><li>• Eventi di partenariato economico bilaterale</li><li>• Finanza agevolata</li><li>• Promozione integrata</li><li>• Promozione dei flussi turistici</li><li>• Ricerca, innovazione e start-up</li><li>• Attrazione investimenti esteri</li><li>• Gare internazionali</li><li>• Approvvigionamento di materie prime critiche</li><li>• Comunicazione</li><li>• Formazione/Informazione per le imprese</li><li>• Gestione dei flussi migratori</li></ul>	
Coordinamento con gli attori del Sistema Paese	<b>34</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• L'offerta del sistema finanziario a supporto dell'export e dell'internazionalizzazione delle imprese italiane</li><li>• Le sinergie con gli attori nei territori</li></ul>	

# Quadro macroeconomico e scenari previsionali per il 2023

---



Nel 2022 il **quadro economico internazionale** - segnato dal 2020 dall'emergenza pandemica - è repentinamente mutato con l'insorgere del conflitto in Ucraina. Il principale canale di trasmissione dell'impatto della guerra è rappresentato dalle commodities, le cui quotazioni sui mercati finanziari si sono impennate, alimentando una fase di rialzo in corso già dal secondo semestre del 2021. L'inflazione elevata, i rincari delle materie prime, le difficoltà di approvvigionamento di alcuni fattori produttivi, le strozzature nei trasporti e nella logistica, insieme all'orientamento restrittivo della politica monetaria nei principali Paesi e all'incertezza sull'evoluzione del conflitto in Ucraina rappresentano un **freno all'economia mondiale**, che si attende in rallentamento nel 2023. Di conseguenza, la congiuntura economica negativa si è manifestata in tutte le filiere. In questo scenario globale, non sono stati risparmiati neanche i settori economici che negli ultimi anni hanno evidenziato le performances migliori e più resilienti. Tra di essi, infatti, quelli che hanno subito maggiori impatti negativi sono il turismo o settori ad esso riconducibili come il trasporto aereo, soprattutto con riferimento al segmento internazionale.

Sul fronte dell'export, nel periodo **gennaio-novembre 2022**, rispetto ai primi undici mesi dell'anno precedente, **le esportazioni italiane segnano una crescita del 20,58% per un valore di 573 miliardi di euro** ed un aumento anche in volume, seppur contenuto, dello +0,3%. Tuttavia, si registra un **aumento ancora più pronunciato delle importazioni, pari al 39,5% per un valore di quasi 605 miliardi** e dell'1% in volume. Il forte incremento delle importazioni è dovuto all'aumento dei valori medi unitari, trainati in particolare dai costi dell'energia e dei beni intermedi. Al netto degli acquisti di prodotti energetici, infatti, l'aumento dell'import si riduce al 25,7%. Su questi dati pesa pertanto la componente inflazionistica, tornata cruciale nel condizionare l'evoluzione dell'economia globale. La crescita più marcata delle importazioni rispetto alle esportazioni, determina nei primi undici mesi dell'anno, un **disavanzo della bilancia commerciale pari a -32 miliardi di euro** (a fronte di un avanzo di +41,8 miliardi nell'analogo periodo del 2021), **da addebitare soprattutto al deficit energetico di oltre -102 miliardi** (era -40 miliardi nel periodo gennaio-novembre 2021). Al netto della bolletta energetica, si registra invece un avanzo commerciale di +70 miliardi di euro rispetto a +83 miliardi dei primi undici mesi del 2021.

Nel confronto con i principali partner europei, l'aumento delle esportazioni italiane nei primi dieci mesi di quest'anno (+20,8%) è superiore a quello della Germania (+14,4%) e della Francia (+19,6%), mentre si mantiene leggermente inferiore a quello della Spagna (+23,6%). Guardando, tuttavia, ai saldi della bilancia commerciale nello stesso periodo, l'Italia registra un disavanzo di -33 miliardi a fronte di un disavanzo di circa -62 miliardi della Spagna.

# Quadro macroeconomico e scenari previsionali per il 2023

---



Per quanto riguarda gli scenari di previsione, *Oxford Economics* stima una **crescita del PIL mondiale del +3,0% nel 2022 e del +1,3% nel 2023**[1]. La **domanda internazionale di beni e servizi in volume** dovrebbe crescere nel 2022 del **+5,4%** per poi **rallentare al +2,3% nel 2023**. Secondo le ultime previsioni dell'Istat, è attesa per il **Pil italiano** una crescita a ritmi ancora sostenuti nel **2022 (+3,9%)** seguita da un significativo rallentamento nel **2023 (+0,4%)**[2].

Quanto invece al commercio estero, l'Istat prevede **per il 2022** un aumento delle **esportazioni di beni e servizi del +10,8%** e delle **importazioni del +13,2%**, mentre nel **2023** il rallentamento del commercio mondiale dovrebbe portare ad un **frenata sia per le esportazioni (+2%) sia per le importazioni (+2,2%)** [3].

**Ulteriori elementi di incertezza** rischiano di rallentare la crescita dell'export. Ad esempio, l'ultima Relazione della Commissione Europea sull'applicazione degli accordi commerciali dell'UE"[4] datata 11 ottobre 2022, evidenzia come la maggioranza degli ostacoli all'export sia determinata da misure sanitarie e fitosanitarie (102 su un totale di 455 registrati). Il settore agroalimentare italiano non è estraneo al fenomeno, sussistendo per le nostre esportazioni di alcuni prodotti agroalimentari verso alcuni mercati di importanza strategica, barriere non-tariffarie legate ad aspetti di sanità pubblica veterinaria e di salute delle piante.

Con riguardo alle esportazioni italiane di servizi, si attende per il 2022 un pieno recupero dei livelli pre-Covid (grazie ad un rialzo del +34,8%) dopo il recupero solo parziale registrato nel 2021. Il buon andamento dovrebbe proseguire nel 2023 (+2,6%) e nel triennio successivo con una media del +3,6% l'anno[5].

[1] Oxford Economics, World Economic Prospects Monthly, Gennaio 2023

[2] Istat, Le prospettive per l'economia italiana nel 2022-2023 (Dicembre 2022).

[3] Istat, Le prospettive per l'economia italiana nel 2022-2023 (Dicembre 2022).

[4] Eur Lex - RELAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE EUROPEO E AL COMITATO DELLE REGIONI sull'attuazione e sull'applicazione degli accordi commerciali dell'UE COM/2022/730 final

[5] "I servizi nel mondo di oggi e di domani: un treno che non si può perdere" - Sace Focus On - Gennaio 2023

## Modalità di promozione del **Made in Italy** e priorità geografiche



Il sostegno di tutti gli attori di sistema alla crescita delle nostre imprese sui mercati esteri è un **obiettivo centrale della politica estera ed economica dell'Italia**, che si intende affrontare con rinnovato impegno, attraverso un dialogo costante con gli operatori economici e mettendo in campo nuovi strumenti per fare fronte con maggiore efficacia alle sfide che derivano dalla congiuntura internazionale. A tal fine si rende opportuno definire un'azione sinergica degli strumenti di potenziamento della nostra manifattura in Italia che consentano a quei settori a maggior vocazione internazionale di partire da un sostegno pubblico che nasce sul territorio e accompagna le imprese sui mercati esteri.

Tale **diplomazia per la crescita** si dispiega su tutte le linee d'azione individuate dalla Cabina di Regia e si esprime a tutto campo: nell'**intelligence economica** della rete all'estero della Farnesina e di ICE Agenzia, al fine di cogliere le opportunità per le nostre aziende; nella **promozione e attrazione di investimenti** dall'estero in grado di generare ricchezza e occupazione in Italia; nel potenziamento della nostra azione verso le **Banche multilaterali di sviluppo**; nella promozione delle nostre principali **fiere internazionali**; nelle azioni di **comunicazione e di promozione integrata**, per nutrire una narrativa innovativa del nostro Paese che valorizzi i nostri punti di forza, ossia quella sintesi di creatività, innovazione e bellezza che sono sinonimo di *Made in Italy*.

Le linee strategiche e operative sono definite da ciascun Ministero, per quanto di competenza, in raccordo con le Istituzioni e le agenzie responsabili per l'internazionalizzazione delle imprese e la promozione del *Made in Italy* e nell'ambito dei gruppi decisionali e comitati di consultazione istituiti tra i Ministeri competenti. Tale azione si estende all'identificazione delle filiere da promuovere, alle azioni da attuare, alla scelta dei mercati ai quali guardare per migliorare la penetrazione commerciale.

Uno degli ultimi atti formali dell'anno appena concluso è stata l'istituzione, con il DL n. 173/2022, del CIMIM - Comitato interministeriale per il *Made in Italy*, a cui spetta il compito di indirizzare e coordinare la strategia che verrà decisa dalla Cabina di Regia per essere implementata nei prossimi mesi e anni e che pone al centro dello sviluppo economico e sociale l'impresa, nelle sue varie declinazioni.

L'efficacia di tali azioni si baserà pertanto sul gioco di squadra, all'interno e all'esterno delle nostre frontiere, potendo contare sul **contributo** e sul **ruolo insostituibile della rete di Ambasciate, Consolati, Uffici ICE ed Istituti di Cultura**. All'estero, con il ritorno alla normalità post pandemica, la rete diplomatica, interlocutore essenziale e privilegiato per l'azione di *business matching* a favore delle nostre aziende, torna ad essere il fulcro dell'azione promozionale, offrendo una vetrina all'eccellenza del *Made in Italy* anche ospitando eventi di diplomazia economica, rassegne tematiche, presentazioni di manifestazioni espositive internazionali previste in Italia.

## Modalità di promozione del **Made in Italy** e priorità geografiche



Nel 2023 l'attività di sostegno pubblico all'internazionalizzazione dedicherà una rinnovata attenzione alla realizzazione di **azioni di sistema**, privilegiando la valorizzazione di specifiche filiere produttive e riservando un particolare rilievo al tema dell'**economia circolare e della sostenibilità**, settore nel quale l'Italia è leader con un tasso di utilizzo circolare degli input di produzione raddoppiato negli ultimi 10 anni e pari quasi al doppio della media europea (ITA=21,6%; EU27=12,8% nel 2020).

Questo approccio consentirà di **non limitarsi a promuovere solo dei prodotti, ma un paradigma innovativo di fare impresa**, presentando le nostre filiere, non solo come eccellenze nel panorama internazionale, ma anche come campioni in tema di sostenibilità, transizione ecologica ed energetica.

Tale azione si avvarrà, oltre che dei consueti e consolidati strumenti promozionali ICE (organizzazione di fiere all'estero, *incoming* in Italia di operatori esteri, azioni di comunicazione e corsi di formazione), dell'organizzazione di **"missioni per la crescita"**, secondo un approccio differenziato per Paese, sulla base di una valutazione complessiva del potenziale di crescita del *Made in Italy* nei differenti settori dove l'Italia esprime un elevato grado di competitività, con un particolare focus sulle piccole e medie imprese.

L'economia circolare è, infatti, un tema trasversale declinabile in ogni settore produttivo e che, nel contesto della strategia promozionale che sarà attuata, privilegerà le filiere della tecnologia industriale, dei semilavorati e delle materie prime, della chimica e delle scienze della vita, dei trasporti e della logistica, dell'agro-alimentare e dei sistemi moda-calzature e arredo casa-ufficio.

La tutela e la valorizzazione del *Made in Italy* sono da sviluppare in modo sempre più capillare, valorizzando le tipicità dell'offerta italiana. In questo quadro, oltre alle attività che sono già realizzate dal MIMIT, con la direzione UIBM, sono previste attività più specifiche di assistenza alle imprese per consentire loro di operare in sicurezza sui mercati esteri, orientandole e tutelando sul versante della proprietà industriale e della promozione dei prodotti tipici (in particolare i prodotti D.O.C., D.O.P., I.G.P.) anche in risposta al fenomeno dell'*Italian Sounding*.

L'esperienza di questi anni ci evidenzia quanto le PMI sottovalutino il tema della registrazione dei marchi, da un lato, e del fenomeno *Italian sounding*, dall'altro, che impatta anche sulla competitività stessa dell'impresa.

**Azioni di sistema:  
valorizzazione  
delle filiere di  
eccellenza**

**L'attività di  
tutela e  
valorizzazione  
del Made in Italy**

# Modalità di promozione del Made in Italy e priorità geografiche



Obiettivo di questa linea di intervento è pertanto lo sviluppo dei punti di monitoraggio e assistenza per le imprese italiane sulle regole e le opportunità collegate alla tutela della proprietà industriale, allo scopo di un loro consolidamento all'estero e di sviluppare ulteriormente le attività di assistenza specifica alle imprese nei seguenti campi:

- monitoraggio dell'evoluzione normativa e delle procedure per la tutela dei diritti di proprietà intellettuale e per la tutela del software;
- redazione di documentazione sul tema;
- monitoraggio del mercato, informazione e assistenza alle imprese in merito all'*Italian sounding*.

I punti di partenza per sostenere le nostre aziende sono quelli degli **incentivi MIMIT** che nel tempo si sono consolidati anche a seguito del riscontro positivo dato dalle imprese stesse; a questi si affiancheranno:

L'attività di  
tutela e  
valorizzazione  
del Made in Italy

- Lo sportello unico, preposto a risolvere i problemi di qualunque tipo di competenza della Pubblica Amministrazione per qualunque tipo di impresa, che avrà una declinazione dedicata e specializzata alle imprese del Made in Italy che intendono internazionalizzarsi, come ad esempio nel campo della compliance, ossia di come muoversi nel mondo delle restrizioni nei mercati (sanzioni ma non solo). Spesso, infatti, le imprese si trovano a sostenere costi delle sanzioni che erano evitabili o minimizzabili attraverso una migliore pianificazione dei processi di internazionalizzazione, che tengano anche in conto il "rischio sanzioni" nei vari mercati.
- Un programma per valorizzare, soprattutto a livello di comunicazione, il Made in Italy, anche attraverso forme di etichettatura delle merci che ne esplicitino la provenienza e il processo a monte (ad esempio blockchain). In questo ambito giocheranno un ruolo fondamentale le reti di uffici che MAECI (tramite la propria rete diplomatica e consolare, nonché grazie al network ICE) e il MIMIT potranno porre a sostegno del sistema imprenditoriale.

# Modalità di promozione del Made in Italy e priorità geografiche



In linea generale, l'azione di sostegno all'internazionalizzazione nel 2023 si svolgerà nei **mercati maturi**, ossia i principali mercati di sbocco per il nostro export, e nei **mercati ad alto potenziale**, ovvero in Paesi di speciale interesse per la compresenza di specifici fattori, quali l'elevato potere di acquisto, l'elevato numero di imprese italiane già presenti, il clima d'affari favorevole, il peso demografico e i margini stimati di sviluppo del nostro export.

Infine, l'attenzione sarà rivolta anche a quei **mercati emergenti** che presentano uno specifico interesse in una prospettiva di medio-lungo periodo, in ragione di un notevole potenziale di crescita segnalato da una maggiore apertura agli scambi internazionali e/o da processi di trasformazione sociale e dei modelli di consumo.

