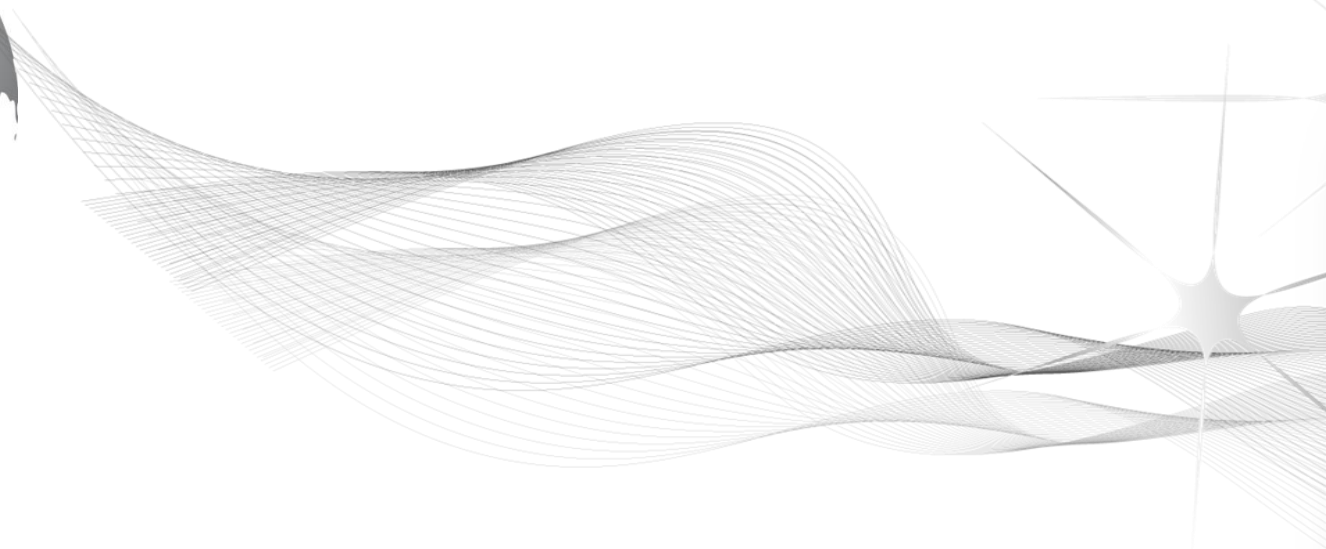




PIANO EXPORT NAZIONALE



**OBIETTIVO 2015:
oltre 600 miliardi di euro**

ITALIA 

Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Executive Summary

Il 2012 conferma che **l'export è la principale leva di sviluppo** in questa fase di difficoltà dell'economia italiana ed europea, con l'Italia che è riuscita a difendere le sue quote di mercato in un contesto globale caratterizzato da forte rallentamento di alcune grandi economie emergenti e da limitato sforzo promozionale del sistema Italia

Nel **2012** l'Italia chiuderà l'anno con un **surplus di circa 8-10 Mld Euro** della bilancia commerciale aggregata (compresa bolletta petrolifera, malgrado l'elevato costo del petrolio), per la **prima volta dal 2002**, grazie un aumento pari a **~5%** del valore delle esportazioni e una contrazione delle importazioni

Negli ultimi 12 mesi è stata avviata una profonda revisione del sistema di supporto all'internazionalizzazione, basato sulla **Cabina di Regia** e un nuovo modello operativo articolato su:

- **Forte coordinamento** di tutte le componenti della **rete estera**
- Nuovo processo di **pianificazione condivisa delle attività promozionali** tra agenzia ICE, Camere di Commercio e altri enti coinvolti
- Creazione di un **polo di finanza per l'internazionalizzazione** all'interno della **Cassa Depositi e Prestiti**

Completando il riassetto in corso e mobilitando il sistema in maniera opportuna, l'Italia può generare nei prossimi 3 anni **150 Mld di € di export aggiuntivo** raggiungendo quota **620Mld di € entro la fine del 2015** tra beni e servizi.

Per ottenere questo risultato sarà necessario lanciare rapidamente una serie di azioni, tra cui:

- **Potenziamento delle risorse** per il piano promozionale nazionale
- Rapida **apertura dei nuovi uffici ICE** nelle geografie ad **alto potenziale**
- Superamento di alcune **barriere non tariffarie** nel settore food
- Attivazione di ulteriori strumenti di **aggregazione dell'export** e **incentivi fiscali verso investimenti in promozione** all'estero
- Attivazione con il sistema camerale di una **rete di sportelli informativi a supporto dell'export**

Contenuti del documento



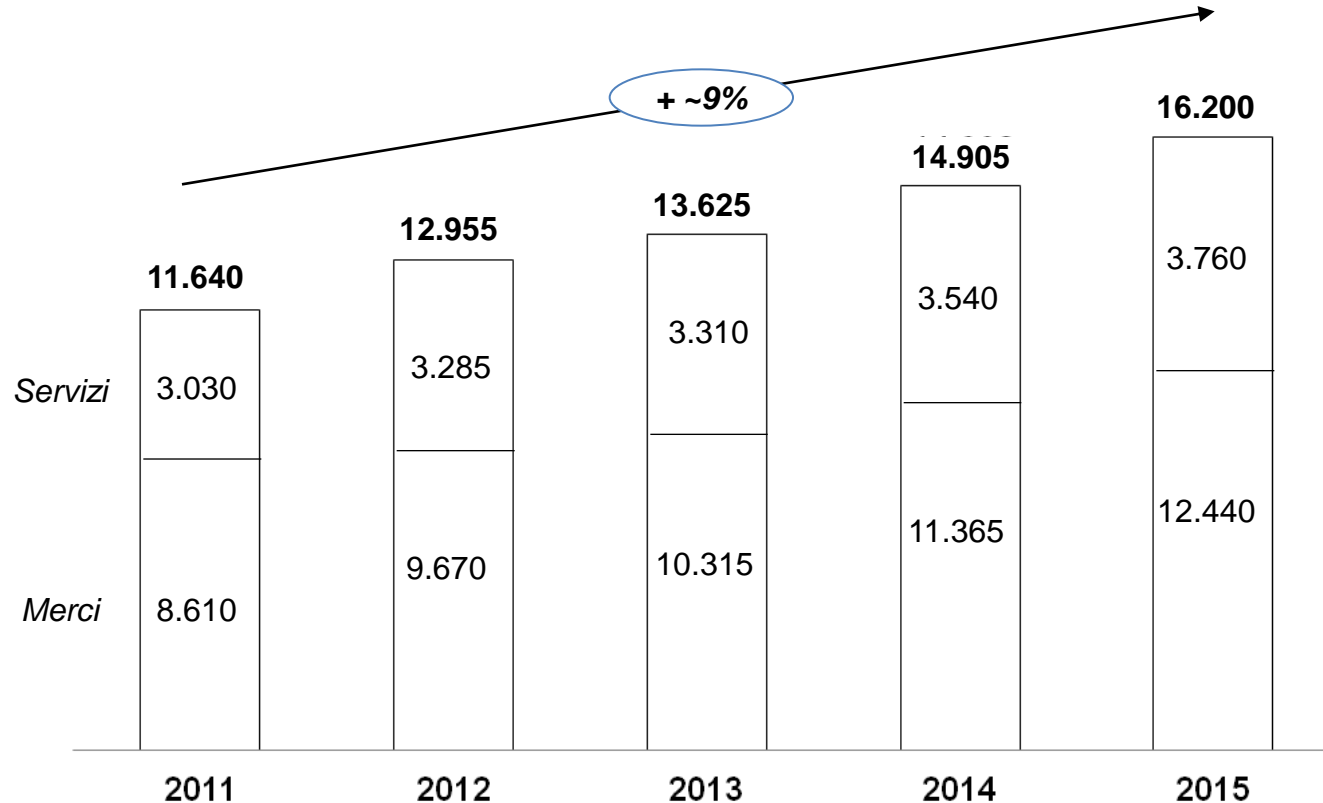
- Contesto di riferimento: Evoluzione dell'Export globale e italiano

