

Cabina di Regia per l'Italia internazionale

V riunione - Farnesina, 27 ottobre 2016

Conclusioni

IL CONTESTO

Il 2015 è stato caratterizzato da un **rallentamento della crescita economica globale**, più marcato nella seconda metà dell'anno e distribuito geograficamente in maniera disomogenea. Le complessità maggiori si sono registrate nei mercati emergenti tradizionali: il Brasile e la Russia si trovano a dover affrontare un periodo di recessione (dovuto anche a fattori politici) e la Cina cresce con il tasso più basso degli ultimi 25 anni. L'India, al contrario, ha continuato a crescere a tassi sostenuti per tutto il 2015 e incoraggianti segnali di vitalità arrivano da nuovi mercati in Asia (in particolare dall'area ASEAN) e Africa. I Paesi avanzati registrano una generale ripresa, in particolare gli Stati Uniti, mentre nella zona euro la ripresa rimane timida (Italia, Francia e Germania) con qualche eccezione (Spagna).

L'incertezza è accentuata dai **complessi scenari geopolitici**, dal deterioramento della sicurezza su scala globale a causa della minaccia terroristica e delle tensioni socio-politiche in diversi Paesi del mondo, dal drammatico intensificarsi dei flussi migratori provenienti dall'Africa e dal Medio Oriente dal ritorno dell'Iran sui mercati internazionali, dal referendum per l'uscita del Regno Unito dall'Unione Europea. Per le nostre imprese lo stallo nelle relazioni tra UE e Russia ha avuto forte impatto (l'export italiano in Russia, anche a causa di sanzioni e contromisure, è crollato del 31% nel triennio 2013-2015). Al contempo si registra la nuova variabile dell'avvio di una graduale normalizzazione dei rapporti bilaterali con l'India.

La prima metà del 2016 si è caratterizzato per un deterioramento generale delle previsioni di crescita del prodotto interno lordo mondiale, il cui tasso dovrebbe restare al di sotto di quello precedente alla grande crisi economico finanziaria del 2008. Il volume degli scambi si profila allo stesso livello dello scorso anno, ben al di sotto dell'incremento del 3% previsto inizialmente.

Il quadro macroeconomico italiano delinea una lenta ripresa della crescita, inferiore a quella stimata a inizio anno. Nel 2015, la ripresa della domanda interna si è trasformata in un aumento delle importazioni che non ha però intaccato il surplus della bilancia dei pagamenti che, nel 2015, ha rappresentato il 2,2% del PIL. Le esportazioni hanno, infatti, superato i 413 miliardi di euro e la quota dell'export italiano è rimasto costante nell'ultimo triennio (2,8% di quello mondiale). In particolare, i saldi commerciali sono migliorati con i Paesi produttori di materie prime e con i Paesi nordamericani, mentre sono peggiorati con i Paesi dell'Unione Europea e dell'Asia orientale. Nella prima parte del 2016, le esportazioni complessive sono rimaste sostanzialmente invariate (-0,1% tra gennaio e agosto del 2016 rispetto allo stesso periodo del 2015), spinte dall'aumento delle esportazioni verso l'UE, a fronte di un calo nei mercati extra-UE.

In uno scenario di generale contrazione della crescita globale e degli scambi internazionali, si registra che nel quinquennio 2010-2015 la crescita dell'export (+4,2%) ha costituito l'unica leva positiva del PIL Italiano. Nonostante la battuta di arresto delle esportazioni di beni nel 2016, il cui livello rimane invariato rispetto al +3,8% conseguito nel 2015, si prevede una dinamica positiva per il triennio 2017-2019 (+3,9%) e pertanto si ritiene necessario intensificare lo sforzo promozionale sui paesi e sui settori a maggior crescita.

BILANCIO ATTIVITÀ

Nei 20 mesi trascorsi dalla riunione della Cabina di Regia del 26 febbraio 2015 è stata avviata l'attuazione del **Piano per la promozione straordinaria del *made in Italy* e l'attrazione degli investimenti**, che ha previsto per il triennio 2015-2017 fondi aggiuntivi a quelli ordinari per 220 milioni di euro (130 milioni per il 2015, 50 milioni per il 2016, 40 milioni per il 2017), ai quali la legge finanziaria 2016 ha aggiunto altri 50 milioni di euro per il 2016.