**Mercati di riferimento e aree di interesse strategico**

## MERCATI MATURI

Germania, Francia, Stati Uniti, Svizzera, Spagna, Regno Unito, Giappone, Australia, Canada

## MERCATI AD ALTO POTENZIALE

Polonia, Repubblica Ceca, India, Vietnam, Messico, Brasile, Arabia Saudita, Turchia, Indonesia, Malesia, Qatar, EAU, Cina, Corea del Sud

## MERCATI EMERGENTI

Serbia, Kosovo, Marocco, Algeria, Kenya, Senegal, Nigeria, Etiopia, Niger, Mauritania, Costa d'Avorio, Sudafrica; Perù, Cile, Colombia; Paesi dell'Asia Centrale (tra cui Kazakistan e Uzbekistan)

In particolare, la strategia a sostegno delle nostre filiere si baserà su azioni rafforzate in **aree di interesse strategico per l'Italia**, in cui le strategie per l'internazionalizzazione integrano obiettivi più ampi di sviluppo socio-economico. Tali azioni riguarderanno la regione dei **Balcani, l'Africa subsahariana e l'America Latina** e saranno integrate da un accresciuto impegno sul fronte della ricerca di opportunità derivanti dall'attività di *procurement* delle Banche Multilaterali di Sviluppo e delle Istituzioni Finanziarie Internazionali regionali. In particolare, la World Bank, la European Bank for Reconstruction and Development, la European Investment Bank, l'Asian Development Bank, l'African Development Bank e l'Inter-American Development Bank.

**La valorizzazione dell'innovazione**, come punto di partenza per internazionalizzare la propria attività, passerà anche da strumenti per facilitare l'accesso al credito, quali il **Fondo rotativo per il sostegno alle imprese e gli investimenti in ricerca** (FRI), finanziato da MIMIT, CDP e sistema bancario, che sostiene le imprese con un *blending* finanziario (con maggiore intensità di aiuto in caso di progetti di ricerca, sviluppo e innovazione) ed il **basket bond per l'internazionalizzazione delle PMI** con un *cash collateral* del MIMIT, con l'obiettivo di consentire alle PMI di finanziare i propri piani crescita all'estero, attraverso l'emissione di bond, ossia di strumenti finanziari obbligazionari.

## Modalità di promozione del Made in Italy e priorità geografiche



Nella **Regione dei Balcani occidentali**, si dispiegherà la strategia nazionale di rinnovato impegno lanciata in occasione della **Conferenza Nazionale sui Balcani** del 24 gennaio scorso. In particolare, obiettivo prioritario sarà il potenziamento della presenza delle imprese nazionali nei settori a più alto contenuto tecnologico, come infrastrutture, digitalizzazione e start-up, energie rinnovabili, transizione verde, agri-tech, oltre a quelli di tradizionale presenza delle imprese del nostro Paese (a partire dal tessile).

Come primi seguiti operativi, si procederà all'organizzazione di eventi di partenariato economico bilaterale, rispettivamente in **Serbia, Albania e Kosovo**, privilegiando interventi sistemici che abbiano natura transnazionale.

**Nel continente africano**, l'azione di sostegno all'internazionalizzazione sarà inserita nel più ampio disegno di promozione di un auspicabile **"Piano Marshall europeo"** che ponga la priorità sulla promozione degli investimenti, sul coinvolgimento del settore privato per avviare un processo di sviluppo sostenibile e sulla riduzione del livello di povertà, nonché sulla promozione in ambito comunitario di un nostro **"Piano Mattei per l'Africa"**, così come evocato dal Presidente del Consiglio, che miri ad un modello virtuoso di collaborazione e di crescita tra Unione Europea e Paesi africani e che valorizzi il nostro ruolo strategico nel Mediterraneo. In tale contesto, speciale attenzione sarà dedicata alla valorizzazione delle iniziative poste in essere a favore delle PMI da parte delle varie organizzazioni componenti della Cabina di Regia.

A tali iniziative, potrebbe aggiungersi anche un **veicolo di investimento**, basato anche su risorse di natura privatistica che possa favorire, sia direttamente che attraverso l'effetto leva, investimenti diretti ed esportazioni italiane nel Continente, nonché contribuire all'adeguamento ed al mitigamento del cambiamento climatico e, in generale, al raggiungimento degli obiettivi sostenibili del millennio.

In tale ottica, si consoliderà pienamente la realizzazione dell'**Iniziativa "Attanasio"**, nell'ambito della quale si sono svolte missioni prolungate di funzionari ICE che hanno reso possibile la realizzazione di **due missioni settoriali in Costa d'Avorio** (giugno 2022) e **Senegal** (Novembre 2022), cui hanno preso parte le principali associazioni di categoria dei settori individuati come prioritari (in primo luogo, infrastrutture ed agroindustria) e gli enti di sostegno finanziario/assicurativo italiani (CDP, SACE, SIMEST). Inoltre, l'azione di promozione in questa area geografica già prevede la **prossima apertura di nuovi uffici di ICE Agenzia** (Dakar, Nairobi, Lagos) e di **osservatori economici** (Costa d'Avorio, Niger, Tanzania, Uganda, Zambia, Zimbabwe, Camerun e Repubblica Democratica del Congo) che si andranno ad affiancare ai Desk già operanti o in corso di attivazione (Uganda, Kenya, Tanzania, Ruanda, Somalia), cui dovrà seguire un rafforzamento degli Uffici di ICE Agenzia esistenti. Nel 2023, l'**"Iniziativa Attanasio"** proseguirà con l'organizzazione di ulteriori missioni settoriali in altri paesi, fra cui Kenya, Nigeria, Uganda, Ruanda, Burundi e Tanzania. Si prevede inoltre di organizzare una missione per la crescita presso l'*African Development Bank*.

**Mercati di riferimento e aree di interesse strategico**

## Modalità di promozione del Made in Italy e priorità geografiche



**Mercati di riferimento e aree di interesse strategico**

I Paesi dell'**America Latina** risentono meno dell'impatto del conflitto in corso in Ucraina, non solo per la distanza che li separa dall'area bellica, ma per la loro minore integrazione nell'ambito delle catene globali del valore. In determinati Paesi si potrà cogliere l'opportunità delle numerose imprese italiane già insediate nel continente (se ne contano 3.060, che fatturano 71,2 mld di euro) e della cospicua collettività italiana o di origine italiana.

**L'attività promozionale sarà potenziata in particolare in Messico, Brasile, Cile, Colombia e Perù, nei settori dei mezzi di trasporto, della chimica e farmaceutica, del tessile e dell'abbigliamento,** attraverso

il consolidamento di attività già collaudate e ulteriori, mirate missioni per la crescita che coinvolgano le aziende che detengono importanti quote di mercato e la promozione delle nostre eccellenze nei settori prioritari presso le Banche Multilaterali di Sviluppo che operano nell'area. Infine, particolare attenzione sarà riservata alle **missioni imprenditoriali comunitarie** sul Continente nel quadro dell'iniziativa "Global Gateway" e delle altre iniziative Team Europe, nonché al **Vertice Europa-America Latina** in programma la prossima primavera che dovrebbe avere un *volet* imprenditoriale.

**L'Asia** sta attraversando una fase di trasformazione storica: già oggi ben **cinque Paesi asiatici**[1] **figurano tra i primi 20 per PIL nominale**[2]. Entro il 2050, l'Asia dovrebbe rappresentare oltre la metà del PIL mondiale (nel 2010 era il 27%), con un reddito pro capite medio equivalente a quelli di Europa e USA. Le prime dieci principali economie comprenderanno entro il 2050 ben quattro Paesi asiatici (Cina, India, Indonesia e Giappone).

Sarà quindi necessario potenziare l'azione di promozione verso i Paesi che presentano i maggiori margini di opportunità per i nostri settori di eccellenza, in particolare macchinari, mezzi di trasporto, tessile e abbigliamento. Tale azione si esprimerà attraverso "**missioni per la crescita**" che affiancheranno le consuete attività di ICE Agenzia in Paesi-obiettivo quali **Vietnam, Thailandia, Indonesia, Malesia**, con un'azione di maggiore penetrazione delle Banche di Multilaterali di Sviluppo, quali l'**Asian Development Bank** e l'**Asian Infrastructure Investment Bank**, di cui l'Italia è Paese fondatore. Inoltre, sarà valorizzata la **Piattaforma di Business Matching** che **Cassa Depositi e Prestiti**, in collaborazione con la Farnesina, ha già avviato in Giappone, Corea del Sud ed Indonesia e si appresta ad estendere anche al Vietnam. Nel caso specifico del **Giappone**, si rafforzerà la proiezione economico-commerciale dell'Italia, in linea con il nuovo **partenariato strategico** definito in occasione della recente visita a Roma del premier giapponese Fumio Kishida. All'interno di questo quadro è d'interesse strategico che l'Italia continui a operare affinché la rete di **accordi di libero scambio UE** con i Paesi dell'area costituisca uno strumento per estendere criteri e standard riconosciuti, salvaguardando i settori sensibili dell'economia nazionale, come la protezione delle Indicazioni Geografiche ed il contrasto all'*Italian sounding*. In quest'ambito, il miglioramento dell'export italiano necessita l'eliminazione delle barriere tariffarie e la rimozione/azzeramento dei dazi, la maggiore tutela e riconoscimento dei prodotti DOP e IGP, delle procedure di iscrizione in liste ad hoc per gli stabilimenti, certificazioni e specifiche richieste di etichettatura.

[1] Cina, Giappone, India, Corea del Sud e Indonesia.

[2] Dati Banca Mondiale.

## Modalità di promozione del Made in Italy e priorità geografiche



Nella prospettiva della conclusione del conflitto russo-ucraino, appare opportuno procedere ad una valutazione condivisa tra Istituzioni pubbliche, partner del Sistema Paese per l'Export e attori del settore privato sulle linee d'azione ed i possibili strumenti finanziari a supporto della futura ricostruzione dell'Ucraina. Occorre prepararsi sin d'ora, poiché si opererà in un contesto altamente competitivo, non solo rispetto ai nostri partner europei, ma anche rispetto a Usa, Cina, Gran Bretagna e Turchia, solo per citare alcuni competitors. A tal fine, si è già proceduto a istituire un **Tavolo interministeriale sulle prospettive di ricostruzione dell'Ucraina**, che si ripropone di raccogliere e sistematizzare il contributo delle Amministrazioni centrali e dei principali enti ed organizzazioni preposti all'internazionalizzazione (ICE, CDP, SACE, SIMEST, Confindustria), nonché di delineare - col coinvolgimento diretto del settore privato - l'offerta complessiva del sistema Italia per il futuro dell'Ucraina, in sintonia con il CIMIM.

Sarà importante al riguardo il ruolo della piccola e media industria italiana che presenta quei profili di flessibilità e specializzazione necessari nelle varie fasi di ricostruzione.

I settori chiave che soddisfano le esigenze prioritarie segnalate da Kiev e testimoniano al contempo l'eccellenza italiana, sono le **infrastrutture logistiche** (con riferimento in particolare all'asse infrastrutturale "Corridoio n. 5" destinato a collegare l'ovest europeo con Kiev, intersecando la Pianura Padana); il settore **edile, sanitario ed energetico** (comprese le energie rinnovabili e le reti di trasporto dell'energia), **le tecnologie ed i macchinari** (con particolare riferimento a quelli **agricoli** e per la **trasformazione alimentare**), **l'industria spaziale e della sicurezza**. Tale strategia dovrà coordinarsi con l'impegno in corso a livello internazionale, in particolare nell'ambito della **Piattaforma internazionale per il coordinamento del sostegno finanziario all'Ucraina** prospettata nella cornice del G7.

Un approccio proattivo dovrà altresì caratterizzare il rapporto con le principali Banche multilaterali di sviluppo (**BERS, BEI, Banca Mondiale e Banca di Sviluppo del Consiglio d'Europa**), in vista dei futuri progetti di ricostruzione che verranno da queste ultime finanziati e di cui le nostre imprese potranno beneficiare nella loro auspicata partecipazione alle gare d'appalto previste. Per questo, sarà indispensabile coinvolgere il **Gruppo di lavoro sulle opportunità di business offerte dalle banche multilaterali di sviluppo (BMS)**, già operativo sotto il coordinamento di MAECI e MEF.



# Modalità di promozione del Made in Italy e priorità geografiche



## LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

- realizzazione degli obiettivi definiti nel recente *Joint Statement on the outcomes of the Ukrainian - Italian bilateral meeting*;
- **Organizzazione di un'apposita Conferenza Italia-Ucraina sui temi della ricostruzione, insieme ai principali stakeholder pubblici e privati ucraini;**
- organizzazione di "missioni per la crescita" presso le **Banche Multilaterali di Sviluppo** coinvolte nella ricostruzione del paese;
- rafforzare l'Ufficio ICE a Kiev.



A seguito della riforma che ha trasferito al MAECI le competenze sull'internazionalizzazione, si è proceduto a una **riorganizzazione di ICE Agenzia**, per assicurare maggiore efficienza alla struttura anche tramite un maggior decentramento decisionale.

A tal fine, il Direttore Generale sarà coadiuvato da **4 nuovi profili di livello dirigenziale generale**, inseriti in organico per garantire una più efficace ripartizione di competenze - geografiche, settoriali e funzionali - e, quindi, un miglioramento dei processi decisionali.

Sempre nella medesima prospettiva, è stata assicurata **l'unificazione e la stabilizzazione dei finanziamenti** erogati a ICE per la realizzazione delle attività promozionali, portando l'ammontare complessivo a disposizione a circa **170 milioni di Euro per il triennio 2022-2024**.



Contemporaneamente alla riorganizzazione, è previsto un **significativo potenziamento della rete estera di ICE Agenzia, con le decisioni intervenute sull'apertura di nuovi Uffici e il rafforzamento di altri già esistenti**. Il nuovo assetto della rete, caratterizzato dall'aumento delle strutture operative (da **128** nel 2019 a **155** nel 2023 | **+21%**), con una particolare attenzione alle aree di interesse prioritario per l'internazionalizzazione del Sistema Paese, consentirà una più ampia copertura geografica e una maggiore capacità di analisi dei mercati e di azione congiunta con la rete diplomatico-consolare.

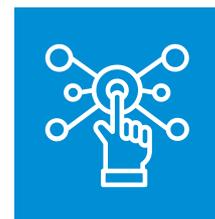
Il Decreto di riparto triennale migliora la capacità di programmazione promozionale e consente, conoscendo in anticipo l'entità dei fondi promozionali a disposizione di ICE, di programmare iniziative su un numero più ampio di mercati esteri. Ciò consentirà di offrire alle nostre PMI nuove opportunità di sviluppo anche attraverso attività rafforzate e più articolate di "scouting" e "matchmaking".