- Piano 2013-15

L'export mondiale è previsto in crescita nei prossimi anni...

Export mondiale: evoluzione 2011-2015

Mld di Euro; Export di merci (manufatti) e servizi

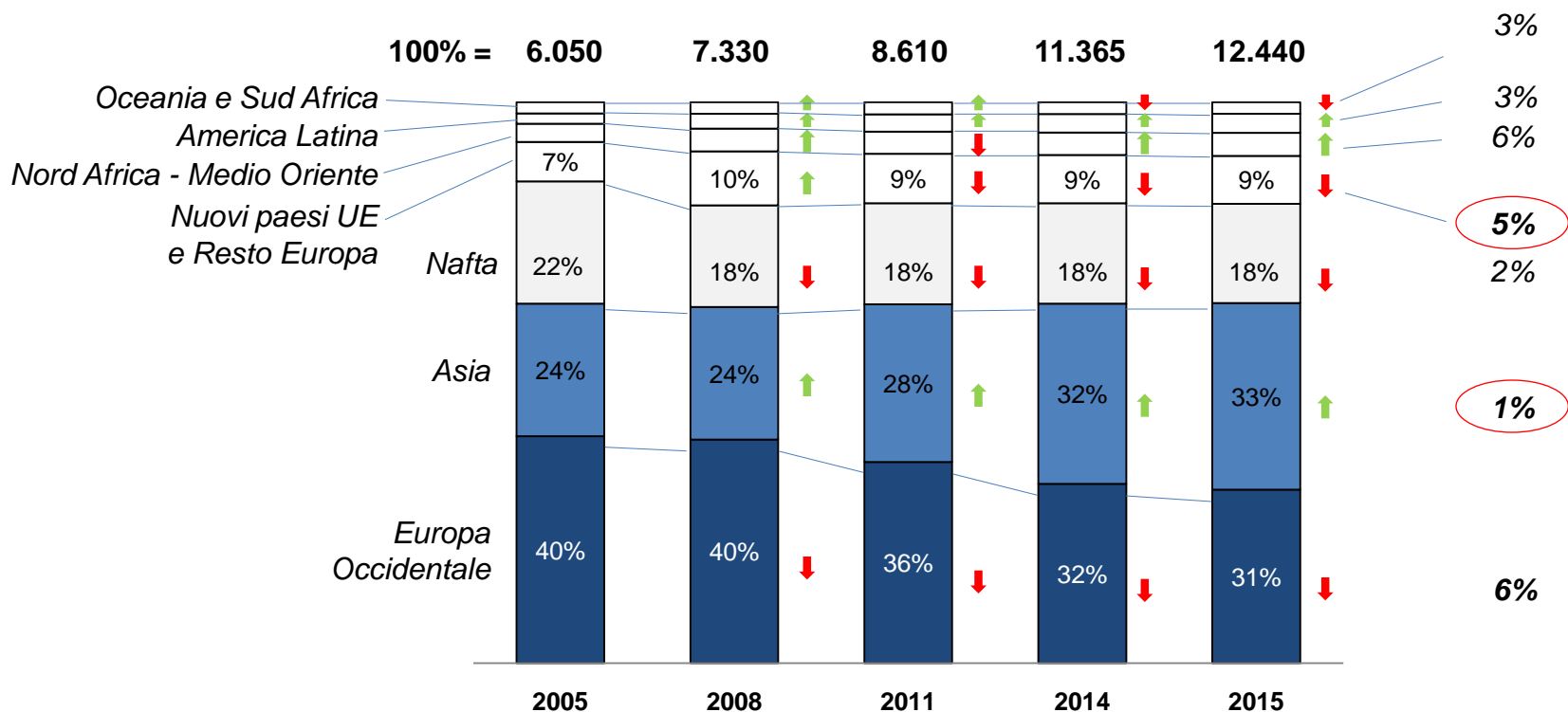


... ma sempre più verso mercati dove la quota di mercato italiana è meno forte

Import mondiale merci: distribuzione assorbimento per Area Geografica

Base 100; Importazioni di merci ↑↓ Peso % vs. anno precedente

QdM Italia per Area Geografica (2011)



Nota: Le quote di mercato sono calcolate considerando il "mondo" costituito dai 64 paesi della banca dati FIPICE
 Fonte: elaborazioni ICE su dati FIPICE