Il Piano ha consentito di mettere in opera nel biennio 2015-2016 interventi per 357 mln di euro, i quali sono stati impiegati secondo le seguenti azioni strategiche: Fiere ed interventi all'estero (36,5%), Potenziamento fiere italiane e incoming (24,3%), Campagne di comunicazione e supporto del Made in Italy (20,0%), Formazione e consulenza alle PMI (14,1%), Digital Economy e Industria 4.0 (3,3%), Roadshow e attrazione investimenti (1,8%).

Sotto il profilo geografico, mentre gli interventi in Italia hanno assorbito il 37,6% dei fondi, all'estero sono stati ripartiti come segue: Nord America (28,9%), Asia (12,0%), Europa (9,4%), Interventi cross-county (8,1%), Altre geografie (4,0%).

A livello di comparti, il 33,1% dei fondi è stato dedicato ai Beni di consumo, seguiti dall'Agroalimentare (27,4%), dagli Interventi plurisetoriali (24,6%) e dai Beni strumentali (14,9%).

Sono inoltre state effettuate **missioni imprenditoriali a guida politica** in tutti i Paesi di focus (USA, Oman, Angola e Congo, Myanmar, Egitto, Giappone e Singapore, Canada, Cile e Colombia, Turkmenistan, Cuba, Romania, Algeria e Marocco, Perù, Cile e Colombia, Bulgaria, Brasile, Giappone, Iran, Argentina, Tunisia); è continuato il progetto innovativo del "Roadshow per l'Internazionalizzazione", giunto alla 40° tappa, con quasi 10.000 piccole e medie imprese che sono state informate sugli strumenti a sostegno dell'attività sui mercati esteri; sono state realizzate quattro tappe (in Turchia, Giappone, Stati Uniti, Regno Unito) del Roadshow per l'attrazione degli investimenti e altre tre (Emirati Arabi Uniti, Cina e Singapore) sono in corso di organizzazione, nel quadro del Piano di promozione straordinaria, mentre sono stati attivati sette Desk dell'Agenzia ICE per l'assistenza agli investitori esteri (Istanbul, Londra, New York, Singapore, Tokyo, Dubai e San Francisco).

Per quanto riguarda il funzionamento del sistema pubblico di sostegno all'internazionalizzazione, è **proseguita l'integrazione logistica e funzionale tra rete diplomatico-consolare e rete dell'Agenzia ICE**: da un lato, sono state aperte 8 nuove Unità operative (tra Uffici e punti di corrispondenza) di ICE, tutte all'interno delle sedi di Ambasciate e Consolari; dall'altro, non solo sono stati precisati gli ambiti di attività delle sezioni economico-commerciali di Ambasciate e Consolati, da un lato, e degli Uffici ICE, dall'altro, con l'obiettivo di massimizzare l'impatto delle rispettive azioni a sostegno delle imprese sui mercati esteri ed evitare sovrapposizioni, ma è stato anche rafforzato il coordinamento tra Ambasciate e Uffici ICE nella presentazione delle proposte di piano promozionale, in modo da inquadrare queste ultime in una visione complessiva degli interessi italiani nei Paesi di accreditamento.

A partire dal 2015, inoltre, è stata **avviata l'applicazione delle nuove disposizioni del Ministero dello Sviluppo Economico in materia di concessione di contributi alle Camere di Commercio Italiane all'Estero (CCIE)**, che prevedono una modulazione delle risorse pubbliche sulla base di una graduatoria di merito delle Camere (fondata sulla loro efficienza ed efficacia complessiva, tenendo anche conto delle valutazioni della rete diplomatica), in modo da premiare quelle più performanti nel sostenere le imprese italiane sui mercati esteri, grazie al loro radicamento nel contesto locale.

Infine, per la prima volta il MAECI ha commissionato un'**indagine su notorietà, utilizzo e valutazione della diplomazia economica**, che contiene informazioni utili anche per gli altri soggetti impegnati nel sostegno all'internazionalizzazione. La principale conclusione che si trae dall'indagine, effettuata da Doxa su un campione di oltre 2000 PMI, è che solo una piccola percentuale di aziende internazionalizzate (tra il 14 e il 16%) ha utilizzato i servizi di MAECI, ICE, Gruppo CDP. Emerge inoltre una non chiara consapevolezza dei diversi servizi forniti dalla Farnesina e dalla rete diplomatico-consolare rispetto a quelli della rete ICE e delle stesse società di consulenza. D'altra parte, le imprese che hanno fatto ricorso ai servizi del MAECI e della rete all'estero manifestano un grado di soddisfazione piuttosto elevato (dall'89 al 94%, secondo i parametri). Nel complesso, la rilevazione evidenzia quindi la **necessità di rafforzare le iniziative di informazione e comunicazione alle aziende sugli strumenti di sostegno all'internazionalizzazione**.