# Attività realizzate nel 2022 per il sostegno all'internazionalizzazione delle imprese. Linee strategiche ed azioni per il 2023

- a) Digitalizzazione e e-commerce
- b) Grande Distribuzione Organizzata (GDO)
- c) Servizi di assistenza
- d) Sistema fieristico
- e) Eventi di partenariato economico bilaterale
- f) Finanza agevolata
- g) Promozione integrata
- h) Promozione dei flussi turistici
- i) Ricerca, innovazione e start-up
- j) Attrazione investimenti esteri
- k) Gare internazionali
- l) Approvvigionamento di materie prime critiche
- m) Comunicazione
- n) Formazione/Informazione per le imprese
- o) Gestione dei flussi migratori

## DIGITALIZZAZIONE E E-COMMERCE

Nel **2022** è proseguito il forte impegno a sostegno della digitalizzazione delle PMI. Nel maggio 2022 è stato pubblicato un bando da 30 milioni di euro, gestito da Invitalia in collaborazione con ICE Agenzia, per la concessione di un **Bonus per l'export digitale**, ossia un voucher del valore di 4.000 euro, finalizzato a sviluppare l'export online di circa 7.000 micro e piccole imprese. Il MAECI ha lanciato, inoltre, un invito a tutti i maggiori provider ICT attivi in Italia, destinato alla **fornitura gratuita di servizi digitali per l'export delle PMI**. Gli 8 fornitori individuati tramite procedimento a evidenza pubblica (Adiacent, Bonucchi & Associati, eBay, Google, Italiaonline, Metagorà, Nexi Payments e Statista.com) stanno fornendo servizi gratuiti per la formazione di manager digitali e l'accesso ad informazioni e approfondimenti sull'andamento del *Made in Italy* nel mondo.



20  
22

Dal 2019 al 2022 sono inoltre stati stipulati da ICE Agenzia **43 accordi in 33 Paesi**, per promuovere il posizionamento dei prodotti delle nostre PMI su piattaforme di eCommerce, tra cui Amazon, Alibaba, WeChat, Flipkart, Walmart. Ad oggi, circa **8.600 aziende italiane** sono state ammesse a tali progetti. In merito agli accordi con le suddette piattaforme di e-commerce una particolare attenzione va posta per le produzioni di qualità agroalimentari, in modo particolare per le Indicazioni Geografiche e per i prodotti biologici.

È proseguito il flusso di contributi relativi al programma **Digital Temporary Export Manager (D-TEM)**, ossia il sostegno offerto alle imprese attraverso un contributo di 20.000 euro per l'inserimento temporaneo nell'organigramma aziendale di un manager specializzato nel settore della digitalizzazione, per consentire alle imprese di sfruttare gli ampi margini offerti dal commercio elettronico e dalla crescente economia digitale.

ICE Agenzia ha, inoltre, realizzato un articolato progetto per l'offerta di servizi di protezione e potenziamento dei brand e dei prodotti del *Made in Italy* attraverso le nuove tecnologie di registro condiviso (**Blockchain**) per il tracciamento di filiera e il contrasto all'*Italian Sounding*.

Nel 2022 la piattaforma digitale **Fiera Smart 365**, ideata da ICE Agenzia per la realizzazione di eventi promozionali interamente online (esposizioni virtuali, webinar, ricerca e contatto con potenziali partner commerciali e sessioni di incontri B2B da remoto) ha visto la realizzazione di 68 eventi con oltre 800 incontri B2B. Tali iniziative hanno contribuito ad un complessivo miglioramento della capacità delle imprese italiane di posizionarsi sui mercati digitali, come testimoniato dalla **crescita del +12,3% nel 2022 del mercato digitale in Italia**, che è inoltre passata dal **25° al 18° posto nel rapporto DESI** che misura l'indice di digitalizzazione dell'economia e della società dei Paesi membri dell'UE.

La propensione delle PMI ad esportare tramite l'e-commerce è stato oggetto di uno studio realizzato l'anno scorso da UPS per la Commissione UE (*Export Opportunities for Growth & Recovery for SMEs*), in cui vengono indicate chiaramente le difficoltà e le potenzialità incontrate dalle PMI europee nel migliorare la propria presenza sui mercati esteri. Un elemento di forte debolezza è la **scarsa conoscenza dei mercati esteri da parte delle PMI e in particolare delle regole, così come delle agevolazioni oggi presenti e messe in atto dai vari FTA sottoscritti dall'UE da parte di queste realtà, oltre che delle normative doganali**. Più queste informazioni sono messe a disposizione e le PMI capaci di usarle, più queste saranno in grado di essere competitive. Si sottolinea l'importanza delle azioni svolte dalla Commissione UE DG-Trade in proposito sull'utilizzo del webtool *Access2Markets* che rappresenta un punto di partenza importante per le PMI e associazioni che vogliono esportare.

## DIGITALIZZAZIONE E E-COMMERCE

### LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

- Rafforzare il sostegno alla digitalizzazione, agendo in particolare in favore delle PMI delle otto regioni del Mezzogiorno, in collaborazione con altrettanti Atenei meridionali, per la formazione e **l'inserimento in aziende del Sud Italia di 800 manager digitali**, utilizzando apposite risorse a valere sui Fondi Strutturali per il periodo 2021-2027.
- Incrementare la presenza delle aziende italiane sulle **principali piattaforme internazionali di e-commerce**, attraverso nuovi strumenti e strategie promozionali:
  - **composizione di una lista unitaria di Digital Manager**, avvalendosi delle banche-dati già disponibili su diversi progetti (D-TEM, Bonus export digitale, Smart Export), in modo da assicurare un maggiore e più agevole accesso delle aziende interessate a questo strumento per la digitalizzazione;
  - **promozione** dell'internazionalizzazione delle piattaforme italiane di e-commerce attraverso l'attivazione di apposite vetrine sui principali marketplace internazionali.
  - Incrementare e rafforzare gli **accordi** stipulati da ICE Agenzia con le piattaforme di e-commerce, attraverso appositi protocolli di intesa finalizzati ad una cooperazione per la tutela dei prodotti agroalimentari di qualità.
  - **rilancio del Fondo 394/81** e dello strumento di finanziamento agevolato per gli Interventi "e-commerce" gestito da SIMEST, che hanno ad oggetto il finanziamento di spese per lo sviluppo del commercio elettronico in Paesi esteri di beni o servizi prodotti in Italia o con marchio italiano.

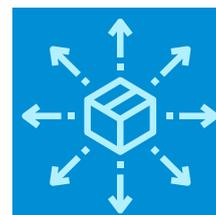


20  
23

### GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA (GDO)

L'azione di promozione del *Made in Italy* attraverso gli **accordi stipulati da ICE Agenzia con le principali catene della Grande distribuzione internazionale**, finalizzata anche a promuovere l'immagine del *Made in Italy* - incluse le indicazioni geografiche - a potenziare le azioni di comunicazione verso il consumatore e a contrastare la contraffazione e l'*Italian Sounding*, è proseguita nel periodo in esame con la collaborazione tra ICE e le competenti Direzioni Generali del MIMIT e del MASAF.

Da gennaio 2020 a dicembre 2022, ICE Agenzia ha concluso **111 accordi con la GDO in 31 paesi** per un investimento totale di 42,1 Milioni di Euro e un ritorno, in termini di ordini di acquisto, previsti o già effettuati, per oltre 600 Milioni di Euro. **Sono attualmente operativi 32 accordi in 20 paesi**, con il coinvolgimento di circa **3.400 aziende**.



20  
22

### LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

Nel 2023, si intende affiancare tale azione ormai consolidata, agendo in particolare a sostegno di possibili collaborazioni fra grandi catene distributive nazionali e la GDO estera, al fine di ampliare l'assortimento di prodotti italiani disponibili per i consumatori esteri in spazi dedicati ai player della distribuzione italiana. A tal proposito si sosterranno programmi di sviluppo commerciale con piattaforme logistiche in USA e Cina, per lo stoccaggio e la distribuzione di prodotti *Made in Italy*.

Per garantire la penetrazione dei prodotti nazionali sui mercati esteri appare, inoltre, necessario prevedere il potenziamento del sistema logistico e delle infrastrutture collegate.

20  
23

## SERVIZI DI ASSISTENZA

ICE Agenzia, nel 2022, ha proseguito l'azione a sostegno delle imprese italiane nel processo di internazionalizzazione con un'offerta di **servizi di informazione, formazione, promozione e consulenza** fornendo un totale di circa **40.000 servizi a 13.763 imprese**, anche attraverso gli **11 Desk di assistenza e tutela della proprietà intellettuale e ostacoli al commercio** operanti presso gli Uffici della rete ICE all'estero.

Sono infine attivi un **Help Desk Brexit** presso ICE Londra ed un **Help Desk Ucraina** presso ICE Kiev per fornire assistenza rispettivamente alle imprese italiane alle prese con problematiche derivanti dall'uscita del Regno Unito dall'Unione Europea e alle aziende che hanno attualmente attività o iniziative in corso nel mercato ucraino.

20  
22

## SISTEMA FIERISTICO

Nel 2022, la Farnesina - in collaborazione con ICE Agenzia e il sistema delle Camere di Commercio - ha proseguito l'intensa azione di promozione del sistema fieristico italiano attraverso varie iniziative, volte in particolare ad **incrementare la presenza di buyers, media e influencer stranieri agli eventi fieristici italiani di maggiore rilievo internazionale**. ICE Agenzia ha inoltre promosso, attraverso specifici accordi con gli enti fieristici, l'organizzazione delle maggiori manifestazioni italiane di portata internazionale.

Si è, infine, favorita la partecipazione delle imprese italiane ai più importanti eventi espositivi internazionali, anche mediante un contributo gratuito per loro partecipazione all'interno di padiglioni nazionali appositamente costituiti. Nel 2022 l'Agenzia ICE ha realizzato **249 partecipazioni collettive** a fiere estere con **6.849 imprese partecipanti**.

Lo sviluppo di tali attività rientra in un'ottica di promozione integrata del prodotto *Made in Italy*. A tale scopo, è opportuno prevedere, anche nella fase di programmazione delle varie iniziative, il coinvolgimento delle Amministrazioni competenti.

20  
22

## LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

- Contributi alle aziende per la partecipazione ai padiglioni nazionali organizzati da ICE Agenzia presso le fiere estere ridotti rispetto al periodo pre-pandemico;
- Maggiore coinvolgimento diretto degli enti fiera, in collaborazione con ICE Agenzia, per promuovere la partecipazione delle aziende collegate in occasione di specifiche fiere all'estero.
- Promuovere l'internazionalizzazione degli Enti fieristici italiani attraverso l'esportazione delle manifestazioni di riferimento, replicando in altre aree del mondo il proprio formato fieristico.
- Intensificare le iniziative a sostegno della partecipazione di operatori e buyer esteri alle numerose manifestazioni fieristiche di natura internazionale ospitate in Italia, attraverso la definizione di specifici, rafforzati programmi di *incoming* concordati fra organizzatori/enti fiera con ICE.

20  
23

## EVENTI DI PARTENARIATO ECONOMICO BILATERALE

Nel corso del 2022 sono stati organizzati **13 eventi di partenariato bilaterale**, tutti in presenza, col coinvolgimento di circa 800 aziende italiane e straniere.

Vale la pena ricordare in particolare la Presentazione dedicata alla **Polonia**; le Tavole rotonde con il **Qatar** e **l'India**, con partecipazione di figure apicali di nostre importanti aziende; ***l'Italy-Kazakhstan Economic & Investment Roundtable***; i **Business Forum** con **Croazia, Arabia Saudita e Algeria**.

A questi vanno aggiunte le missioni settoriali organizzate nell'ambito dell'Iniziativa "Attanasio" (Costa d'Avorio e Senegal). Numerose altre iniziative saranno organizzate nell'anno in corso, con la partecipazione delle nostre eccellenze produttive, in particolare, di piccole e medie imprese.



20  
22

## PNRR negli altri Paesi membri dell'Unione Europea

I **Piani Nazionali di Ripresa e Resilienza (PNRR) dei Paesi UE** rappresentano una straordinaria opportunità per la promozione dell'eccellente capacità realizzativa delle imprese e delle filiere industriali italiane. Tali Piani comprendono un **ampio ventaglio di progettualità** che spaziano dalla costruzione o ammodernamento delle infrastrutture, all'efficientamento energetico degli edifici, dalla produzione di energia verde alla mobilità sostenibile, dalla fornitura di beni (in prevalenza strumentali), alla digitalizzazione d'impresa e delle amministrazioni pubbliche.

Per individuare le opportunità di potenziale interesse per il sistema imprenditoriale italiano, la **Farnesina e ICE Agenzia hanno realizzato**, con la fattiva collaborazione delle Ambasciate e degli Uffici ICE territorialmente interessati, una puntuale **ricognizione dei progetti che gli altri paesi UE intendono realizzare nell'ambito dei propri PNRR**, raccogliendo informazioni dettagliate dalle Autorità responsabili di ciascuno di essi, distinte per: settore d'intervento, budget stimato, autorità titolare dell'iniziativa, procedura che si intende seguire per l'assegnazione dei lavori, nonché altre informazioni utili a definire con chiarezza il ventaglio dei progetti programmati e i relativi tempi stimati per la loro realizzazione.

Alla luce della ricognizione realizzata - guardando sia alla capacità effettiva di ciascun Paese di realizzare le singole progettualità affidandosi ai propri sistemi industriali nazionali, sia alla presenza in loco di nostre aziende sia, infine, all'ammontare degli investimenti previsti in ciascun PNRR - il MAECI ha individuato un selezionato numero di Paesi che sembrano offrire le opportunità di maggior interesse per le nostre imprese e filiere produttive. In particolare, si ritiene che i PNRR di **Grecia** (valore di circa 30 miliardi di Euro), **Romania** (29 miliardi di Euro), **Spagna** (69,5 miliardi di Euro) e **Croazia** (circa 10 miliardi di Euro) possano essere considerati i più appetibili per il nostro tessuto produttivo.

## EVENTI DI PARTENARIATO ECONOMICO BILATERALE

### LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

- A seguito della Conferenza sui Balcani (Trieste, 24 gennaio 2023) e della priorità ascritta a quell'area geografica, è prevista l'organizzazione di **Business Forum in Serbia e Albania** e di un **evento promozionale a Roma sul Kosovo**;
- **Business Forum Italia-Polonia**, da tenersi a Varsavia, possibilmente nell'ambito del prossimo Vertice Intergovernativo;
- **Eventi di partenariato economico con l'India** sulla transizione energetica a New Delhi;
- **Business Forum Italia-Turchia**, a margine della III Sessione della Joint Economic and Trade Commission (JETCO);
- Nuove **missioni settoriali** nell'ambito dell'Iniziativa "Attanasio" (a partire da quella in Kenya).
- **Missioni multi-settoriali a guida politica**, finalizzate a cogliere le opportunità collegate all'attuazione dei progetti previsti dai **Piani Nazionali di Ripresa e Resilienza (PNRR)** in un numero selezionato di Paesi, a partire da **Grecia, Romania, Spagna e Croazia**.
- **Conferenza Italia-Ucraina** sui temi della ricostruzione, insieme ai principali *stakeholder* pubblici e privati ucraini.



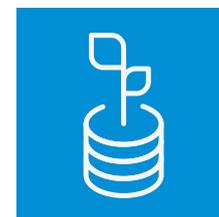
20  
23

## FINANZA AGEVOLATA

Gli strumenti di finanza agevolata hanno contribuito fortemente a sostenere le imprese per superare lo shock dell'emergenza pandemica, cogliere le opportunità della successiva ripresa e mitigare l'impatto negativo delle conseguenze del conflitto russo-ucraino, attraverso l'offerta di un apposito mix di finanziamenti agevolati e contribuiti a fondo perduto. Gli strumenti messi a disposizione in tale ambito sono molteplici.