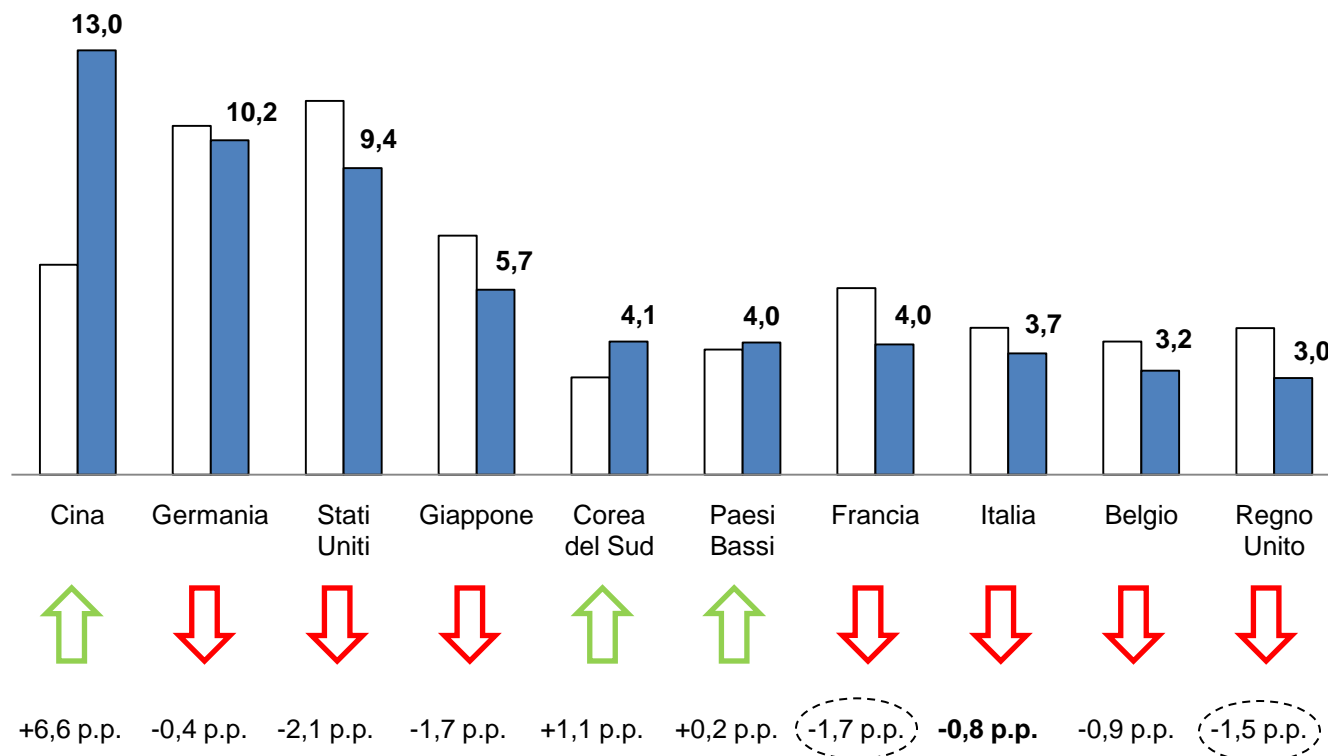
I tradizionali paesi esportatori hanno ceduto QdM ai paesi emergenti: l'Italia, seppur in calo, "tiene" rispetto ai principali concorrenti

Evoluzione quote di mercato sulle esportazioni mondiali di Manufatti

Percento; Esportazioni di merci

□ 2002 ■ 2011

↑↓ Variazione 2011 vs. 2002



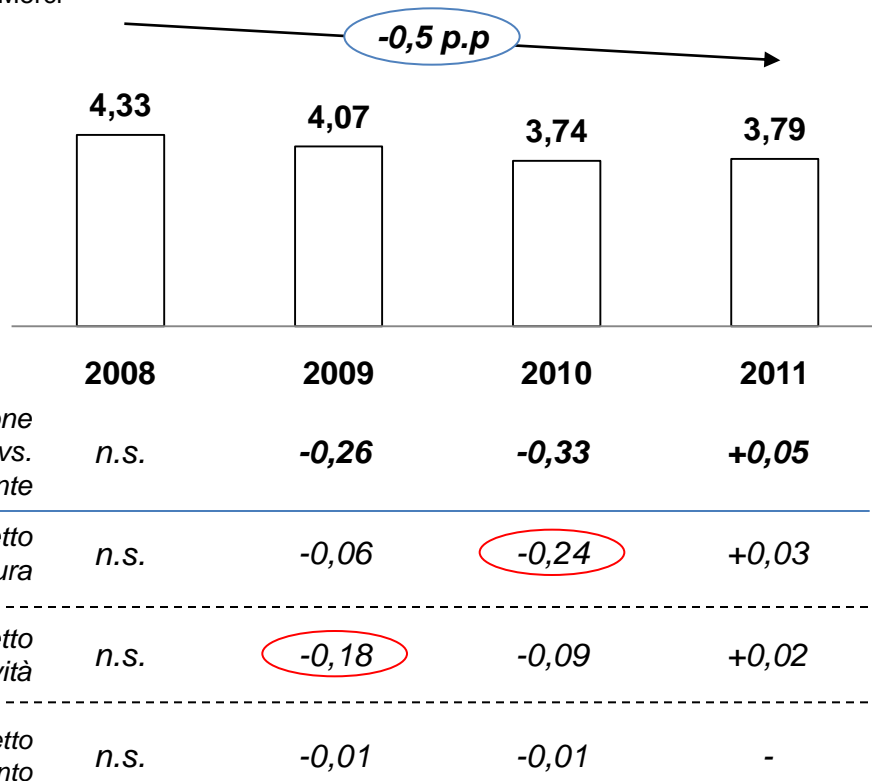
• Tra le **principali difficoltà** che hanno caratterizzato l'andamento della **QdM** dell'export italiano si segnalano:

- **Limitata dimensione media delle aziende**
- **Alto costo del credito**
- **Limitato accesso al credito Export**
- **Limitata attività di promozione rispetto ai peers**

La passata contrazione della quota di mercato dell'Export italiano è imputabile a 2 fattori: competitività del ns sistema produttivo e specializzazione geografica e settoriale

Andamento della Quota di Mercato dell'Export Italia

2008-11, Percento; Mercì



- L'effetto **competitività** misura l'insieme dei fattori, sia in termini di **costo** che di **qualità**, che determinano il **successo di mercato** rispetto ai concorrenti
- L'effetto "**struttura**" misura la **coerenza tra modello di specializzazione geografica e settoriale dell'Italia** rispetto ai trend della **domanda mondiale**
- L'effetto **adattamento** misura la **flessibilità** rispetto ai cambiamenti nella composizione della domanda mondiale

Diversi sono i fattori che spingeranno comunque l'Export del Made in Italy

Fattori abilitanti

- 1 **Emerione** di una **classe media** con propensione al consumo di beni pregiati e branded
- 2 Rapida affermazione di **nuove geografie** verso cui esportare (Indonesia, Nigeria, Angola, Messico, Pakistan, Egitto...)
- 3 Crescente **diffusione di accordi di libero scambio** promossi dal Wto (avvio negoziazione Ue- Giappone, Ue Canada, Unione europea, ...)
- 4 Crescente **domanda globale** di prodotto **food di qualità**
- 5 Maggiore **globalizzazione** della **catena del valore import-export**
- 6 **Diffusione** della "**curva di esperienza**" con un sempre maggior numero di **aziende che "imparano" a internazionalizzarsi** e a esportare sempre di più
- 7 **Crescente numero** di **paesi** che stanno sviluppando l'industria manifatturiera e **acquisiscono meccanica Made in Italy**
- 8 **Fortissima connotazione positiva** a livello globale del **Made in Italy**