Da parte sua, il MISE ha avviato un'attività di mappatura degli strumenti di supporto all'internazionalizzazione a disposizione delle nostre imprese, che includono oltre agli interventi direttamente a carico della finanza pubblica, quali ad esempio il Piano straordinario per la promozione del Made in Italy e l'attrazione degli investimenti e i Fondi di supporto all'internazionalizzazione costituiti dal MISE presso SIMEST (quali: Fondo 295/73, Fondo 394/81, Fondo Venture Capital e Fondo Start Up), anche gli interventi sostenuti direttamente dalla garanzia sovrana (circa 10 mld di garanzie deliberate all'anno da SACE). A tali interventi si aggiungono quelli effettuati, con capitale proprio e senza supporto pubblico diretto o in garanzia, dai soggetti del Gruppo CDP, che con la Legge di Stabilità 2016 è stato riconosciuto come Istituto Nazionale di Promozione.

Nell'ambito del piano straordinario per il Made in Italy, il MiPAAF ha messo in atto, attraverso ICE, azioni specifiche volte a valorizzazione le produzioni di eccellenza agricole e agroalimentari e a tutela all'estero dei marchi e delle certificazioni di qualità e di origine. E' stata inoltre promossa la realizzazione di un segno distintivo unico, per le iniziative di promozione internazionale, a partire da Expo Milano 2015, delle produzioni agricole e agroalimentari che siano rappresentative della qualità e del patrimonio enogastronomico italiano. Tale segno, denominato "The extraordinary: Italian Taste", è stato creato per qualificare, oltre alla provenienza dei prodotti, il sistema dei controlli e delle garanzie che contraddistinguono il Made in Italy attraverso campagne informative, in modo da valorizzare e pubblicizzare nel mondo il contesto di cultura e di valori che rappresenta la forza delle filiere nazionali.

PROGRAMMAZIONE

1) Paesi prioritari

In considerazione del contesto geopolitico e delle dinamiche economiche, la Cabina di Regia ha identificato, oltre ai Paesi dell'area mediterranea, i seguenti mercati prioritari:

- Americhe: **USA, Canada, Messico, Cuba, Colombia, Argentina e Brasile;**
- Europa: **Russia, Turchia, Kazakhstan e Azerbaijan;**
- Golfo: **Iran, Arabia Saudita, Oman e Emirati Arabi Uniti;**
- Asia e Pacifico: **Cina, India, Pakistan, Australia, Giappone, Corea, Indonesia e Vietnam;**
- Africa: **Sud Africa, Nigeria, Camerun, Tanzania ed Etiopia.**

2) Attività

Nel 2017, nell'ipotesi che sia confermata uno stanziamento addizionale pari a 100 mln di euro, si prevede di mettere in opera interventi per 203 mln di euro, declinati secondo le seguenti direttive:

In termini di azioni strategiche:

- **Forte potenziamento** della **Digital Economy e Industria 4.0** e dei **Roadshow e attrazione investimenti**
- **Conferma della strategicità dell'azione di comunicazione e promozione del Made In Italy** (GDO e Italian Sounding) e delle iniziative di **formazione e consulenza rivolte alle PMI**

In termini geografici:

- **Maggiore focalizzazione sulle economie emergenti** ad elevato potenziale per il nostro export, con particolare riferimento alla Cina
- **Mantenimento degli investimenti negli Stati Uniti e in Unione Europea** (in particolare Germania)
- **Ri-focalizzazione sulla Russia** con particolare riferimento al supporto del settore beni strumentali

In termini settoriali:

- **Potenziamento del settore Beni Strumentali** con azioni a supporto della meccanica strumentale e della tecnologia industriale
- **Mantenimento degli investimenti nell'agroalimentare** a consolidamento delle azioni intraprese negli anni precedenti
- **Potenziamento dei servizi**, con un incremento dei fondi su attività di formazione e consulenza (voucher TEM, alti potenziali, e-commerce, etc.)