Il **Fondo 394/81** gestito da SIMEST ha consentito di mobilitare dal 2020 ad oggi **oltre 5 miliardi di euro**, finalizzati al sostegno dei processi di internazionalizzazione delle PMI mediante l'inserimento in nuovi mercati, la partecipazione a mostre e fiere a carattere internazionale, l'assunzione di personale specializzato in internazionalizzazione (c.d. *Temporay Export Manager*), lo sviluppo dell'*e-commerce* o il finanziamento di studi di fattibilità per l'accesso a nuovi mercati.

Il Fondo ha giocato un ruolo centrale anche nel quadro della **risposta alla crisi russo-ucraina**, supportando le imprese direttamente colpite dalle conseguenze economiche del conflitto in termini di perdita di fatturato estero e rincari degli approvvigionamenti, anche aiutandole ad individuare mercati di sbocco alternativi a quelli dei Paesi coinvolti nelle ostilità. Esso è stato, inoltre, lo strumento utilizzato dalla Farnesina per la realizzazione dell'unico progetto di cui il **MAECI è titolare nel quadro del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR)**.



20  
22

## FINANZA AGEVOLATA

Con il **progetto “Rifinanziamento e ridefinizione del Fondo 394/81”**, dal **valore complessivo di 1,2 miliardi di Euro**, a cui si sono aggiunti ulteriori 800 milioni di Euro di risorse nazionali per soddisfare il complesso di richieste ricevute, è stato possibile sostenere i processi di **transizione digitale e ecologica di oltre 8000 imprese**, di cui circa 5000 PMI a vocazione internazionale. In tale quadro, emerge anche la straordinaria risposta delle imprese meridionali che sono state capaci di accedere all'intera quota di risorse loro riservata (la c.d. “Riserva Sud”), pari al 40% delle risorse disponibili, smentendo un trend che vedeva le imprese del Sud accedere tradizionalmente alle risorse del Fondo solo in misura residuale e mai superiore al 10%.

**L'operatività del Fondo 295/73** ha consentito l'erogazione di contributi, a fondo perduto, in conto interessi, finalizzati al sostegno delle esportazioni e della conclusione di importanti commesse internazionali. Grazie a questo strumento, si è permesso alle aziende di offrire condizioni di pagamento dilazionato a medio/lungo termine a un tasso di interesse fisso agevolato ed estremamente competitivo.

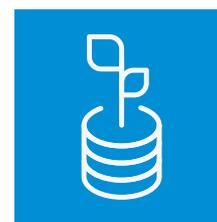
**Il Fondo di Venture Capital** ha consentito la partecipazione di minoranza in investimenti di sviluppo promossi all'estero da aziende italiane. Grazie all'azione di indirizzo della Farnesina e all'impegno di SIMEST, l'operatività del Fondo è stata di recente estesa anche alle start-up e alle PMI innovative, prevedendosi, altresì, la possibilità di acquisire quote di partecipazione in fondi d'investimento internazionali, a condizioni di reciprocità, per finanziare investimenti in Italia.

---

## LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

*(maggiori dettagli nel paragrafo dedicato a Simest)*

- Ampliamento dell'operatività del Fondo 394/81
- Collaborazione tra SIMEST e il sistema bancario nazionale
- Rilanciare le misure a sostegno delle imprese colpite dalle conseguenze economiche del conflitto russo-ucraino con particolare attenzione alla piccola e media industria privata
- Avvio di una nuova linea operativa del Fondo di Venture Capital a sostegno dell'internazionalizzazione delle start-up e, per la prima volta, delle PMI innovative, per il quale è stato disposto un ulteriore rifinanziamento del Fondo di 200 milioni.
- Rafforzamento della sostenibilità a medio e lungo termine del Fondo 295.



20  
22

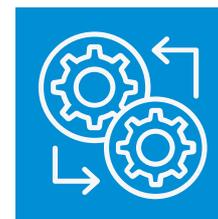
20  
23

## PROMOZIONE INTEGRATA

L'attrattività dell'Italia e la competitività globale delle nostre imprese passano anche da una capacità più strutturata di raccontare all'estero i nostri punti di forza, quella sintesi di creatività, innovazione e bellezza che costituisce un vantaggio reputazionale e competitivo da preservare, valorizzare e promuovere. Per questo la Farnesina ha sviluppato una strategia di "promozione integrata" che pone al centro la valorizzazione dell'essere e del saper fare italiani e mette a sistema le eccellenze del Made in Italy nelle sue varie dimensioni.

La Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese coordina l'ideazione e l'acquisizione di progetti e contenuti che vengono messi a disposizione della rete di Ambasciate, Consolati e Istituti Italiani di Cultura per realizzare una promozione sempre più attenta a veicolare al pubblico straniero gli aspetti più innovativi dell'Italia e del Made in Italy, a sostegno della crescita, dell'export e dell'attrattività del Paese.

La Farnesina dispone di risorse nell'ordine di 3,4 milioni di euro all'anno per la progettazione di iniziative di promozione delle filiere produttive, dell'enogastronomia, del design e della moda, dello sport e del turismo e territori, della scienza e dell'innovazione. Nel triennio 2020-2022 sono stati prodotti a livello centrale oltre 30 nuovi progetti con il coinvolgimento di più di 700 tra aziende, associazioni, enti locali, artisti e creativi; a tali iniziative si aggiungono gli eventi di promozione integrata realizzati ogni anno dalla rete diplomatico-consolare e dagli Istituti Italiani di Cultura.



20  
22

## LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

- Incontri in Italia per **coinvolgere i territori** nella progettazione e realizzazione di iniziative di promozione integrata all'estero;
- Realizzazione di **iniziative di valorizzazione delle filiere produttive**
  - **marmo**: mostra multimediale "MARMO. Carving the Future" in collaborazione con Confindustria Marmomacchine (tour mondiale 2023-2026);
  - **artigianato**: progetto audiovisivo e fotografico "Benfatto" per la promozione dell'artigianato contemporaneo in collaborazione con Confartigianato Imprese (moda; oreficeria; arredo e complementi d'arredo; agroalimentare);
  - **moda**: progetto fotografico ed editoriale sui nuovi trend della moda italiana "Fashion Panorama - Italian New Wave" in collaborazione con Vogue Italia;
  - **tessile**: progetto con attenzione agli aspetti di recupero della tradizione, sostenibilità ambientale e nuovi materiali;
  - **infrastrutture**: progetto "Connect-IT" per valorizzare le capacità di progettazione e costruzione delle imprese italiane;
  - **mare e economia blu**: territori, economia e innovazione italiana raccontate attraverso la risorsa mare. anche in connessione al tour mondiale della Nave Scuola Amerigo Vespucci promosso dalla Marina Militare Italiana;
  - **giardini e paesaggio**: per raccontare l'eccellenza italiana in architettura del paesaggio e promuovere la connessa filiera dell'arredo urbano specializzato.
- **Promozione delle eccellenze agroalimentari e dell'enogastronomia italiana: tutela dei prodotti Made in Italy**

20  
23

## LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

Attraverso azioni della rete diplomatico-consolare si continuerà a sostenere un settore dalla marcata vocazione estera: l'export agroalimentare del nostro Paese ha raggiunto nel 2021 i 52,9 miliardi di euro, il 13% in più rispetto al 2020 e il 16,7% in più rispetto al 2019. Il trend di crescita è confermato dall'andamento dell'export nel periodo gennaio-novembre 2022, con un aumento di oltre il 15% (pari a 55,7 miliardi di euro) rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

È necessario garantire un costante sostegno alle eccellenze agroalimentari italiane, con particolare riferimento alle produzioni certificate (DOP, IGP e Biologico). Le linee di indirizzo per la promozione sui mercati esteri del settore agroalimentare, così come di seguito elencate, sono definite in collaborazione con il Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste.



20  
23

Tali risultati vengono sostenuti anche dall'azione svolta in occasione della Settimana della Cucina Italiana nel mondo, nell'ambito della quale sono state realizzate, dal 2016 a oggi oltre 9.000 iniziative in più di cento paesi. Sono previste:

- organizzazione di **missioni per la crescita/road show di aziende italiane in paesi obiettivo** in occasione della Settimana della Cucina Italiana nel mondo 2023, quale sostegno all'internazionalizzazione dei prodotti alimentari di qualità (DOP, IGP, Biologico) e del comparto agroindustriale;
- valorizzazione della **convenzione tra la Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese della Farnesina e la Federazione Italiana Cuochi** (20.000 aderenti);
- **mostra dedicata alle Indicazioni Geografiche Protette (IGP) e Denominazione di Origine Protetta (DOP)**;
- definizione di un pacchetto di **azioni mirate sul tema delle etichettature e la tutela dei prodotti Made in Italy** con Federalimentare e altri attori pertinenti.
- Tutela delle denominazioni delle produzioni agroalimentari certificate e contrasto all'*Italian Sounding*.

### DESIGN

- Organizzazione di **missioni per la crescita/ road show** di aziende italiane in occasione dell'*Italian Design Day*, in alcuni paesi obiettivo.
- Promuovere la **partecipazione internazionale alla 61ma edizione del Salone del Mobile di Milano**, insieme alla quale si svolgerà anche **Euroluce**, manifestazione dedicata al design dell'illuminazione.
- **Ampliamento, aggiornamento e valorizzazione della Collezione Farnesina Design**, anche attraverso lo sviluppo di una mostra da mettere a disposizione delle Sedi, sia in formato fisico che virtuale.

20  
23

## SPORT

Si continuerà a utilizzare la leva dello sport per realizzare azioni mirate di promozione integrata, potenziando le collaborazioni già in essere e definendone di nuove. Gli obiettivi sono:

- **intensificare la collaborazione con il Ministero dello Sport, il CONI e le Federazioni sportive italiane** per valorizzare il ruolo dello sport quale leva per la promozione dell'Italia all'estero, non solo in campo sportivo ma di valorizzazione dei territori, turismo, stimolo alle filiere produttive, innovazione e ricerca, attrazione di investimenti;
- **promuovere i grandi eventi sportivi internazionali** organizzati sul territorio nazionale quale vetrina strategica per la promozione del Paese, anche in termini turistici, con particolare attenzione alla Ryder Cup e alle Olimpiadi invernali Milano-Cortina 2026;
- **intensificare le collaborazioni con le Federazioni Sportive**, sulla scia di quanto fatto con la Federazione Italiana Scherma anche in vista del campionato mondiale 2023 che sarà ospitato a Milano nel luglio 2023.

20  
23

## PROMOZIONE DEI FLUSSI TURISTICI

L'Italia è tra i Paesi più visitati al mondo ed ha occupato, negli ultimi anni, le prime posizioni nelle classifiche mondiali ed europee sia per numero di arrivi internazionali che per numero di presenze.

**Nel 2019, l'attività turistica nel nostro Paese aveva realizzato un record assoluto:** 131,4 milioni di arrivi e 436,7 milioni di presenze negli esercizi ricettivi, un risultato in cui l'incremento del segmento internazionale negli ultimi anni è stato determinante. Tra il 2016 e il 2019, le **presenze dei clienti internazionali** sono aumentate del 10,7%. Nell'anno pre-Covid le presenze dei clienti internazionali hanno rappresentato il 50,5% di quelle totali. Tra i 28 Paesi dell'Unione europea, l'Italia si collocava in quarta posizione.

La pandemia e le conseguenti limitazioni alla mobilità hanno determinato una drastica riduzione dei flussi turistici: nel 2020 sono stati più che dimezzati (il calo delle presenze totali -56%; nazionali - 39%, internazionali; -73,2% ); nel 2021 nonostante il recupero che si è registrato prevalentemente nel segmento nazionale, che è stato pari all'84,7% delle presenze nel 2019, non hanno ancora raggiunto il livelli del 2019 ( complessivamente rimane da recuperare circa il 33% delle presenze totali).

L'incidenza delle presenze dei clienti stranieri su quelle totali nel 2021 si è ridotto ed è stata pari al 36,7%. Nel 2021, gli arrivi e le presenze dei clienti negli esercizi ricettivi sono tornati a crescere e **i dati provvisori relativi ai primi nove mesi del 2022 testimoniano una ripresa del settore.** Il bilancio dei primi nove mesi del 2022 si chiude con circa **174 milioni di presenze di clienti italiani e 164 milioni di clienti stranieri:** un sostanziale riequilibrio delle due componenti della domanda ma con un calo rispettivamente del 6,7% e del 13,8% rispetto al 2019.



20  
22

## PROMOZIONE DEI FLUSSI TURISTICI

Storicamente, il 2019 rappresenta anche l'anno in cui il saldo della **bilancia turistica** ha raggiunto il più alto livello dei precedenti 15 anni, superando i 17 miliardi. Dopo un 2020 che ha visto la perdita di quasi 10 miliardi nel saldo turistico, con il 2021 si è registrato un importante miglioramento, spiegabile con un recupero più significativo delle entrate rispetto alle uscite per turismo determinato dai primi segnali di ripresa del turismo internazionale.

Al fine di sostenere la ripresa dei flussi turistici in entrata, **il MAECI adotta una strategia di "promozione integrata"**, che mira a sfruttare le eccellenze Made in Italy in vari comparti produttivi, nonché le sinergie tra di essi, per promuovere il Paese in un'ottica di attrazione dei flussi turistici.

A tal fine, **il MAECI accompagna le grandi manifestazioni sportive**, come i Giochi olimpici e paralimpici invernali di Milano-Cortina 2026 e la Ryder Cup 2023, **promuove la presenza italiana alle Esposizioni universali organizzate in altri Paesi e le candidature di città italiane**, come quella di Roma per EXPO 2030.



20  
22

---

## LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

- **Approfondire la collaborazione con il Touring Club Italia**, anche nell'ottica di sviluppare nuovi formati di promozione integrata che mirino a valorizzare, in particolare, i **piccoli borghi**. Tale azione potrà svilupparsi nell'ambito dell'iniziativa di TCI "Bandiere Arancioni", attraverso la quale, da 25 anni, l'Associazione dedica un'attenzione speciale ai piccoli centri dell'entroterra italiano impegnandosi nella loro valorizzazione.
- **Mantenere un'interlocuzione costante con ENIT** - Agenzia Nazionale del Turismo - di concerto con il Ministero del Turismo, che dalla sua recente costituzione ha attuato politiche di implementazione armonizzando le "best practices" turistiche locali al fine di approfondire ulteriormente le sinergie con il MAECI nell'ambito delle attività di promozione integrata, e con ICE Agenzia per quanto riguarda l'attività di promozione commerciale, come fatto ad esempio in occasione delle attività di promozione realizzate a favore del Sistema Termale nazionale.
- Potenziare, attraverso la rete di Ambasciate e Consolati, la **collaborazione con operatori privati in grado di offrire viaggi in Italia di altissima fascia**, favorendo l'ampliamento della rete di contatti con operatori di settore ed associazioni di categoria di altri Paesi
- Implementare il **Tourism Digital Hub**, un ecosistema turistico integrato, composto da operatori turistici, imprese, stakeholders istituzionali, al fine di supportare la scelta del turista nella pianificazione della destinazione e del viaggio. È un investimento che finanzia un'infrastruttura digitale nuova, modelli di intelligenza artificiale per l'analisi dei dati e servizi digitali di base a beneficio di turisti e operatori del settore.
- Promuovere, in raccordo tra i diversi soggetti istituzionali, il **Turismo delle radici**: un'offerta turistica strutturata attraverso il progetto realizzato dal MAECI nell'ambito del PNRR ed appropriate strategie di comunicazione.