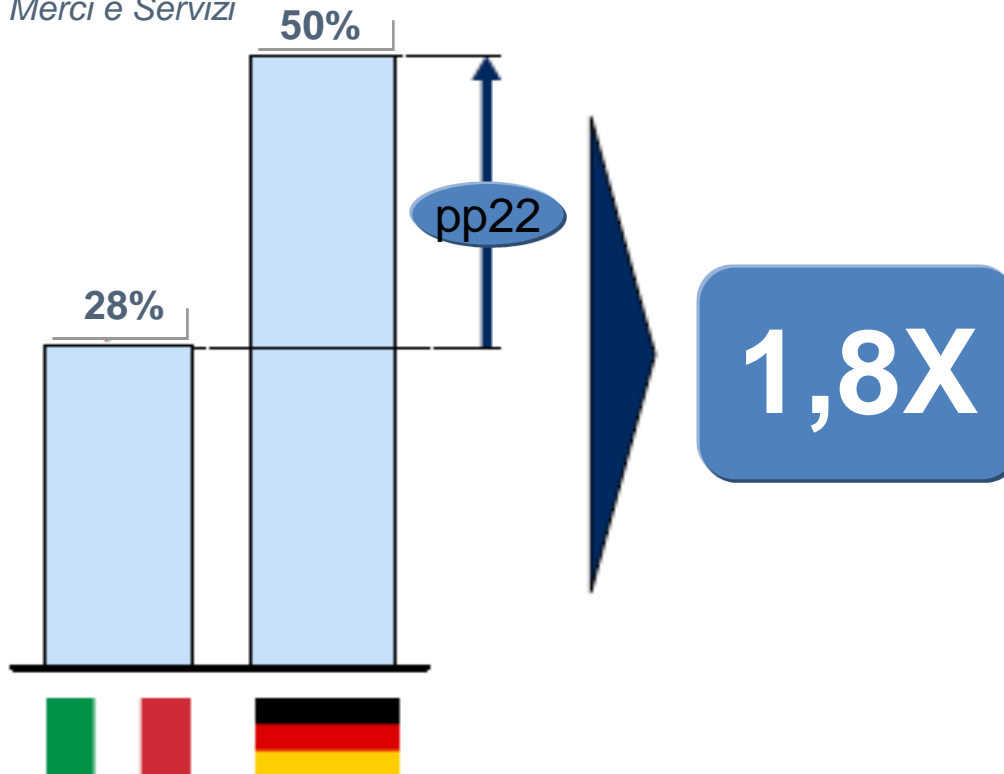
Molti fattori tendono in maniera naturale a promuovere la diffusione nel mondo del nostro export"

Una economia come la Germania ha una incidenza dell'Export superiore di circa il doppio rispetto al nostro Paese: l'Italia può quindi porsi obiettivi ambiziosi di aumento dell'Export...

Anno 2011

Incidenza Export/PIL

Merci e Servizi



• In termini comparativi, **una riduzione del gap** rispetto all'incidenza **Export/PIL della Germania è possibile** grazie alla comparabilità:

- **Contesto normativo / regolatorio europeo**
- **Stessa moneta**
- **Forte base manifatturiera improntata all'Export**

Fonte: Eurostat

Contenuti del documento



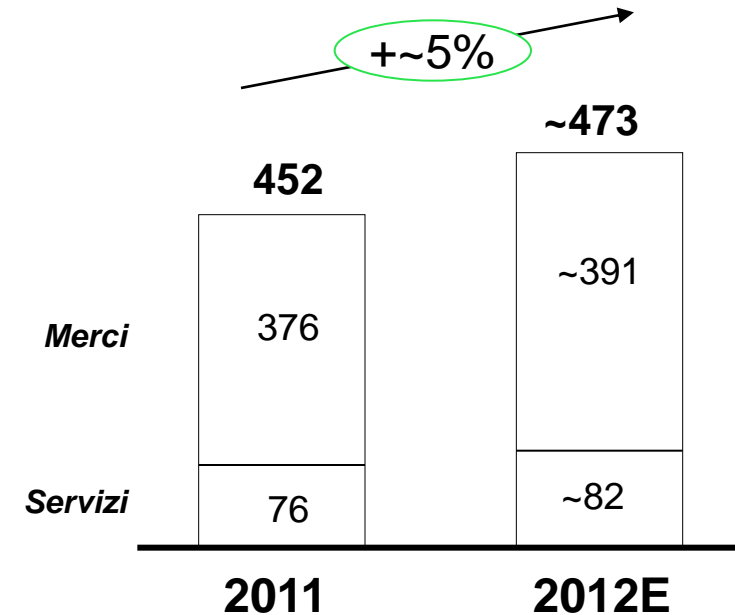
- Contesto di riferimento: evoluzione Quote di Mercato

- Il Piano 2013-15

Il 2012, nonostante le difficoltà di congiuntura e del Sistema Italia, ha visto un importante risultato in termini di Export

Evoluzione valore dell'export nazionale

Mld €, CAGR



Saldo commerciale

<i>Mercati</i>	-25,4	+ ~9
<i>Servizi</i>	-7	- ~0,5
Totale	-32,4	+ ~8-10

- **Nonostante** un alto costo del denaro, il limitato accesso al credito export, il forte rallentamento di alcune geografie e la limitata attività di promozione, **l'Italia nel 2012** ha avuto il **primo Surplus di circa 8-10 Mld Euro** della **Bilancia Commerciale complessiva** (incluso energia) **in 10 anni**
- Questo surplus 2012, è stato ottenuto in anni di alto prezzo di Gas e Petrolio (nel 2002 petrolio era a 25 US \$ al barile) grazie ad un **avanzo record del Manifatturiero** (~ 80 Mld Euro) e ad una riduzione generalizzata dell'Import

L'Italia può accelerare lo sviluppo dell'Export e investire la dinamica delle QdM se consolida le azioni avviate negli ultimi 12 mesi...

Interventi avviati

Descrizione

- 1 Focalizzazione degli obiettivi di sistema**
 - Condivisione degli obiettivi di **sviluppo** per **Aree Geografiche** e per **Macro-Settore di riferimento**, tra tutti gli attori pubblici e privati coinvolti nel processo di internazionalizzazione
- 2 Razionalizzazione e rifocalizzazione Rete estera**
 - **Riorganizzazione** della Rete coordinando fortemente tutti i “pezzi” del sistema estero, (rete Diplomatica, Uffici ICE, Camere di Commercio all'Estero, Uffici Enit, Sace e Simest **tenendo conto** della:
 - ... **dimensione dei mercati e potenziali** di crescita del PIL, **caratterizzazione merceologica del nostro export**, **ragioni** di carattere **storico e politico**
 - ... valenza delle azioni promozionali da realizzare nei diversi Paesi, secondo le **indicazioni geografiche indicate dalla Cabina di Regia**
- 3 Coordinamento e nuovo approccio attività promozionale**
 - Sviluppo (per la prima volta) di un processo di **programmazione condivisa e sistematica**, attraverso una:
 - **classificazione comune** ed **univoca** di **Settori** e **Tipologie di iniziative** in modo da facilitarne il confronto ed una più spedita dialettica
 - **condivisione di programmi** promozionali della **Agenzia Ice- Sistema Camerale**. Questo coordinamento coinvolge anche **Confindustria, Rete Imprese Italia**, etc. A breve anche le **Regioni** completeranno il processo di integrazione
 - Innovazione dell'intervento promozionale mediante **azioni e progetti tematici**, con attenzione alle aree geografiche target, alle **filiere e ai settori innovativi**
 - **Focus sulla diffusione delle informazioni e predisposizione di punti di contatto diretto** presso le Camere di Commercio (sportelli territoriali)

L'Italia può accelerare lo sviluppo dell'Export e investire la dinamica delle QdM se consolida le azioni avviate negli ultimi 12 mesi...