Nel 2017 si intende inoltre continuare a sviluppare un **approccio integrato alla promozione del "marchio Italia"**, che coniughi la componente commerciale con quella della cooperazione scientifica e tecnologica e della promozione culturale e turistica, in piena coerenza con quanto stabilito anche dal Piano Strategico del Turismo 2017/2022 elaborato dal MIBACT. Ciò sia nelle missioni di sistema (sulla scia del successo di quella in Argentina del maggio 2016), sia in relazione ai grandi appuntamenti internazionali in programma – in particolare Expo Astana 2017 ed Expo Dubai 2020 – sia nella realizzazione di grandi progetti "trasversali". Tra questi, la **Settimana della Cucina Italiana nel Mondo** (concepita in attuazione del Protocollo d'intesa firmato da MAECI, MIPAAF e MIUR il 15 marzo 2016 per la valorizzazione della cucina italiana di qualità), la cui prima edizione avrà luogo dal 21 al 27 novembre 2016, con oltre 1300 iniziative promozionali in più di cento Paesi che coinvolgeranno i maggiori attori pubblici e privati del settore enogastronomico e la **Giornata del design italiano nel Mondo**, la prima delle quali sarà il 2 marzo 2017 con cento eventi in cento città all'estero.

Per quanto riguarda le iniziative in Italia, si è convenuto di proseguire e approfondire l'attività di informazione e comunicazione a beneficio delle imprese, affiancando al Roadshow per le PMI iniziative mirate su specifici settori, territori e classi dimensionali delle aziende. In questo quadro si situa anche il progetto di un **ciclo di incontri sull'internazionalizzazione dei territori**, organizzati in collaborazione con le città metropolitane e coinvolgendo le Regioni interessate, con l'obiettivo di attuare un effettivo coordinamento tra le attività di rilievo internazionale dei Comuni e delle Città Metropolitane e l'azione estera del Sistema Paese al fine di garantirne la coerenza e rafforzarne l'efficacia, conformemente a quanto previsto dal Protocollo d'intesa tra la Presidenza del Consiglio-DARAS, il MAECI e l'ANCI, firmato il 1° luglio 2015.

Tra le altre iniziative si intende tenere in adeguato conto anche gli aspetti di sicurezza. Nuovi fattori di rischio hanno fatto da tempo il loro ingresso sullo scenario internazionale dando origine a molteplici minacce difficilmente prevedibili. Questo comporta la necessità di operare all'estero con un'accresciuta attenzione al contesto di sicurezza in generale e di tutela del personale espatriato in particolare. Appare opportuno sviluppare un dialogo tra il MAECI e il mondo imprenditoriale al fine arrivare alla firma di un protocollo sulla collaborazione in materia di sicurezza affinché la dislocazione delle imprese e dei loro dipendenti all'estero avvenga in una cornice di maggiore consapevolezza e responsabilità.

3) Prospettive per l'ulteriore rafforzamento del sistema di sostegno all'internazionalizzazione

Nonostante un bilancio ampiamente positivo dell'attività finora svolta, la Cabina di Regia ritiene che il sistema di sostegno all'internazionalizzazione possa essere reso ancora più efficiente, attraverso le seguenti azioni:

a) **rafforzamento del sostegno finanziario intorno al "Polo italiano dell'export e dell'internazionalizzazione" del Gruppo Cassa Depositi e Prestiti**, il cui Piano industriale 2016-2020 prevede di destinare 63 miliardi di euro alle imprese italiane che esportano e investono all'estero. Al riguardo, il Gruppo CDP ha rilevato come il raggiungimento di tali ambiziosi obiettivi è subordinato al rafforzamento del meccanismo di riassicurazione da parte dello Stato di parte dei rischi assunti da SACE, soprattutto con riferimento a settori e Paesi considerati prioritari in termini di impatto sull'economia italiana. Si prende quindi atto con soddisfazione della recente decisione di trasferire il controllo di SIMEST da CDP a SACE, con l'obiettivo di integrare maggiormente le due Società del Gruppo, mettendone a fattor comune i prodotti assicurativo-finanziari, i servizi e le competenze, in modo da offrire alle imprese italiane un sistema di sostegno integrato per soddisfare tutte le esigenze connesse all'export e all'internazionalizzazione: dall'assicurazione dei crediti, alla protezione degli investimenti esteri, dalle garanzie finanziarie per accedere ai finanziamenti bancari ai servizi di factoring, dalle cauzioni per vincere gare d'appalto alla protezione dai rischi della costruzione, dalla partecipazione al capitale delle imprese ai finanziamenti a tasso agevolato e all'export credit;