20  
23

## RICERCA, INNOVAZIONE E START-UP

Le PMI sono la colonna portante del sistema economico italiano e tra i principali generatori di sviluppo tecnologico. Ciò è particolarmente vero per le PMI innovative e le start-up, un settore che in Italia sta vivendo una crescita significativa che va incoraggiata e sostenuta. Sono spesso proprio le start-up a concettualizzare, sviluppare e offrire prodotti e soluzioni tecnologiche di avanguardia, in settori cosiddetti di frontiera, che conducono alla nascita di nuovi mercati e bisogni.

Nel 2022, in controtendenza rispetto a numerosi altri paesi, tali **investimenti sono aumentati del 68%, per un valore totale di 2,3 miliardi di euro**, circa 1 miliardo in più rispetto al 2021. Anche gli **investimenti da venture internazionali**, secondo stime del Politecnico di Milano, sono **raddoppiati nel corso del 2022**, superando 1 miliardo di euro, segnando una svolta nell'attenzione che importanti investitori istituzionali nutrono verso le opportunità offerte dal nostro comparto innovazione.

Oltre alle politiche ed agli incentivi governativi volti allo sviluppo ed alla crescita di un ecosistema dell'innovazione competitivo e attrattivo, un ruolo determinante continua ad essere svolto in questo ambito da CDP, in special modo attraverso il Fondo nazionale per l'Innovazione (CDP Venture Capital).

La Farnesina promuove altresì l'internazionalizzazione del sistema italiano della ricerca scientifica e dell'innovazione (nei segmenti di ricerca di base e applicata) e quello del trasferimento tecnologico, nella consapevolezza che tali investimenti costituiscano il motore fondamentale per la crescita economica e sociale del Paese, cercando di capitalizzare l'attuale fase di trasformazione tecnologica e digitale (con un occhio attento alla dimensione della sostenibilità).

La **diplomazia scientifica e dell'innovazione** assume pertanto una sua precipua dimensione e importanza nel quadro della strategia di diplomazia economica messa in campo dal MAECI. Nell'ultimo biennio, **la rete degli Addetti Scientifici e Spaziali** presso le Ambasciate e i Consolati è quindi **aumentata del 70% passando da 29 a 50 addetti**.

Occorre focalizzare l'attenzione altresì sulla **"Space Economy"**, che si pone come la sfida più importante dei prossimi anni con ricadute strategiche su vari settori industriali e della ricerca applicata. L'Italia non può mancare in tale scenario, vista anche la sua eccellenza nel settore ed il possesso, con pochissimi altri attori globali, di una filiera completa nel settore: lanciatori, costruzione e gestione di satelliti e osservazione della Terra. Una filiera composta da grandi aziende (Avio, Thales/Alenia, Telespazio), ma anche da centinaia di PMI che hanno dato luogo a **"cluster"** aerospaziali in diverse regioni, con un indotto davvero importante.

A tal fine, la Farnesina e ICE Agenzia svolgono un'attività a sostegno dell'**internazionalizzazione dell'industria spaziale** a partire dai principali attori del sistema industriale (Leonardo, Telespazio, Thales Alenia Space Italia, Avio, e-Geos, Altec, Sitael, OHB-Italia, D-Orbit ecc.), dalle Associazioni di categoria (Confindustria, AIAD, ASAS, AIPAS) e degli altri attori del panorama nazionale. In particolare, tale attività si propone di favorire l'internazionalizzazione e la crescita delle PMI e delle start-up innovative attive nel settore spaziale con eventi seminariali, webinar, programmi di accelerazione/incubazione e altre iniziative, tra cui quelle organizzate dalla rete estera in occasione di grandi eventi internazionali.



20  
22

## RICERCA, INNOVAZIONE E START-UP

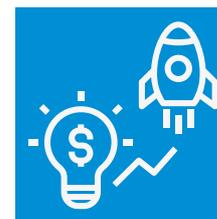
In stretto raccordo con la Farnesina, ICE Agenzia contribuisce alla **promozione internazionale dell'ecosistema delle start-up e PMI innovative italiane** attraverso l'organizzazione di partecipazioni collettive a eventi all'estero di grande rilievo internazionale, l'invito in Italia di delegazioni straniere di investitori in occasione di fiere o manifestazioni di particolare importanza e l'organizzazione di singoli eventi di *matchmaking* su specifici in Paesi focus anche con il supporto dei sette **Desk Innovazione** presso gli Uffici ICE Agenzia nei principali mercati obiettivo.

Questa strategia di promozione deve tener conto delle sinergie già in atto tra il mondo della ricerca e il mondo dell'industria affinché le innovazioni di prodotto e di processo possano essere le leve per affacciarsi e consolidarsi in mercati in via di sviluppo.

Infine, per favorire una maggiore apertura e sinergia con l'estero per le PMI e start-up italiane, il MAECI e l'Agenzia ICE hanno aperto a San Francisco il primo **Centro di Innovazione e Cultura italiano (Innov.it)**, progetto-pilota nella Silicon Valley che mira a promuovere il *business matching* e la contaminazione tra corporate e startup/PMI innovative italiane e gli ecosistemi di innovazione negli USA.

In questo contesto, il Ministero dell'Università e della Ricerca ha destinato una parte sostanziale dei fondi messi a disposizione dal PNRR per finanziare gli investimenti previsti dalla Missione 4 Componente 2, "Dalla ricerca all'impresa", atti a favorire l'interazione tra le attività di ricerca proprie delle università, degli enti di ricerca, delle infrastrutture di ricerca e delle imprese, in particolare le PMI, operanti sul territorio.

Tali finanziamenti, riconducibili, in particolare, all'investimento 1.5 Creazione e rafforzamento di "ecosistemi dell'innovazione per la sostenibilità", e all'investimento 3.1 - Fondo per la realizzazione di un sistema integrato di infrastrutture, di ricerca e innovazione, hanno consentito di sostenere, altresì, l'osmosi tra la conoscenza scientifica generata in infrastrutture di ricerca di alta qualità e il settore economico, favorendo l'innovazione anche attraverso la creazione di infrastrutture di ricerca e innovazione che collegano il settore industriale con quello accademico, promuovendo la combinazione di investimenti pubblici e privati in un'ottica internazionale.



20  
22

## RICERCA, INNOVAZIONE E START-UP

### LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

- Attrazione di investimenti esteri in fondi italiani di Venture Capital, anche in coordinamento con CDP Venture Capital e in sinergia con il Fondo Europeo d'Investimento.
- Apertura di nuovi **Centri di Innovazione e Cultura italiani a Tel Aviv e Singapore;**
- **Organizzazione** di un **evento "tech"** di respiro internazionale, che si ispiri anche ad esperienze di successo come *Viva Tech* a Parigi, *Web Summit* a Lisbona o *Slush* a Helsinki;
- Avvio della **nuova operatività del Fondo di Venture Capital** diretta, per la prima volta, in favore delle start-up/PMI innovative. Grazie a tale nuovo strumento, gestito d'intesa tra SIMEST e CDP Venture Capital, saranno immediatamente disponibili 50 milioni di euro per finanziare l'innovazione e la creatività di tale segmento economico nazionale.
- **Iniziative di scambio** tra imprenditori/*founder* italiani e di altri paesi (US, UK, FR, DE, etc.);
- Potenziamento dei programmi promozionali e formativi come il **Global Start-up Program di ICE Agenzia**, tramite meccanismi di tutoraggio e follow-up delle start-up a conclusione del loro percorso, con un miglioramento della capacità di attrazione di fondi verso le nostre realtà produttive.
- **Istituzione** nell'ambito del Global Start-up Program di un **"voucher"** in favore delle realtà italiane selezionate, a rimborso di successive attività autonome di accelerazione all'estero e/o di presentazione a potenziali investitori stranieri.
- Incremento della partecipazione di start-up italiane a manifestazioni specialistiche internazionali attraverso **padiglioni nazionali**, a partire da quella in programma a Edimburgo (aprile 2023) unitamente alle ulteriori **16** già pianificate da ICE Agenzia in **12** mercati.
- **Rafforzamento** dello **Startup Visa** quale strumento per l'attrazione di talenti e founders, rendendo più semplici le procedure e i requisiti previsti dalla Linee Guida stilate da MAECI, MIMIT, MININTERNO.
- **Organizzazione in collaborazione con ICE Agenzia di un grande evento** di sostegno all'internazionalizzazione dell'**industria spaziale italiana**, con la partecipazione di istituzioni, agenzie specializzate, associazioni di categoria, aziende, esperti, accademici e fondi di investimento.
- **Rafforzamento delle infrastrutture tecnologiche e di innovazione** che vedono cooperare il settore pubblico e privato in un'ottica di valorizzazione internazionale degli effetti positivi che la combinazione di investimenti pubblici e privati produce in termini di avanzamento della ricerca e trasferimento tecnologico, in connessione con la crescita delle aziende del territorio negli attuali settori strategici.

20  
23

## ATTRAZIONE INVESTIMENTI ESTERI

L'ultima cabina di Regia del 2021 comprendeva una declinazione tematica legata all'attrazione degli investimenti in ragione dell'importanza che le risorse allocate dall'estero in Italia possono avere nell'ottica del consolidamento dei vantaggi competitivi espressi all'industria nazionale. Investimenti in Italia significano in prospettiva anche maggiore massa critica per l'indotto che può, in tal modo, volgere lo sguardo ai mercati stranieri partendo da presupposti più solidi.

In quest'ottica, a cominciare dal potenziamento degli strumenti normativi a disposizione del Governo, come i poteri sostitutivi previsti dall'art.30 del DL 50/22, si intende alimentare quella "crescita circolare" che fa leva sui capitali stranieri per creare sviluppo in Italia per poi portare le nostre imprese in altri Paesi Partner.

Il **Comitato interministeriale per l'attrazione di investimenti esteri (CAIE)**, attraverso l'istituzione presso il MIMIT della Segreteria Tecnica e dello Sportello Unico, diventa quindi il fulcro del rinnovato impianto del sistema statale di attrazione degli investimenti esteri.

L'attuale contesto geopolitico ha messo in grande evidenza il tema della vulnerabilità delle filiere di approvvigionamento. Con l'accelerazione di fenomeni di rientro (*reshoring*) delle produzioni, si è aperta una nuova fase di sviluppo industriale. La distanza geografica e politica svolge oggi un ruolo significativo nelle scelte produttive e commerciali. In questo quadro, l'attrazione degli investimenti esteri è una priorità ed un'opportunità per la crescita e lo sviluppo tecnologico ed occupazionale dell'Italia.

Nel corso del 2022, questa attività si è basata sulla ricerca di nuovi investitori, anche attraverso la rete all'estero dei **23 sportelli attrazione investimenti di ICE-Agenzia**, che si occupano della attività di *lead generation* proattiva, raggiungendo potenziali investitori esteri per veicolare la proposta di valore italiana tra le opportunità di investimento con particolare riguardo alle aree di sviluppo interessate dagli investimenti del PNRR ed i principali trend evidenziati dai flussi globali di investimento sia da UNCTAD che dalla WAIPA (ridefinizione delle catene globali del valore, digitalizzazione e *edge computing*, sostenibilità e transizione ecologica, prossimità ai mercati di destinazione).

Obiettivo strategico è anche quello di costruire un meccanismo di promozione e di sviluppo degli investimenti verso l'Italia in grado di armonizzare le esigenze degli investitori con le priorità di crescita dei territori, secondo logiche di sostenibilità oltre che di convenienza. Per armonizzare questa iniziativa con quelle già in corso, l'attività qui proposta si rivolgerà ad investimenti orientativamente al di sotto della soglia di focalizzazione del CAIE attraverso un servizio che favorisca l'incontro tra domanda e offerta e assista gli operatori con strumenti specifici che possano facilitare anche i processi di investimento, orientandoli eventualmente verso i servizi messi in atto da Invitalia o le strutture delle Regioni. Il servizio dapprima si svilupperebbe su un selezionato numero di mercati.



20  
22

## ATTRAZIONE INVESTIMENTI ESTERI

### LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

- **Attività realizzate dalle Camere di commercio**
  - assistenza e consulenza per lo scouting e l'accompagnamento delle imprese estere interessate a investire in Italia;
  - organizzazione di eventi promozionali che diffondano le opportunità e l'attrattiva dell'Italia verso gli investitori stranieri;
  - assistenza agli investitori stranieri nel loro insediamento per investimenti in Italia, finalizzato al supporto della costituzione e l'iscrizione nel Registro delle imprese italiane, di imprese o branch di imprese già costituite all'estero, nonché per favorire il soft landing nei singoli territori italiani.
- **Organizzazione di un evento dedicato all'attrazione degli investimenti esteri** in settori prioritari quali semiconduttori, biotecnologie, energie rinnovabili e veicoli elettrici, per presentare l'ecosistema italiano ai rappresentanti del corpo diplomatico straniero accreditato e di selezionate aziende straniere presenti in Italia, con il coinvolgimento dei centri di ricerca e delle Università;
- **Road show** dedicati **all'attrazione degli investimenti in Paesi del Golfo** (Kuwait, Qatar, EAU, Arabia Saudita), per approfondire rapporti con fondi di investimento in settori quali le biotecnologie e immobiliare; **USA e Regno Unito** su settori finanziari e tecnologici e con azioni mirate sul settore immobiliare; **Hong Kong** nel settore immobiliare; **Francia e Germania** con focus sulla manifattura avanzata e la tecnologia, **India** su settori tecnologici ed innovativi e settore immobiliare;
- **Potenziamento degli eventi promozionali settoriali sulla attrazione degli investimenti da realizzare all'estero** con la Rete MAECI/ICE nei verticali tematici che mostrano maggiore attrattiva nel contesto internazionale (digitalizzazione, catene globali del valore e reshoring, transizione ecologica) oltre alla partecipazione ad eventi già programmati (MIPIIM Cannes, BioInternational USA, JP Morgan Healthcare conference USA);
- **Raccordo rinnovato ed intensificato** nel rinnovato quadro istituzionale delineato nel 2022 dal DL. 50/22: nuova segreteria CAIE presso il MIMIT, Invitalia, MAECI ed ICE allo scopo di massimizzare l'efficienza e la rapidità del passaggio delle opportunità di investimento generate dalla Rete estera MAECI/ICE e degli sportelli Attrazione Investimenti a CAIE/MIMIT/Invitalia e Regioni/Territori per le fasi di accompagnamento o *after care*, garantendo al tempo stesso una efficace promozione esterna della offerta italiana aggiornata da CAIE/MIMIT/Invitalia e Regioni/Territori, nei *roadshow* ed eventi sopra menzionati e nelle quotidiane attività di *lead generation* all'estero, oltre che degli asset digitali (nuovo portale Invest in Italy ex. Art. 25 del DL. 50/22). MAECI ed ICE si occupano della proiezione esterna e della *lead generation* sui mercati esteri, CAIE/MIMIT/Invitalia/Regioni di accompagnamento e *after care*, costruzione dei documenti di offerta e *value proposition* italiana, e realizzazione del portale web unico ex DL. 50/22.