Intervento	Descrizione
4 Supporto finanziario all'internazionalizzazione	<ul style="list-style-type: none">• Creazione di un polo della finanza per l'Internazionalizzazione CDP-SACE-SIMEST che disporrà di strumenti complementari per “taglia” e settori• Definizione delle linee guida per la creazione di una vera “Export Bank” italiana che garantisca (a costi competitivi) disponibilità di risorse, servizi finanziari e assicurazione commerciale per le aziende che esportano e/o effettuano investimenti all'estero. La Export Bank sarà focalizzata, tra l'altro, sul favorire la partecipazione delle aziende italiane ai grandi progetti infrastrutturali internazionali• Sviluppo della sezione “Fondi di Garanzia” creato da MiSE/ ICE/ Camere di Commercio
5 Maggiore focus sulla GD Organizzata e digitale	<ul style="list-style-type: none">• Rafforzamento delle azioni dirette sulla Grande Distribuzione Organizzata e incremento degli interventi formativi e supporto all'accesso a piattaforme informatiche per E-Commerce
6 Allargamento del portafoglio di aziende e geografie esportatrici	<ul style="list-style-type: none">• Avvio di un programma dedicato a potenziare la capacità di esportazione delle Regioni Meridionali – Progetto Export Sud• Maggiore presidio di settori strategici ancora sotto-rappresentati nel campo della promozione all'estero come High Tech, Start-up innovative, Green Energy, Difesa ed il settore dei Servizi (tradizionalmente poco supportato come promozione)
7 Valorizzazione sinergia export e attrazione investimenti	<ul style="list-style-type: none">• Focus della Rete Estera sulla promozione delle opportunità di investimento in Italia per attivare circoli virtuosi di creazioni di valore. Il Capitale Estero infatti facilita l'accesso ai mercati internazionali e genera:<ul style="list-style-type: none">- ulteriori opportunità di investimento (es. per penetrazione commerciale internazionale, R&D etc)- possibile cross-fertilization di know-how

Partendo da circa 470 Mld di Beni e Servizi Esportati nel 2012, l'Italia può generare oltre 145 Mld di Export aggiuntivo nel triennio 2013-2015 raggiungendo quota 620 Mld entro fine 2015

Evoluzione valore dell'export nazionale

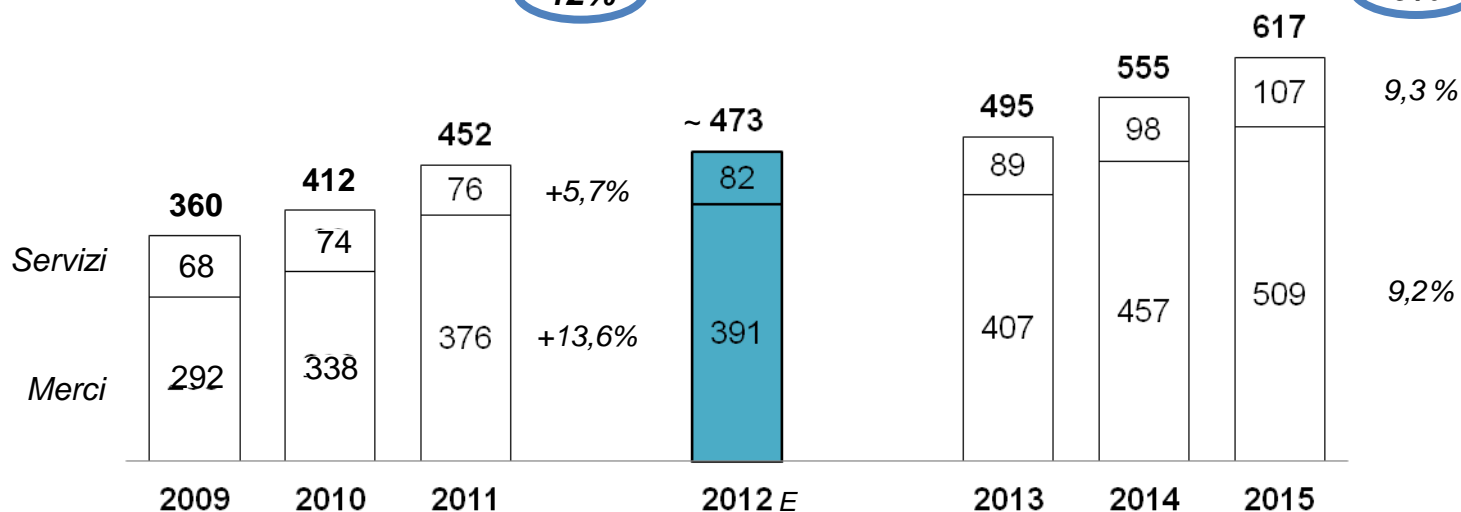
Mld €; Valori medi dei due scenari realizzati (base e ottimistico)

CAGR '09-'11

12%

CAGR '12-'15

9%



Quota di Mercato
export nazionale
di merci e servizi (%)

2009	2010	2011	2012 E	2013	2014	2015
3,1%	2,9%	3,7%	3,5%	3,6%	3,7%	3,8%

Rilevanza dell'export
nazionale (% sul PIL)