b) **rafforzamento degli strumenti per favorire la crescita dimensionale e la competitività internazionale delle imprese**, attraverso incentivi sulla produttività, sugli investimenti, sul capitale di debito e sul capitale di rischio, come previsto dal "Pacchetto Competitività nel quadro della strategia "Finanza per la Crescita", operato con la legge di bilancio 2017, cui si accompagna la necessità di aumentare la capitalizzazione e l'adozione di modelli di governance più avanzati;

c) **intensificazione dell'attività di attrazione degli investimenti dall'estero, anche attraverso uno stretto raccordo tra le competenze tecniche dei neostituiti desk ICE e le funzioni istituzionali della rete diplomatica**, che costituisce il punto di riferimento degli investitori istituzionali e dei grandi investitori privati interessati all'Italia. In particolare, sarà estremamente utile che le Ambasciate e gli Uffici ICE condividano la programmazione annuale del lavoro dei desk, nonché la rendicontazione periodica delle attività svolte e i risultati raggiunti. In questa direzione si evidenzia come il Gruppo CDP stia potenziando la propria rete internazionale nei Paesi prioritari per la Cabina di Regia;

d) **rafforzamento della concertazione con le Regioni**, sia nell'ambito della Cabina di Regia per l'Italia internazionale che nel Comitato interministeriale di coordinamento per l'attrazione degli investimenti esteri, con particolare riferimento ai settori della promozione commerciale, dell'attrazione degli investimenti e della promozione dei territori in generale, attraverso lo sviluppo di strategie di gestione condivisa dei programmi che consentano l'ottimizzazione delle risorse disponibili a livello regionale anche

per il 2017 (che annualmente sono quantificabili in circa 100 milioni di euro destinati a settori e paesi coerenti con le linee strategiche della Cabina di Regia). In collegamento con le linee di azioni definite nel Piano straordinario per la promozione del Made in Italy e l'attrazione degli investimenti, occorre pertanto:

- promuovere la specializzazione produttiva dei territori, anche mediante lo sviluppo sinergico della programmazione interregionale in materia di politiche industriali e di Internazionalizzazione, nella logica della "filiera integrata" e in stretto raccordo con le strategie nazionali al riguardo. In tal senso si ricordano le positive esperienze nel settore dell'Aerospazio e di Fabbrica 4.0;
- definire sull'attrazione degli investimenti, oltre all'implementazione degli accordi con le singole Regioni, e delle positive esperienze di partecipazione comune ad eventi fieristici strategici a livello internazionale, un modello di *governance* utilizzabile a beneficio di tutto il territorio nazionale, dedicando interventi specifici per rendere le strutture amministrative delle Regioni più efficienti e integrate con la rete nazionale ed estera costituita per l'attrazione degli Investimenti;
- organizzare la partecipazione del "sistema delle Regioni" a grandi eventi internazionali a forte valenza nazionale, consolidando il modello unitario della Conferenza delle Regioni per la partecipazione alle future EXPO internazionali;

e) coinvolgimento delle imprese potenzialmente esportatrici e consolidamento di quelle già operanti all'estero attraverso iniziative realizzate - in base a quanto previsto dallo schema di decreto legislativo di riforma - dalle **Camere di Commercio** sul versante domestico, finalizzate all'informazione, formazione, supporto organizzativo, assistenza alle PMI e, attraverso la collaborazione con Agenzia ICE e Gruppo CDP, alla diffusione e al follow-up delle attività realizzate da queste ultime;

f) effettuazione di una **valutazione d'impatto** del Roadshow per l'internazionalizzazione e delle missioni di sistema svolte nel 2014 e del 2015 in termini di generazione di business, attraverso una rilevazione effettuata con le stesse imprese che vi hanno preso parte, al fine di verificare la rispondenza di tali strumenti alle esigenze degli operatori e di apportarvi eventuali adattamenti;

g) **avvio di forme di cooperazione strutturata con i professionisti** (attraverso i rispettivi ordini), al fine di valorizzarne l'apporto quale canale di comunicazione tra istituzioni e imprese, sulla base dell'esperienza effettuata con la partecipazione di MAECI, MISE, ICE, SACE, SIMEST e Assocamerestero al Roadshow dei commercialisti;

h) **generazione** di un sistema di business intelligence dedicato all'offerta italiana, attraverso l'Osservatorio Nazionale del Turismo, con l'obiettivo di effettuare una pianificazione delle azioni di promozione pubblica e privata nel settore turistico.