20  
23

## GARE INTERNAZIONALI

Sulla base delle precedenti linee di indirizzo delineate dalla Cabina di Regia, è stato istituito un Gruppo di lavoro co-presieduto da MAECI e MEF che vede la partecipazione dei principali attori della Cabina di Regia[1] e dei rappresentanti italiani presso le Banche Multilaterali di Sviluppo (BMS), allo scopo di portare avanti azioni specifiche su settori e paesi prioritari, per sfruttare maggiormente le opportunità di business che le BMS possono offrire alle imprese italiane.

A tal fine, si è favorito un contatto diretto con gli staff tecnici delle BMS, durante alcune delle principali fiere settoriali italiane.

In particolare si segnalano le missioni di funzionari di tutte le principali BMS alle fiere *Ecomondo* e *KeyEnergy* di Rimini (10/11 novembre 2022). Inoltre, sono state sfruttate le potenzialità della piattaforma di *Business Matching* di CDP[2] organizzando un incontro sull'Indonesia tra alcuni esponenti delle BMS (Banca Mondiale, AsDB, AIIB) con l'obiettivo di presentare alle nostre imprese le opportunità e gli strumenti delle Banche. Queste iniziative sono orientate a promuovere una maggiore consapevolezza dell'eccellenza che contraddistingue il panorama aziendale nazionale e permettono alle nostre imprese di acquisire una più approfondita conoscenza dei meccanismi che regolano l'assegnazione dei procurement internazionali.

Ulteriore supporto è stato offerto inoltre alle nostre imprese attraverso **la rete dei desk ICE Agenzia** presso la Banca Mondiale, la Banca Asiatica di Sviluppo, la Banca Africana di Sviluppo e la Banca Europea per gli Investimenti, oltre che con la realizzazione da parte della stessa Agenzia di webinar e giornate in presenza, dedicate sia all'illustrazione delle attività delle istituzioni finanziarie multilaterali, sia alla formazione tecnica sulle modalità di presentazione di progetti e, più in generale, di interazione con tali istituzioni.



20  
22

## LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

- **Missioni imprenditoriali anche a guida politica** presso i quartier generali delle BMS per favorire un maggiore accesso al procurement internazionale delle nostre aziende. Sono già in agenda due missioni: 1) *delegazione di imprese italiane* presso la Banca Asiatica di Sviluppo a marzo 2023 con focus settoriale su infrastrutture e trasporti, energie rinnovabili e acqua; 2) *delegazione di imprese associate all'OICE* presso Banca Mondiale e Banca Interamericana di Sviluppo nella prima metà del 2023.
- **Organizzazione di ulteriori missioni tecniche di BMS in Italia**, in occasione di prestigiosi eventi o fiere internazionali, per favorire occasioni di incontro con le nostre imprese.
- **Organizzazioni di eventi virtuali e missioni**, con focus nei paesi dove CDP ha avviato la propria *piattaforma di business matching*.
- **Prosecuzione dell'attività di formazione da parte di ICE Agenzia** a favore delle piccole e medie imprese in merito ai meccanismi di partecipazione alle gare indette dalle Banche Multilaterali di Sviluppo e di assistenza alla partecipazione ai bandi.
- **Attivazione di un desk ICE in BERS**, con l'obiettivo di potenziare l'attività di intermediazione tra la Banca e il sistema produttivo italiano.

20  
23

[1]ICE Agenzia, Cassa Depositi e Prestiti (CDP), SACE, Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo (AICS), Confindustria, ABI,, ANCE, OICE.

[2]Business Matching è il nuovo strumento digitale a sostegno delle imprese italiane, in particolare PMI, interessate a crescere all'estero che mette in contatto le aziende italiane con partner internazionali. Il servizio è già attivo in Cina, Corea del Sud, Giappone, India, Indonesia, Marocco, Messico e USA e sarà progressivamente esteso a nuovi mercati di riferimento. ·PAGINA 29

## APPROVVIGIONAMENTO DI MATERIE PRIME CRITICHE

Il conflitto russo-ucraino ha evidenziato la fragilità delle linee di approvvigionamento di diverse materie prime e semilavorati necessari per numerosi settori dell'industria italiana, rischiando di interrompere interi cicli di produzione e minacciando approvvigionamenti alimentari.

A fronte di tali difficoltà, il MAECI, in collaborazione con ICE Agenzia, SACE e Confindustria, ha lanciato un progetto per sostenere le imprese nell'**approvvigionamento di 19 materie prime critiche provenienti da aree coinvolte dal conflitto**, individuando oltre **50 fornitori alternativi in 23 Paesi**.

Tale iniziativa ha contribuito ad un **incremento di 1,15 miliardi di euro, pari a +207% rispetto al 2021, dell'import delle materie prime interessate**.

Sempre in tale ambito, bisogna mettere a sistema iniziative e azioni integrate per evitare soprattutto che si profili nell'immediato un'ulteriore crisi derivante dalla carenza dei *battery minerals* come zinco, litio nichel e cobalto.



20  
22

---

## LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

- Rafforzare la linea d'azione inaugurata nel 2022 con l'organizzazione di **missioni congiunte in Paesi fornitori alternativi**;
- Rinnovo degli strumenti finanziari messi a disposizione da SIMEST e dagli altri soggetti del Sistema Paese a supporto dell'internazionalizzazione. Fra questi, il finanziamento destinato alle imprese esportatrici - a prescindere dalla geografia di riferimento - con approvvigionamenti da Ucraina, Federazione Russa o Bielorussia che subiscano un calo degli stessi o un aumento complessivo del costo totale di tali forniture.
- Approfondire il coordinamento finalizzato ad accrescere l'autonomia strategica e la mitigazione dei rischi legati agli approvvigionamenti di materie prime critiche - anche alla luce degli obiettivi posti dalle transizioni verde e digitale - rafforzando i partenariati in ambito europeo (*Critical Raw Materials Act*) e transatlantico (*Minerals Security Partnership*).

20  
23

## COMUNICAZIONE

Nel 2022 è proseguita la campagna straordinaria di comunicazione istituzionale, lanciata dalla Farnesina in collaborazione con ICE Agenzia, **"Italy is simply extraordinary: beIT"**, con l'obiettivo di promuovere all'estero - privilegiando l'utilizzo dei canali digitali - un'immagine rinnovata e aggiornata dell'Italia e del *Made in Italy*.

La campagna si è articolata in due fasi: la prima incentrata sui valori che identificano l'Italia e su una narrativa in grado di coniugare creatività, tradizione e stile con la capacità di innovare e con l'eccellenza in campo scientifico e tecnologico; la seconda, finalizzata a promuovere le filiere produttive del *Made in Italy*, con l'obiettivo di accrescere la domanda estera di prodotti italiani e operare una doverosa sensibilizzazione sulla qualità e l'originalità delle produzioni italiane, a tutela del *Made in Italy*.

La strategia di comunicazione a sostegno del *Made in Italy* è stata integrata da iniziative speciali realizzate da ICE in occasione di **grandi eventi sportivi di rilievo internazionale (GP F1 del made in Italy e dell'Emilia Romagna; Serie A; Giro d'Italia)** utilizzati quali "piattaforme" di promozione del nostro territorio e delle produzioni nazionali.



20  
22

## LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

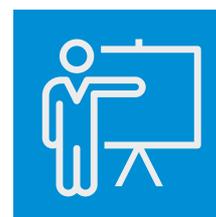
- Prosecuzione della campagna BeIT con selezione dei mercati obiettivo e delle verticali merceologiche di riferimento, sulla base dei risultati raggiunti durante le prime due annualità.
- Offrire uno spazio più ampio al settore turistico, in un'ottica di promozione integrata.
- Promuovere l'etichetta **NutrInform Battery**, ossia un **sistema equilibrato di etichettatura nutrizionale dei prodotti alimentari** per informare i consumatori in modo rapido e immediato sulle caratteristiche nutrizionali dell'alimento e sul rapporto cibo-salute, così da consentire scelte consapevoli.
- Incrementare i messaggi volti a valorizzare la capillarità della filiera di controlli sanitari (Ministero della Salute e Servizio Sanitario Nazionale) attuati a tutela delle produzioni agroalimentari esportate.

20  
23

## FORMAZIONE/INFORMAZIONE PER LE IMPRESE

Numerose e diversificate sono state nel 2022 le attività di formazione e informazione a sostegno della proiezione sui mercati esteri soprattutto delle PMI, con un focus sull'accelerazione dei processi di digitalizzazione per l'export.

Si è chiusa il 31 dicembre 2022 la prima edizione del **programma di formazione Smart Export**, promosso dalla Farnesina in collaborazione con ICE e CRUI: **6 corsi di alta formazione accademica, online e gratuiti**, erogati da ICE Agenzia, Bocconi, LUISS, Politecnico di Milano, Federico II di Napoli e Bologna Business School, con l'obiettivo di accrescere le competenze digitali e le dinamiche dell'internazionalizzazione d'impresa, a beneficio di circa **12.000 utenti** (PMI, futuri "export manager" e studenti nella fase finale dei propri studi universitari) che hanno svolto attività di formazione in modalità e-learning nell'ambito di un totale di **27 webinar**.



20  
22

## FORMAZIONE/INFORMAZIONE PER LE IMPRESE

L'Agenzia ICE nel 2022 ha rafforzato la proposta di percorsi formativi, destinati a soddisfare in modo diversificato le esigenze dei profili professionali interessati alle tematiche dell'internazionalizzazione, con particolare riferimento ad imprese e giovani. L'offerta è declinata in seminari di primo orientamento al marketing internazionale, corsi di media durata seguiti da affiancamenti personalizzati, corsi di lunga durata erogati in modalità executive ed una specifica sezione dedicata alla formazione online attraverso una piattaforma e-learning. Nel 2022 sono state realizzate **76 iniziative con 44.089 ore di formazione erogata e 3.131 utenti/aziende serviti**.

L'attività di informazione a beneficio delle imprese si è inoltre avvalsa dell'offerta complessiva generata da siti e portali web informativi istituzionali, quali:

- **Export.gov.it** (<https://export.gov.it/>): primo portale unitario interattivo che divulga le informazioni su tutti gli strumenti pubblici di sostegno pubblico all'export. Nel 2022 l'aggiornamento e la revisione della piattaforma hanno favorito un suo miglior posizionamento sui principali motori di ricerca, con conseguente incremento del numero di visitatori (a dicembre 2022: **970.000 visualizzazioni di pagina e 180.000 utenti che hanno interagito col portale**).
- **InfoMercatiEsteri**, (<https://www.infomercatiesteri.it/>): è lo strumento di business intelligence realizzato dalla Farnesina per soddisfare la domanda di informazioni sui mercati esteri. La piattaforma ha arricchito la sua portata informativa grazie all'integrazione con l'**Osservatorio Economico sul Commercio Estero**, mettendo a disposizione delle imprese schede di sintesi su mercati e aree geografiche e sull'andamento del commercio estero dell'Italia con il resto del mondo, oltre ad approfondimenti settoriali che fotografano la performance italiana in circa 35 categorie merceologiche. Il sito ha ricevuto **965.000 visualizzazioni di pagina da parte di 360mila utenti, con un incremento del 48% rispetto all'anno precedente**.
- Newsletter "**Diplomazia Economica italiana**": mensile informativo con approfondimenti, notizie, analisi sui mercati esteri e sulle opportunità d'investimento segnalate dalla rete diplomatica;
- **News**, opportunità commerciali, anteprime grandi progetti, gare e pubblicazioni settoriali provenienti in tempo reale dalla Rete degli Uffici ICE Agenzia all'estero, veicolati attraverso il sito [www.ice.it](http://www.ice.it). Nel 2022 sono state pubblicate circa **35.000** tra notizie e opportunità commerciali e **760 pubblicazioni**.
- **Pubblicazioni del Nucleo Studi dell'ICE Agenzia** in tema di commercio estero ed economia internazionale (Newsletter "Mercati in tempo reale", Rapporto ICE-Annuario ISTAT-ICE, Rapporto ICE-Prometeia (<https://www.ice.it/it/studi-e-rapporti>)).
- **ExTender** (<https://extender.esteri.it/>): portale informativo che pubblica segnalazioni su gare di appalto internazionali e anticipazioni di grandi progetti (**5.483 notizie di gara e progetti e 48.543 utenti registrati nel 2022**).



20  
22

## FORMAZIONE/INFORMAZIONE PER LE IMPRESE

Il MAECI, in collaborazione con MIMIT e UNIONCAMERE intende realizzare un **programma nazionale di sostegno a tutte le PMI italiane con una propensione all'export**, in base al quale le imprese potranno usufruire anche sulla base di incentivi specifici di:

- azioni propedeutiche di prima assistenza, di orientamento e di preparazione all'export volte alla predisposizione di piani di sviluppo internazionale;
- azioni di assistenza specialistica in mercati target per le imprese e per l'export italiano attraverso attività di *coaching / mentorship* in loco e il supporto allo sviluppo di partnership commerciali, industriali e tecnologiche.

Per fare ciò il Ministero punterà allo sviluppo di **Academy** territoriali, organizzate con le Camere di commercio, per preparare e assistere le piccole e medie imprese ad affrontare i mercati esteri, favorendo da un lato l'entrata di nuove aziende esportatrici che ancora non esportano pur avendone qualità; dall'altro, rafforzando la presenza delle aziende che operano sui mercati esteri solo in maniera occasionale o limitata, contribuendo all'incremento delle loro quote di export.

Questo programma si svilupperà quindi attraverso le seguenti azioni:

- *Export check-up* per identificare i bisogni e le necessità delle aziende
- Orientamento ai mercati esteri per identificare il mercato a più alta potenzialità per il prodotto dell'azienda
- Percorsi di riqualificazione/aggiornamento del management aziendale
- Sviluppo di Piani Export per definire la strategia di ingresso nel mercato target
- Percorsi e iniziative di accompagnamento all'estero
- Servizio di *web-mentoring*

Obiettivo del programma, che sarà svolto in raccordo con tutti gli altri *stakeholder* pubblici e privati, consisterà nel creare una *awareness* nelle imprese, per rafforzarle sia sotto il profilo organizzativo che di alleanze strategiche. Forte attenzione sarà data anche alla digital transformation e allo sviluppo di nuove competenze, prevedendo uno stretto raccordo con la rete dei PID del sistema camerale, un *network* di punti informativi e di assistenza alle imprese per la diffusione della cultura e della pratica del digitale nelle MPMI (Micro Piccole Medie Imprese) di tutti i settori economici.

---

### LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

- **Seconda fase del programma Smart Export**, incentrata su un percorso formativo specialistico, finalizzato a potenziare le conoscenze di tecniche e strumenti operativi di crescita sui mercati esteri.
- **Portale Export.Gov**: potenziamento di alcune funzionalità basate sull'intelligenza artificiale, con l'obiettivo di offrire all'utente una fruizione mirata dei prodotti offerti dal portale.
- Prosecuzione della sopracitata **offerta formativa ed informativa** dell'ICE Agenzia.
- **Rafforzamento delle competenze specialistiche, incluso quelle di salute pubblica veterinaria e sicurezza alimentare** dei funzionari commerciali delle rappresentanze diplomatico-consolari, del personale ICE impiegato presso i Desk Attrazione Investimenti e degli addetti scientifici distaccati presso le Ambasciate.