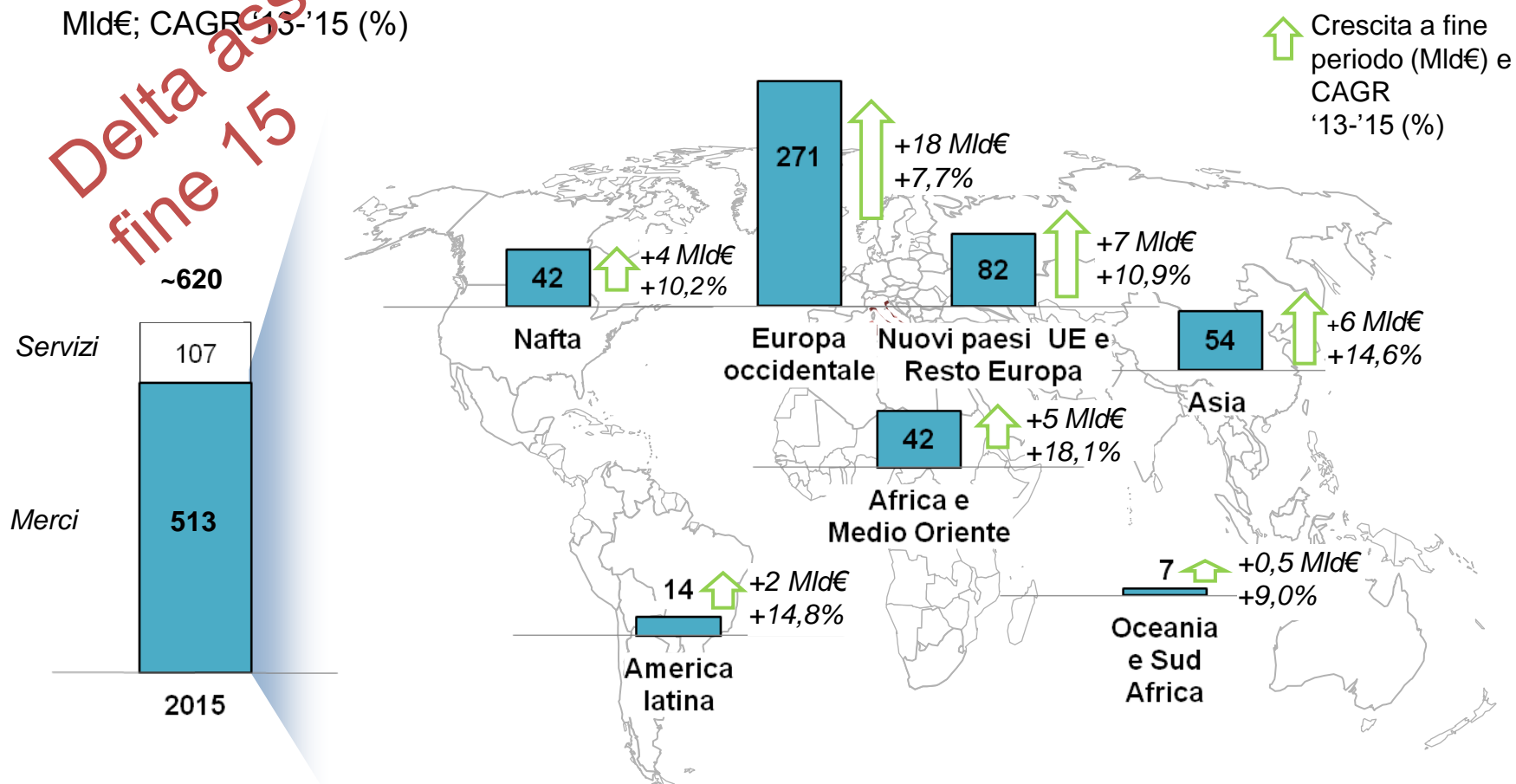
2009	2010	2011	2012 E	2013	2014	2015
25%	27%	28%	29%	31%	32%	32%

- Valori dei servizi solo in parte legati al commercio transfrontaliero poiché:
 - riguardano in prevalenza le filiali multinazionali
 - è influenzato da barriere protezionistiche

L'Italia può generare crescite importanti in tutte le principali aree geografiche...

Distribuzione per Aree Geografiche e crescita media annua

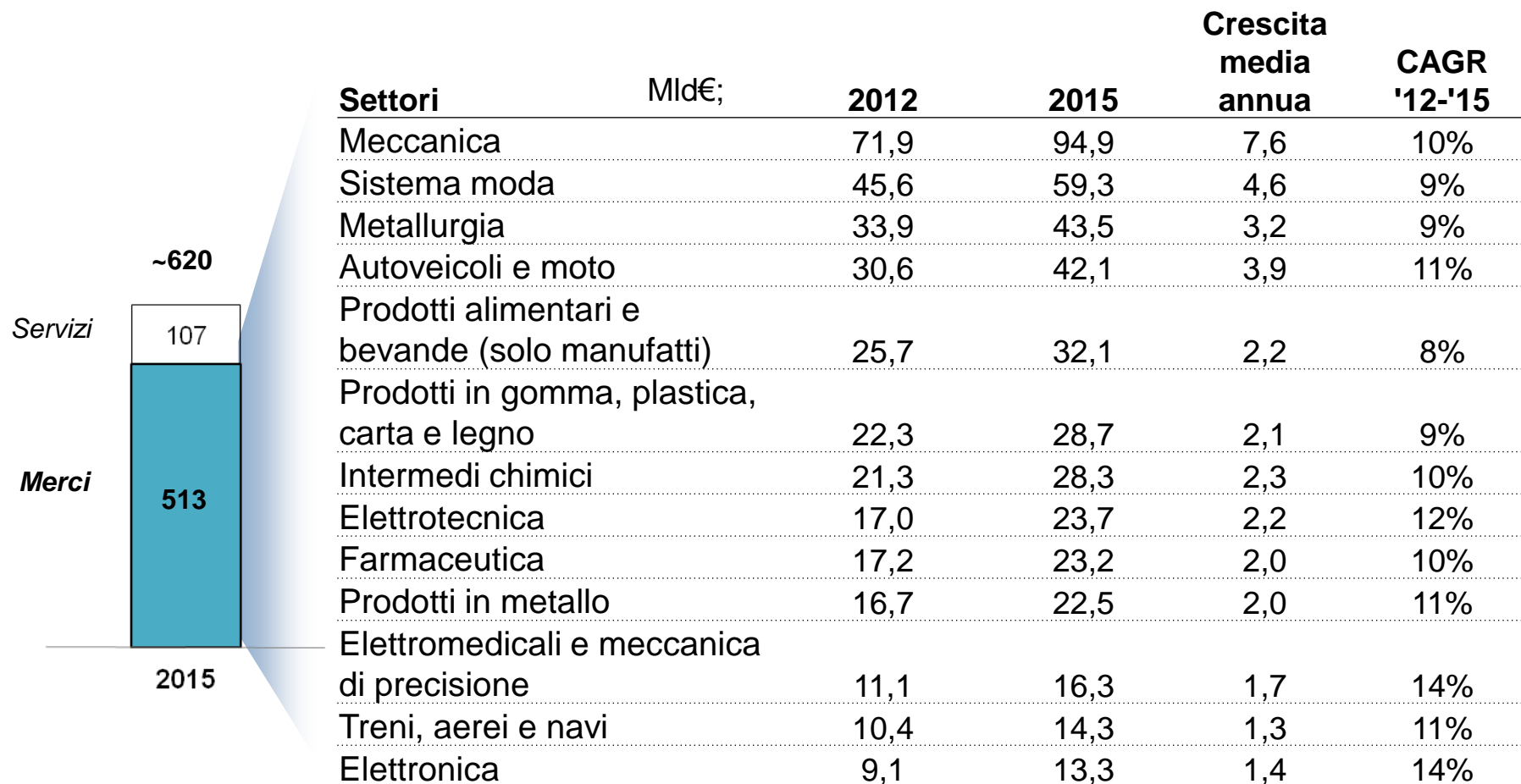
Mld€; CAGR '13-'15 (%)



... e nei principali Settori (Merchi)

Distribuzione per settore e crescita media annua

Mld€; CAGR '12-'15 (%)



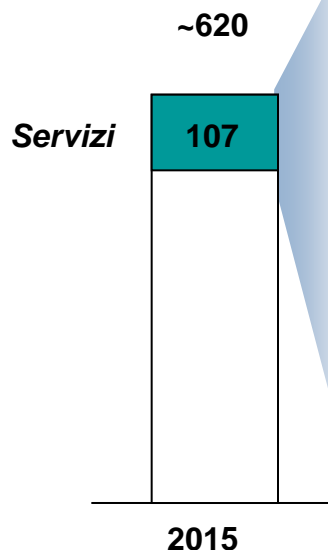
Fonte: elaborazioni dati ICE

... e nei principali Settori (Servizi)

Distribuzione per settore e crescita media annua

Mld€; CAGR '12-'15 (%)

	2012	2013	2014	2015	Crescita media annua	CAGR '12-15
Servizi commerciali	82,0	88,6	97,8	107,1	8,4	9,3%
Mld€						
Viaggi*	33,1	35,5	38,9	42,3	3,1	8,5%
Trasporti**	13,0	14,1	15,6	17,2	1,4	9,8%
Altri servizi comm.	35,7	38,8	43,1	47,4	3,9	9,9%
. <i>Altri servizi alle imprese</i>	21,5	23,3	25,8	28,3	2,3	9,5%
. <i>Comunicazioni</i>	5,2	5,6	6,1	6,7	0,5	8,9%
. <i>Royalties e licenze</i>	2,6	2,9	3,3	3,7	0,4	12,9%
. <i>Assicurazioni</i>	2,2	2,5	2,8	3,2	0,3	12,8%
. <i>Servizi informatici</i>	1,5	1,6	1,9	2,1	0,2	11,6%
. <i>Servizi finanziari</i>	2,3	2,5	2,7	2,9	0,2	7,6%
. <i>Costruzioni</i>	0,2	0,2	0,2	0,3	0,0	19,0%
. <i>Servizi personali</i>	0,2	0,3	0,3	0,3	0,0	11,1%

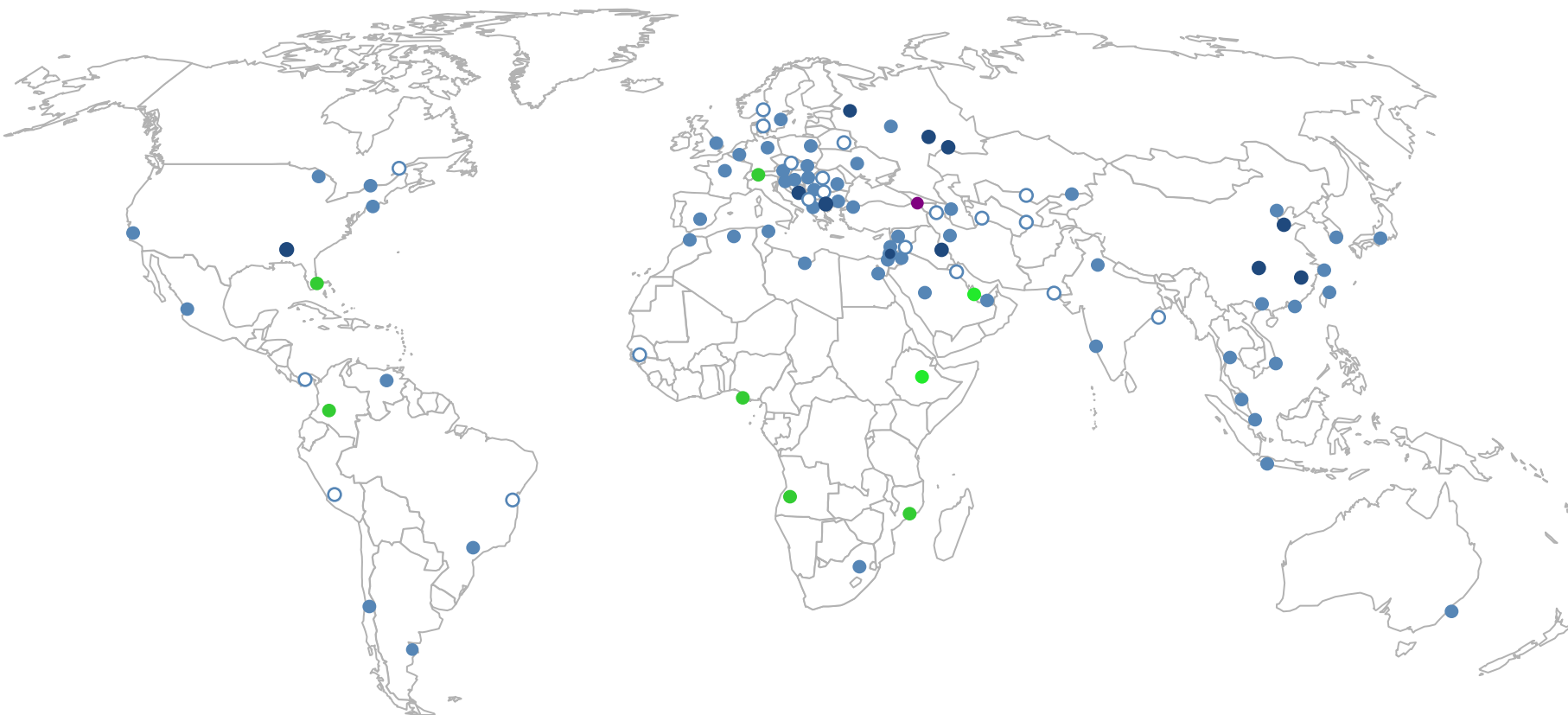
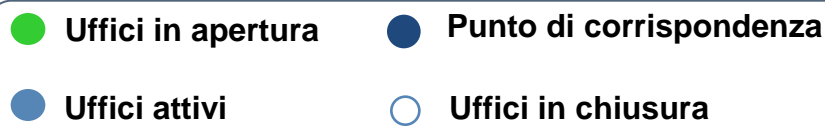


Fonte: elaborazioni dati ICE

* Per Viaggi si intende il Turismo, il fatturato degli acquisti dei turisti in Italia (Analisi Banca d'Italia)

** Per Trasporti si intende Fatturato entrante da trasporto merci (Es: Fatturato a azienda straniera da parte di carrier italiano)

L'attività volta a raggiungere tali obiettivi sarà supportata da uffici dell'Agenzia Ice potenziati ed integrati con le altre presenze del Sistema Paese