20  
22

20  
23

## GESTIONE FLUSSI MIGRATORI

È stato pubblicato il Decreto flussi 2022, che prevede l'aumento a **82.705 permessi per lavoro subordinato ed autonomo**, per rispondere alle esigenze più volte manifestate dal mondo produttivo. Si prevede anche l'espansione dei settori economici inclusi nel Decreto a settori chiave dell'economia italiana. Del Decreto flussi beneficiano i cittadini di una trentina di paesi del Nordafrica, Africa subsahariana, Balcani, Asia meridionale e America Latina.

Il Decreto flussi è lo strumento cardine per una **politica di immigrazione regolare** e per la realizzazione di accordi bilaterali che permettano di gestire sia i flussi di ingresso regolare che una maggiore cooperazione per il contrasto a quelli irregolari.

Occorre **valorizzare le opportunità formative** offerte dal sistema italiano, sia a livello tecnico-professionale che superiore, per **favorire l'ingresso di talenti in Italia** e rispondere alle richieste di manodopera qualificata delle imprese e, in prospettiva, per combattere le cause profonde dell'immigrazione.

In particolare, le bozze di accordi bilaterali in materia migratoria prevedono meccanismi per agevolare percorsi di formazione anche nei paesi di provenienza, attraverso i corsi professionali prepartenza organizzati da Organizzazioni della Società Civile (OSC) italiane con i fondi del Ministero del Lavoro nell'ambito di una programmazione triennale. La rete diplomatica e consolare collabora attivamente con il Ministero del Lavoro nella programmazione e nell'attuazione di questi progetti.



20  
22

---

## LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

- Analisi ed approfondimento del modello tedesco di migrazione legale, attraverso un maggiore coinvolgimento della rete degli Istituti Italiani di Cultura e delle Camere di Commercio italiane all'estero in meccanismi di formazione, anche linguistico-culturale rivolta al lavoro, e per la ricerca di manodopera qualificata all'estero.

20  
23

## **Coordinamento con gli attori del Sistema Paese**

- L'offerta del sistema finanziario a supporto dell'export e dell'internazionalizzazione
- Le sinergie con gli attori nei territori

# L'offerta del sistema finanziario a supporto dell'export e dell'internazionalizzazione



## CASSA DEPOSITI E PRESTITI

Nel corso del 2022 CDP ha dato piena implementazione al **Piano Strategico 2022 – 2024**, impostato attorno a quattro aree prioritarie: **cambiamento climatico, crescita inclusiva, sostegno alle filiere produttive, innovazione e digitalizzazione**.

Per quanto riguarda il **supporto all'Export**, CDP ha incrementato la propria **operatività diretta (finanziamenti per oltre 2,3 miliardi di euro, in crescita del 65% rispetto al 2021**, portando il portafoglio di operazioni perfezionate a circa 22 miliardi di euro), tramite finanziamenti a medio-lungo termine concessi a controparti estere (imprese, governi e banche), assistiti da garanzia SACE ed in collaborazione con SIMEST che supporta il finanziamento attraverso la stabilizzazione del tasso di interesse e mediante la concessione di un contributo a fondo perduto in conto interessi (con il Fondo 295).

In ambito **Internazionalizzazione**, CDP ha consolidato la propria attività di **concessione di finanziamenti a medio-lungo termine (risorse mobilitate per circa 550 milioni di euro**, in crescita di oltre il 30% rispetto all'anno precedente), anche con copertura SACE, e di sottoscrizione di emissioni obbligazionarie in favore di società italiane e/o proprie controllate/collegate estere al fine di sostenere progetti all'estero e accrescere la competitività sui mercati internazionali, attraverso **acquisizioni di aziende e rami di aziende nonché lo sviluppo e l'ammodernamento di impianti e macchinari**.

Il sostegno alla competitività delle aziende italiane sui mercati esteri è stato ulteriormente rafforzato attraverso l'attività della **Piattaforma di Business Matching**, lo strumento digitale lanciato da CDP, MAECI e SIMEST per favorire lo sviluppo di relazioni commerciali tra imprese italiane ed estere. L'obiettivo è quello di sostenere **l'export e l'internazionalizzazione**, in particolare delle **PMI**, superando le barriere dei mercati più lontani e complessi tramite uno strumento innovativo (nel 2023 la Piattaforma avrà una **vetrina per le imprese nel Metaverso**). Lo strumento è stato lanciato in **India, Cina, Giappone, Messico, Marocco, Indonesia, Sud Corea e USA**. Inoltre, d'intesa con MAECI e MEF, la Piattaforma promuove i bandi delle Banche Multilaterali di Sviluppo (BMS) presso le PMI italiane. A riguardo andrà promossa una maggiore integrazione tra questa piattaforma ed il portale di sistema Export.gov.it.

Nell'ambito della **Cooperazione Internazionale e della Finanza per lo Sviluppo**, CDP può operare in **oltre 140 Paesi emergenti e a basso reddito** per promuovere lo **sviluppo sostenibile**, supportando il **contributo dell'Italia** agli SDGs e agli impegni internazionali sul clima.

In tale ambito, nel 2022 **CDP ha rafforzato la propria azione di sostegno finanziario** a iniziative promosse da controparti pubbliche e private nei Paesi partner, con interventi orientati sia verso **imprese italiane** (finanziamenti per l'internazionalizzazione sostenibile) sia verso **istituzioni finanziarie di sviluppo e fondi** (finanziamenti e investimenti per lo sviluppo di filiere nei Paesi partner, rilevanti per le imprese italiane).

# L'offerta del sistema finanziario a supporto dell'export e dell'internazionalizzazione



## CASSA DEPOSITI E PRESTITI

Per supportare progetti in ambito infrastrutture e green economy, nel 2022 CDP ha **rafforzato il proprio ruolo di Implementing Partner della Commissione Europea nell'ambito del programma Western Balkan Investment Framework (WBIF)**, al fine di promuovere **investimenti ad alto impatto** nel Vicinato. Tale iniziativa rientra nel più ampio quadro dell'**attivazione di programmi UE** (garanzie e fondi a dono, anche per assistenza tecnica), in **complementarità con le risorse CDP**, anche grazie all'ufficio di rappresentanza a Bruxelles ulteriormente potenziato.

Infine, in **ambito innovazione**, tramite CDP Venture Capital, nel corso del 2022 sono state ulteriormente sviluppate **partnership strategiche per l'espansione globale delle start-up italiane**, tramite l'avvio di relazioni con i principali ecosistemi del Venture Capital internazionali anche grazie ad **ICE Agenzia**.

## LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

- Rafforzamento dell'**integrazione di sistema** nell'ambito del portale Export.gov.it anche ampliando l'attività della **Piattaforma di Business Matching** nelle Americhe (Canada, Brasile e Colombia), in Asia (Vietnam), in Africa (Sud Africa) e nel vicinato (UK e Turchia);
- In **collaborazione con il Gruppo di Lavoro sulle BMS**, **partecipazione all'organizzazione di apposite missioni presso le banche multilaterali**, anche in vista della **ricostruzione post-bellica dell'Ucraina**;
- Organizzazione di appositi **road show in geografie prioritarie**, con l'obiettivo di attrarre capitali internazionali con **focus sul venture capital e il private equity**, facendo leva anche sul dialogo con i vari fondi sovrani con cui CDP ha rapporti di lungo corso nell'ambito **dell'International Forum of Sovereign Wealth Funds (IFSFW)**;
- Rafforzamento della **cooperazione Internazionale e della finanza per lo sviluppo** sia tramite l'impiego di risorse proprie sia attraverso la gestione di risorse pubbliche tra cui:
  - la nuova operatività del **Fondo Rotativo per la Cooperazione allo Sviluppo**, che potrà finanziare anche iniziative private con positivo impatto sullo sviluppo sostenibile;
  - la prevista attivazione del **Fondo Italiano per il Clima**, che potrà finanziare – tra l'altro – iniziative private con positivo impatto climatico.

20  
23

# L'offerta del sistema finanziario a supporto dell'export e dell'internazionalizzazione



## SACE

Un contributo fondamentale all'internazionalizzazione viene dalle politiche di sostegno alle esportazioni, caratterizzate dal 1° gennaio 2021 dall'entrata a regime del sistema di coassicurazione pubblica del credito all'esportazione da parte dello Stato e di SACE, nel quale gli impegni derivanti dall'attività assicurativa relativa ai rischi definiti non di mercato dall'attuale normativa UE vengono assunti in coassicurazione dallo Stato e da SACE in misura, rispettivamente, del novanta e del dieci per cento. Sebbene infatti il 2022 sia stato segnato dall'invasione dell'Ucraina da parte della Russia che è andato ad impattare in modo dirompente sugli equilibri globali e su tutte le catene di approvvigionamento e interscambio, con pesanti ripercussioni sulle attività di impresa, **nel primo semestre del 2022**, grazie al sistema di coassicurazione pubblica, in gestione a SACE, sono state **mobilitate risorse complessive per circa 21 miliardi di euro** (in crescita del 54% rispetto all'anno precedente) di cui circa 4,3 miliardi di euro a supporto di export e progetti di rilievo strategico e di internazionalizzazione, in favore di circa settemila aziende, di cui quasi il 90% PMI e Mid Cap.

La programmazione per il 2023 degli interventi nell'ambito del sistema di coassicurazione MEF (Stato) - SACE per il supporto all'export, che già aveva fatto fronte alla crisi economica innescata dall'emergenza COVID-19, tiene conto delle peculiari condizioni dettate dalla nuova crisi e delle esigenze di supporto che ne conseguono.

Nella Legge di Bilancio per il 2023, il limite massimo di esposizione cumulata per gli interventi di supporto assumibile dallo Stato e da SACE viene innalzato da 120 a 150 miliardi di euro e la domanda massima di copertura assicurativa potenziale per l'anno 2023 è stimata pari a 44 miliardi di euro.

Ciò premesso, il nuovo Piano Industriale **INSIEME 2025**, che guiderà le scelte strategiche del Gruppo SACE nel **triennio 2023-2025**, pone la sostenibilità al centro del nuovo modello di business. Un impegno che si rifletterà a fine 2025 in **111 miliardi di euro di investimenti sostenuti**, progetti supportati e liquidità garantita alle imprese italiane, con un incremento annuo atteso del 5%, servendo 65mila PMI.

**Il sostegno all'export e internazionalizzazione sarà rafforzato:** i target del Piano Industriale puntano a una crescita nel triennio 2023-2025 di oltre il 30% dei volumi di contratti assicurati e investimenti garantiti in questo ambito, pari a circa 49 miliardi di euro.

Particolare attenzione continua ad essere prestata alla digitalizzazione dell'offerta e ai programmi formativi di SACE. Nel 2022, le nuove richieste pervenute e gestite sul portale digitale di SACE sono state oltre 8.000 a fronte di oltre 6.000 aziende servite (ad esclusione delle garanzie pubbliche), in larga misura PMI. Per quanto riguarda l'attività di formazione, nel 2022 gli iscritti al **programma di education** hanno superato quota 11.000, prevalentemente aziende PMI. Sono stati organizzati oltre 70 webinar formativi e resi disponibili in piattaforma più di 170 nuovi contenuti formativi on-demand. Nel 2022 sono stati inoltre sottoscritti 11 nuovi accordi accademici.

# L'offerta del sistema finanziario a supporto dell'export e dell'internazionalizzazione



## SACE

Prosegue inoltre la promozione di SACE della **Push Strategy** - l'offerta a controparti estere di linee di credito a medio-lungo termine svincolate da specifici contratti di export con l'obiettivo di facilitare le opportunità per le aziende italiane - che ha superato i 2 miliardi di euro solo nel 2022. L'attività in questione è inoltre volta a garantire anche l'Import Strategico, supportando l'approvvigionamento verso l'Italia dei beni necessari ai processi produttivi e ad assicurarne la continuità. Sono in corso una serie di iniziative volte ad ingaggiare primarie società mondiali di *trading* e produttori di materie prime di interesse strategico (e.g. *commodity* energetiche, minerali e beni alimentari).

Prosegue l'organizzazione di eventi di *match-making* tra esportatori e buyer internazionali per sviluppare opportunità di crescita all'estero delle filiere e aziende italiane. Nel corso del 2022, SACE ha organizzato oltre 50 iniziative di *Business Matching* con *Buyer* provenienti dai Paesi focus (numero di iniziative raddoppiate rispetto al 2021), con il coinvolgimento di oltre duemila aziende tra eventi fieristici in Italia e all'estero, webinar e iniziative in presenza e fruibili digitalmente dalla piattaforma SACE.

Prosegue infine **l'impegno di SACE a sostegno della liquidità delle imprese** e dei loro processi di transizione ecologica, attraverso la **Garanzia SupportItalia** (strumento attraverso il quale le imprese possono accedere a finanziamenti per sostenere il fabbisogno di liquidità) e le **Garanzie Green** (per finanziare progetti diretti alla transizione verso un'economia a minor impatto ambientale. Nei primi 6 mesi del 2022 sono state mobilitate risorse complessive per circa 700 milioni di euro sostenendo oltre 80 progetti connessi alla transizione ecologica di imprese italiane).

## LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

- Evoluzione della piattaforma digitale e parallela valorizzazione del canale online per webinar formativi e incontri di business promotion della filiera italiana su nuovi mercati e buyer esteri;
- **Potenziamento della Rete degli Intermediari di SACE**, attraverso il coinvolgimento di nuove tipologie di partner del settore privato;
- Rafforzamento dell'integrazione di sistema nell'ambito del portale [Export.gov.it](https://www.export.gov.it) continuando il coordinamento della piattaforma in collaborazione con l'ICE.

20  
23

# L'offerta del sistema finanziario a supporto dell'export e dell'internazionalizzazione



## SIMEST

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.

Nel corso del 2022, il conflitto in Ucraina ha reso necessario l'attivazione di ulteriori misure emergenziali a valere sul Fondo 394/81 in regime di *Temporary Crisis Framework*, che hanno portato all'introduzione di due ulteriori linee di finanziamento, con una quota di **fondo perduto fino al 40% circa**, a beneficio delle **imprese italiane esportatrici che hanno subito una perdita di fatturato a causa dello scoppio del conflitto russo-ucraino** e delle imprese impattate dal rincaro del costo degli **approvvigionamenti** o dalla **riduzione dei quantitativi importati** da Federazione Russa, Bielorussia e Ucraina. Su tali operatività sono state ricevute **309** domande per **265 milioni di Euro**.

Nel complesso, la *performance* realizzata dal Fondo 394/81 durante la pandemia a sostegno delle aziende italiane, con focus sulle PMI e nella successiva fase di ripresa hanno confermato la centralità dello strumento nelle strategie di supporto all'internazionalizzazione. A ciò ha fatto seguito il riconoscimento nell'ambito della Legge di Bilancio 2022, di una dotazione finanziaria annuale di **1,5 miliardi di euro**, oltre ad una quota annuale di fondo perduto a valere sul Fondo Promozione integrata di **160 milioni di euro**, per gli anni dal 2022 al 2026. Tale dotazione consente la continuità operativa del Fondo 394/81 in un'ottica strutturale a beneficio della crescita delle imprese esportatrici italiane.

## LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

- **Estensione delle imprese beneficiarie delle iniziative finanziabili tramite il F. 394/81**, aprendo l'accesso a tutte le imprese italiane, di ogni forma giuridica e classe dimensionale, prevedendo criteri selettivi per la componente co-finanziamento fino al 10% a fondo perduto.
- **Introduzione di nuove linee di intervento del Fondo 394**. Sostegno **all'innovazione tecnologica**, alla **digitalizzazione** e alla **sostenibilità ambientale**; ottenimento di **certificazioni** (di prodotto, ambientali, di sicurezza etc..), **brevetti** e **consulenze specialistiche** per l'accesso a mercati esteri.
- **Ampliamento del numero delle iniziative finanziabili tramite il F. 394/81 e dell'importo della singola linea di intervento**. Possibilità di erogare finanziamenti: (i) nell'ambito dell'intervento agevolativo Fiere ed Eventi, per la copertura dei costi relativi alla partecipazione fino a **tre eventi di carattere internazionale**, anche in Italia nell'arco di **due anni**; (ii) nell'ambito dell'intervento agevolativo *E-commerce*, per la copertura dei costi relativi allo sviluppo o potenziamento di **più piattaforme di commercio elettronico**, proprie o di terzi.

20  
23

# L'offerta del sistema finanziario a supporto dell'export e dell'internazionalizzazione



SIMEST

## LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

- **Ampliamento delle linee di intervento** esistenti, con il sostegno all'assunzione non solo di **"Temporary Export Manager"** ma anche di **"Temporary Manager"** con competenze trasversali in diverse materie (es. digitale, *marketing*, innovazione tecnologica, sostenibilità).
- **Servizi di consulenza** a supporto dei processi di internazionalizzazione delle imprese italiane, in coordinamento con MAECI e in sinergia con ICE e Camere di Commercio italiane all'estero, grazie allo sviluppo di **nuovi presidi SIMEST all'estero**: Balcani, Nord Africa, Sud America, Stati Uniti, Singapore
- Nuova misura di finanza agevolata (Fondo 394) per le imprese italiane con **interessi diretti verso i Balcani Occidentali**:
  - riserva dedicata (quale prima tranche) di 200 mln di euro
  - accesso ai finanziamenti agevolati da parte di tutte le imprese italiane e della filiera produttiva di tali imprese (i subfornitori)
  - quota di fondo perduto del 10% a tutte le imprese con interessi e attività nei Balcani
  - esenzione dall'acquisizione di garanzie sui finanziamenti
  - possibilità di effettuare investimenti destinati al rafforzamento patrimoniale delle imprese fino all'80% del valore del finanziamento complessivo
  - sarà previsto inoltre un contact point dedicato per assistenza diretta su tutte le fasi di presentazione e gestione delle domande di finanziamento e consulenza dedicata da parte di SIMEST anche attraverso la creazione di un'antenna Simest nei Balcani Occidentali, verosimilmente a Belgrado.
- **Rafforzamento della collaborazione con il sistema bancario**, tramite l'invito alla sottoscrizione di accordi operativi volti a rafforzare la diffusione dei finanziamenti agevolati del Fondo 394 grazie alla capillarità della rete degli istituti bancari sul territorio nazionale e a migliorare ulteriormente le attività di *pre-screening* delle imprese richiedenti.
- **Presidio dell'operatività del F. 295/73** nell'ottica di un focus sempre maggiore verso l'utilizzo delle risorse dello stesso a supporto delle piccole e medie imprese tramite l'operatività del Credito fornitore.

20  
23

# L'offerta del sistema finanziario a supporto dell'export e dell'internazionalizzazione



## ABI

Nel corso del 2022 il credito bancario alle imprese ha mostrato un incremento rispetto all'anno precedente (circa 3,1% a fine ottobre), accelerando soprattutto nei mesi estivi anche a seguito del maggiore fabbisogno di capitale circolante dovuto al più elevato costo degli input e il minore ricorso al finanziamento obbligazionario.

I prestiti alle imprese sono cresciuti in tutte le aree geografiche. Al terzo trimestre del 2022, la dinamica è risultata in accelerazione, rispetto all'anno precedente, sia nel Centro (+5,4% da -2,6%) sia nel Nord (+3,6% da +1,7%). Nel Sud e nelle Isole la crescita del credito alle imprese si è attestata su livelli relativamente più bassi, ma comunque sostenuti (+2,8%), dopo la dinamica elevata registrata lo scorso anno (+5,6%).

Per quanto riguarda le attività dell'Associazione, è proseguita la collaborazione con SACE e SIMEST per l'aggiornamento periodico delle specifiche contrattuali e operative degli strumenti di garanzia o sussidio connessi ai finanziamenti a sostegno dei processi di esportazione e di internazionalizzazione delle imprese. ABI prosegue inoltre la propria attività di *advocacy* con le istituzioni europee e internazionali al fine di ottimizzare il funzionamento degli strumenti per il Trade e l'*Export finance* sotto il profilo della gestione operativa e dei requisiti di capitale.

Grande impegno ha richiesto, infine, l'ampia e articolata disciplina sanzionatoria introdotta a seguito dell'avvio delle operazioni belliche in Ucraina, in particolare per quanto riguarda l'interpretazione e le misure operative da adottare, anche da parte delle imprese. Di particolare importanza ed utilità sono state le interlocuzioni con le Autorità nazionali (MAECI, Unità Informazione Finanziaria, Comitato di sicurezza finanziaria-MEF) e con le unità della Commissione Europea deputate alla gestione dei chiarimenti sulle disposizioni normative (DG FISMA).

Più in particolare, il dialogo instaurato con la Commissione per il tramite della Federazione Bancaria Europea ha contribuito a chiarire numerose *impasse* operative, a vantaggio di tutti gli operatori del mercato

## Le sinergie con gli attori nei territori



L'Internazionalizzazione del sistema produttivo regionale rappresenta un'importante leva strategica per alimentare lo sviluppo del sistema economico dei territori e migliorarne la competitività, grazie anche al potenziamento dei percorsi di transizione energetica e digitale delle aziende, per stimolare processi di innovazione tecnologica e di sviluppo sostenibile dell'imprenditoria territoriale.

A tale scopo, il potenziamento della collaborazione con strutture aggregative e con filiere di imprese sui territori rappresenta un'occasione di proficua sinergia, capace di

amplificare le azioni che potranno essere intraprese a beneficio delle imprese ad esse appartenenti, attraverso la realizzazione di attività di informazione, promozione e attrazione degli investimenti esteri. In particolare, al fine di accrescere la competitività dei territori sui mercati esteri, saranno avviati degli interventi formativi finalizzati a sviluppare le competenze tecnico-manageriali, digitali e di accesso agli strumenti di sostegno pubblico all'internazionalizzazione.

### UNIONCAMERE

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'export delle imprese, con particolare attenzione al segmento delle aziende esportatrici occasionali e a quelle non ancora esportatrici**.

Il Sistema camerale dedica un'attenzione particolare all'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", con il coinvolgimento di oltre **500.000 imprese** attraverso i **PID** (Punti Impresa Digitale) costituiti presso tutte le Camere di commercio. La diffusione degli strumenti digitali a sostegno dell'export è, peraltro, tra i principali temi sui quali si basa l'**Accordo Quadro sottoscritto nel luglio 2021 tra ICE, Unioncamere e Assocamerestero**, dove è stata evidenziata l'opportunità di potenziare sinergicamente l'assistenza offerta ai territori e alle imprese per sostenere il *Made in Italy* nel mondo.

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). Nel 2022 in tale direzione Assocamerestero - insieme con Unioncamere e Fondazione per la sostenibilità digitale - hanno realizzato il **Digital Sustainability Atlas**, la prima pubblicazione che raccoglie per 61 Paesi di presenza delle 82 CCIE le priorità in tema di sostenibilità e digitalizzazione per consentire alle imprese un orientamento per essere più competitive.

Il Sistema camerale ha inoltre 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 intende: (i) rafforzare il supporto al sistema nella mappatura e valorizzazione degli asset attrattivi dei territori italiani; (ii) contribuire all'azione di *"investor scouting"* e *"lead generation"* di operatori internazionali interessati all'Italia, in sinergia e a complemento dell'azione degli FDI Desk di ICE Agenzia.

# Le sinergie con gli attori nei territori



## UNIONCAMERE

In tale contesto, il Sistema camerale, sfruttando la capillarità nei territori, può contribuire in maniera importante anche sul versante dello **sviluppo del Mezzogiorno**, con una attività rivolta all'attrazione di risorse e di progetti di investimento a diversi livelli di maturità (start up, scale up, corporate, etc.) A tal proposito, il sistema camerale sta contribuendo all'implementazione delle **Zone Economiche Speciali (ZES)**, strumento utile ad incentivare gli insediamenti produttivi.

Unioncamere ed Assocamerestero hanno infine sottoscritto con SACE un protocollo d'intesa con l'obiettivo di favorire l'internazionalizzazione e l'export delle piccole e medie aziende italiane, attraverso una collaborazione sinergica che metta a fattor comune capacità, conoscenze e servizi.

## LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

Il Sistema camerale continuerà a promuovere i territori e le filiere che li caratterizzano, specialmente quelle di minore dimensione, nei loro processi di internazionalizzazione. Nella fattispecie, il Sistema camerale proseguirà:

- il **“Programma Sostegno all’Export dell’Italia (SEI)”** per promuovere l'export delle imprese potenziali e occasionali esportatrici promuovendo l'utilizzo del digitale a sostegno dell'export;
- il **Programma sull'attrazione degli investimenti diretti esteri**;
- **in coerenza con le priorità del PNRR, rafforzerà le azioni specifiche sui temi della digitalizzazione e della sostenibilità**;
- **in materia di ZES**, a seguito della realizzazione dello **Sportello unico digitale** dedicato, si darà seguito agli **ulteriori perfezionamenti dell'operatività, all'affiancamento e al supporto ai Commissari straordinari, alle amministrazioni locali e alle imprese**.
- il **Sistema camerale lavorerà alla diffusione presso le imprese delle opportunità offerte dal PNRR**, nell'accesso ai **fondi comunitari** e nella **partecipazione agli appalti pubblici europei** e alle **gare internazionali**.
- il **Sistema camerale** si impegnerà per favorire il **raccordo tra le politiche decise dalla Cabina di Regia per l'internazionalizzazione e i livelli territoriali**.

20  
23

# Le sinergie con gli attori nei territori



## CONFERENZA DELLE REGIONI

Le Regioni e le Province Autonome sono i **sogetti istituzionali portatori dei fabbisogni dei territori, che ne guidano i processi, ne rappresentano le vocazioni, le specificità, le potenzialità.**

Si conferma la piena disponibilità delle Regioni a collaborare affinché le relazioni con i soggetti istituzionali che governano la materia dell'internazionalizzazione tendano alla costruzione di **reti organizzative** finalizzate alla valorizzazione delle vocazioni e delle eccellenze locali, mediante la costruzione di alleanze tra territori. Inoltre, tenuto conto dei programmi UE 2021-2027 e degli interventi previsti in attuazione del PNRR, che vedono le Regioni quali principali interlocutori, si rende necessario un **rafforzamento della governance dell'internazionalizzazione** per una maggiore condivisione delle iniziative messe in campo a livello nazionale.

Le Regioni sottolineano la necessità di introdurre, a valle dell'approvazione del documento conclusivo della Cabina di Regia per l'Internazionalizzazione, **meccanismi di condivisione dei programmi** messi in atto da ICE-Agenzia nell'ambito del Piano *Made in Italy* ai fini di rendere maggiormente sinergiche le reciproche programmazioni nonché consentire la definizione di azioni comuni da co-finanziare.

In tal senso, andrebbe rafforzato il Partenariato ICE Agenzia-Regioni a sostegno della promozione delle MPMI anche attraverso la definizione di progetti interregionali condivisi a beneficio dei principali comparti produttivi nazionali (beni di lusso, casa/arredo, nautica, aerospazio), attivando il cofinanziamento addizionale regionale.

## LINEE STRATEGICHE E PRINCIPALI AZIONI PER IL 2023

Con riguardo all'orizzonte 2023, si auspica un potenziamento del coinvolgimento delle Regioni per:

- **Promozione e il sostegno a sistemi/filiere produttivi:** anche in relazione all'avvio della nuova programmazione comunitaria 21-27 si rende necessaria una più stretta correlazione tra l'internazionalizzazione e l'innovazione per le filiere produttive.
- **Missioni internazionali:** promuovere un approccio "bottom-up", affinché eventuali iniziative internazionali nate da sensibilità e peculiarità regionali (o interregionali) vengano condivise e sostenute istituzionalmente a livello nazionale.
- **Fiere internazionali:** si propone di prevedere, per la partecipazione alle fiere internazionali all'estero, momenti di condivisione con il sistema unitario delle Regioni per assicurare un coinvolgimento fattivo dei territori. In tal senso si potrebbero definire quote territoriali per agevolare una maggiore partecipazione delle imprese - sia in forma singola che in modalità collettiva - alle fiere internazionali all'estero.
- **Rafforzare la promozione congiunta** e integrata Stato/Regioni, anche valorizzando quanto già presente sul portale export.gov.it, sperimentando nuovi percorsi promozionali per filiere/produzioni a livello regionale, al fine di affacciarsi sui mercati internazionali con maggiore solidità ed efficacia.
- Proseguire gli sforzi intrapresi negli ultimi anni verso la **digitalizzazione e l'ammodernamento del sistema economico**, puntando sull'e-commerce e sulle nuove tecnologie, quali l'Intelligenza Artificiale.

20  
23

# Le sinergie con gli attori nei territori



## CONFERENZA DELLE REGIONI

Infine, al fine di facilitare il processo di investimento ed il sostegno agli investitori esteri, sarà opportuno perseguire le seguenti linee di azione:

20  
23

- Promuovere un modello dello **Sportello Unico**, con la finalità di accompagnare gli investitori nel loro percorso di insediamento nel nostro Paese, migliorando al contempo le procedure di investimento, le restrizioni all'investimento estero e introducendo misure di semplificazione (compresi visti e permessi di soggiorno per i lavoratori impatriati e pagamenti digitali per procedure connesse all'attivazione/ampliamento impresa).
- Investire nelle **Zone economiche speciali** / Zone Franche urbane / Zone Logistiche Semplificate (et similia), che rappresentano una grande opportunità per l'Italia per attrarre investimenti esteri.
- Definire l'offerta territoriale, attraverso una **mappatura degli asset** e delle specializzazioni dei territori maggiormente attrattivi e la costruzione di "corsie preferenziali" affinché i progetti strategici per l'Italia possano atterrare nei territori più idonei.
- Valorizzare maggiormente le opportunità offerte dall'ecosistema innovativo, all'interno di distretti, filiere e cluster nonché rafforzare le azioni di *aftercare* verso imprese già presenti in Italia.
- Promuovere un' incisiva azione di comunicazione dei fattori di attrattività delle filiere a livello nazionale.
- Investire su un maggiore grado di "regionalizzazione" delle catene di fornitura di settori produttivi strategici per il sistema Paese, con particolare riferimento ai processi di accorciamento delle *supply chain* ed al fenomeno del **nearshoring**.

\*\*\*

**Il presente documento costituisce linea di indirizzo ai fini della programmazione triennale delle risorse conferite ad AGENZIA ICE**