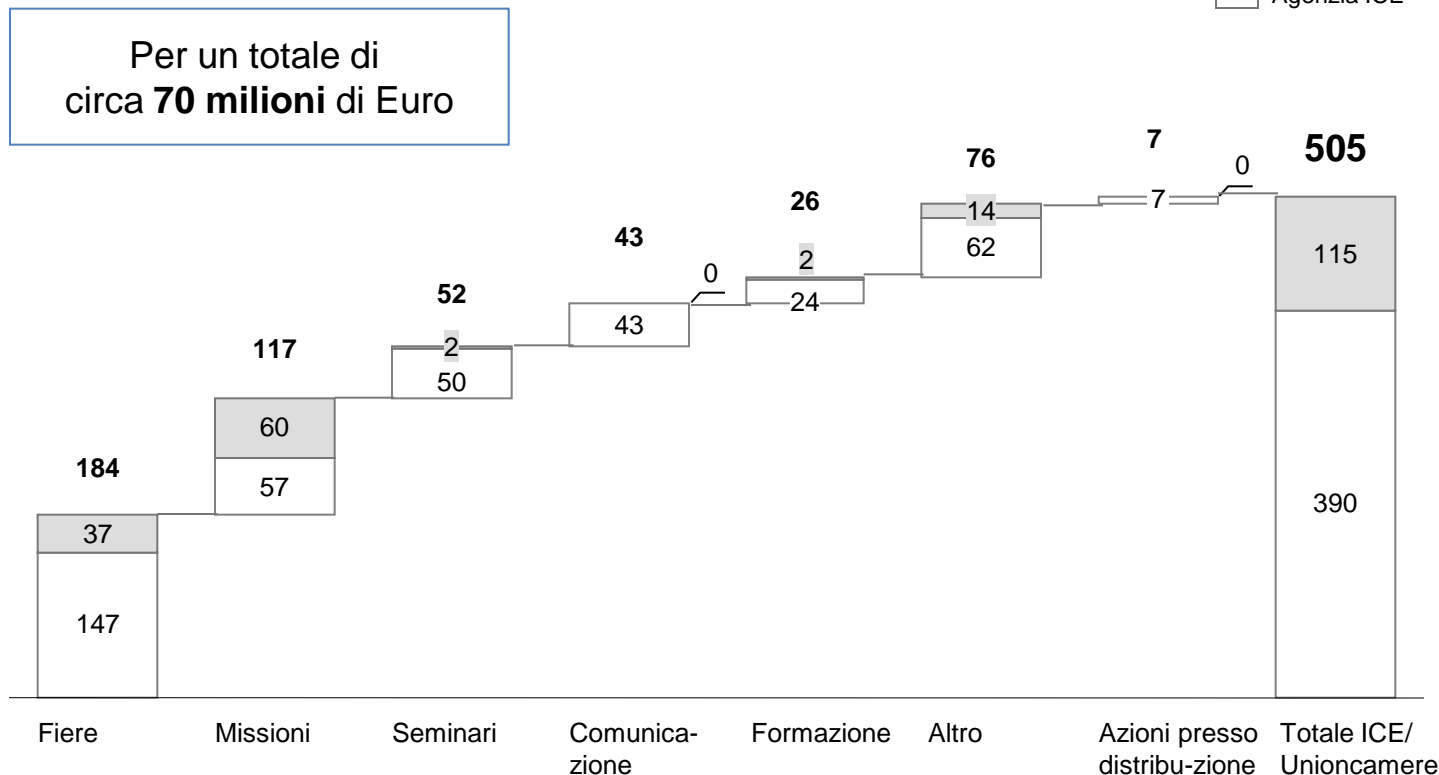
- **8** Uffici di nuova apertura
- **15-20** Strutture in chiusura grazie a razionalizzazioni con altre parti del Sistema

Le attività promozionali sono ripartite in queste settimane e sono previsti più di 500 progetti in coordinamento tra gli attori coinvolti

Prime evidenze coordinamento ICE/UC: Totale Iniziative identificate IIH 2012- fine 2013

Dati pubblicati per la **Cabina di Regia** del 22 ottobre 2012

Unioncamere
Agenzia ICE



Per realizzare il piano identificato saranno necessarie anche altre azioni puntuali di sviluppo dell'Export

Esempi di azioni puntuali	Descrizione
Aumento delle risorse per la Promozione	- Aumento delle risorse finanziarie dell'Agenzia Ice per la Promozione Nazionale da ~30 milioni di euro del 2012 a ~ 60 mln di euro nel 2013 (la media 2008-10 era di ~80 milioni di euro (compreso il contributo privato a carico delle imprese, nel 2010 era pari a 122 milioni di euro)
Sgravi fiscali per imprese	- Incremento soglia deducibilità fiscale delle spese di rappresentanza all'estero e per iniziative di " <i>incoming</i> " (invito a <i>buyers, giornalisti etc</i>) e ammortamenti accelerati per costituzione di stabili organizzazioni all'estero. Varo di un Testo Unico per le normative in materia di internazionalizzazione (esigenza di semplificazione manifestata dalle imprese).
Potenziamento dell' E-Commerce	- Avvio di misure di diffusione dell'E-Commerce come ad esempio la piattaforma in fase di sviluppo " Vetrine Virtuali " dell' Agenzia Ice (cataloghi elettronici in cui è possibile promuovere la propria offerta produttiva ed entrare in contatto con potenziali partner) e Programma Google-Unioncamere
Superamento limitazioni barriere non tariffarie	- Azioni di sostegno alla tutela del Made in Italy vs. ostacoli derivanti da barriere non tariffarie (specialmente nel settore agro-alimentare). - Avvio di campagne su "Italian sounding", con sensibilizzazione delle istituzioni internazionali e nazionali alla tutela dei prodotti tipici e delle indicazioni geografiche, maggiore supporto legale e fiscale alle imprese esportatrici attraverso la creazione di reti di professionisti, formazione sulle regolamentazioni multilaterali (WTO) sulle barriere non tariffarie



Per realizzare il piano identificato saranno necessarie anche altre azioni puntuali di sviluppo dell'Export

Esempi di azioni puntuali

Descrizione

Potenziamento strumenti per la crescita dimensionale e aggregazione/reti

- **Finanziamento delle misure volti ad incentivare la crescita dimensionale e l'aggregazione e collaborazione imprenditoriale** (contratti di rete per l'internazionalizzazione, consorzi, associazioni temporanee per la partecipazione a gare internazionali, etc.)

Incentivi per l'assunzione di figure professionali votate all'internazionalizzazione

- **Incentivi per l'assunzione** di giovani professionisti come *export manager*, *procurement analysts* ed *e-commerce manager* e programmi di formazione specializzata sul campo all'estero, alla stregua dei programmi francesi di apprendistato (*Volontariat International Enterprise* di *Ubi France*.)

Attivazione sistemi informativi a supporto dell'export

- **Coordinamento e semplificazione** degli strumenti informativi esistenti di supporto all'internazionalizzazione
- Avvio degli sportelli informativi presso le Camere di Commercio
- Avvio dell'international Trade Hub