La strategia del MiSE per incrementare e supportare le imprese esportatrici: il Piano Straordinario per il *Made in Italy* ed il ruolo delle reti tra imprese per l'internazionalizzazione

Dott. Paolo BULLERI

Capo Segreteria Tecnica
DG per l'Internazionalizzazione e la Promozione degli Scambi
Ministero dello Sviluppo Economico

8 ottobre 2015, Camera di commercio, Roma

Agenda

1 **Contesto di riferimento**

- Situazione, prospettive, punti di forza e debolezza dell’export italiano

2 **Il Piano straordinario del Made in Italy**

- Iniziative Promozionali
- Misure organizzative e di miglioramento del contesto
- Attrazione degli investimenti

3 **Strumenti e strutture a supporto del Piano**

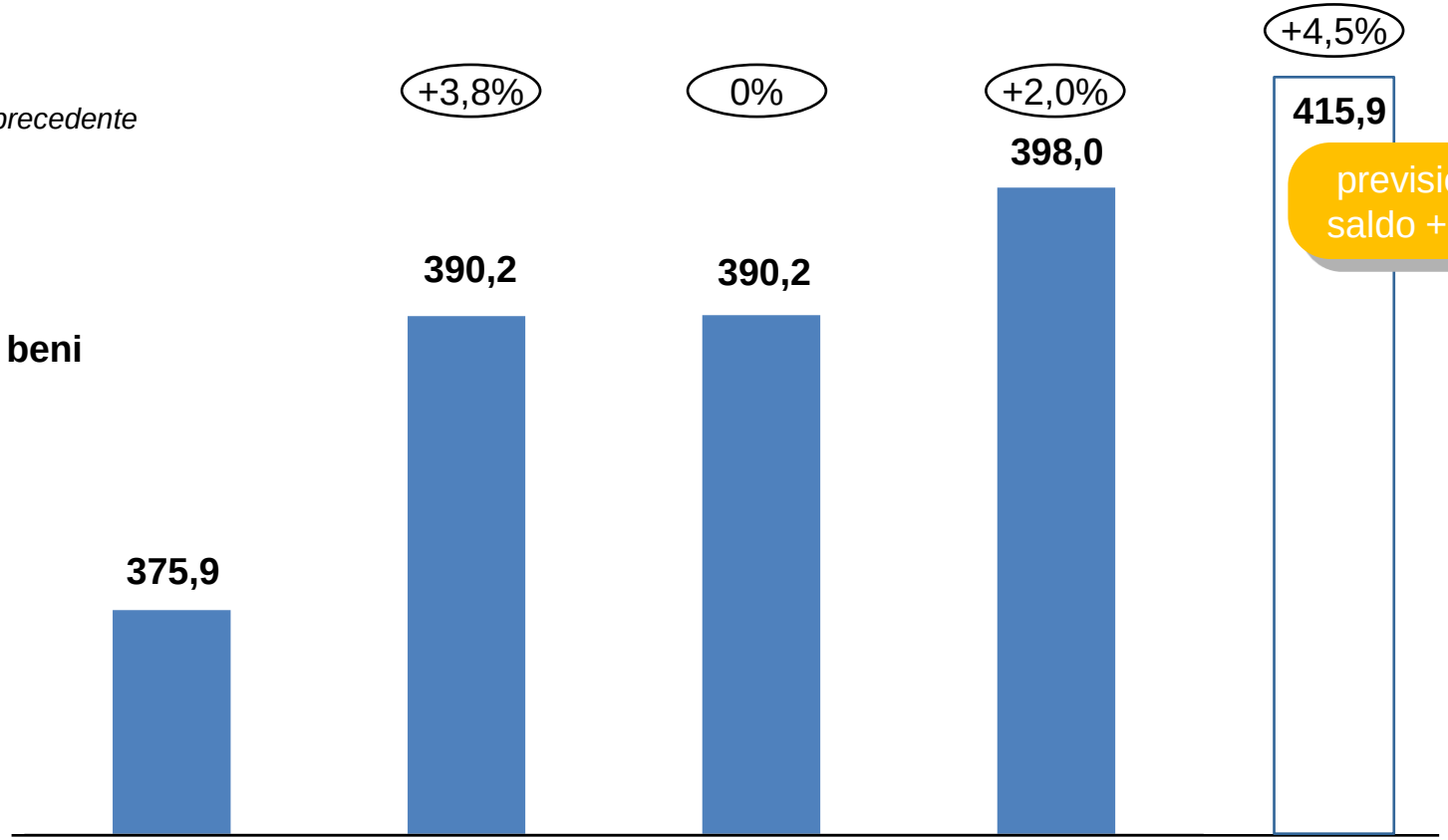
- Processo per l'internazionalizzazione
- Riforma ICE ed azioni di riorganizzazione interna ed esterna

4 **Azioni e strumenti a sostegno delle Reti di impresa**

Andamento export 2011-2014

Var. %
su anno precedente

Export beni Italia
(Mld €)



previsione Italia 2015
saldo + di 45 miliardi €

CAGR 2011-14

+1,9%

Export ITA 2013 = 30,4% Pil

Export beni (Mld €)	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015** *previsione*	
Germania	1.058,9	1.093,6	1.093,2	1.132,0		***+2,3%***
		+3,3%	0%	+3,6		
Francia	428,5	442,6	437,4	436,6		***+0,6%***
		+3,3%	-1,2%	-0,2%		

Per Germania e Francia valori stimati sulla base dei primi 11 mesi del 2014

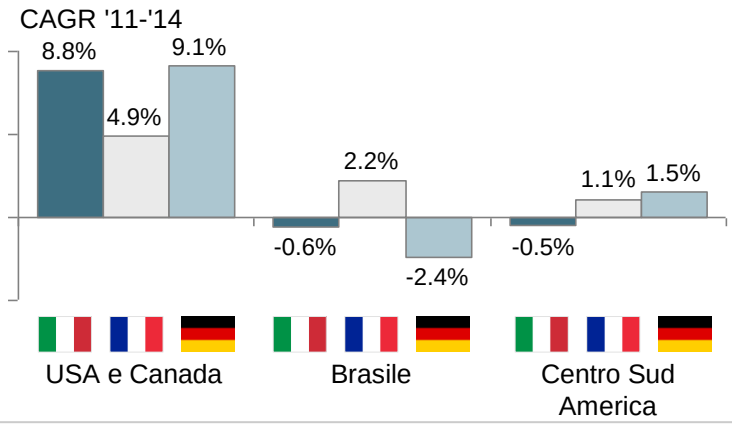
Fonte: elaborazioni MiSE su dati Istat ed Eurostat – Previsione 2015 di Prometeia

Andamento export per area 2011-2014

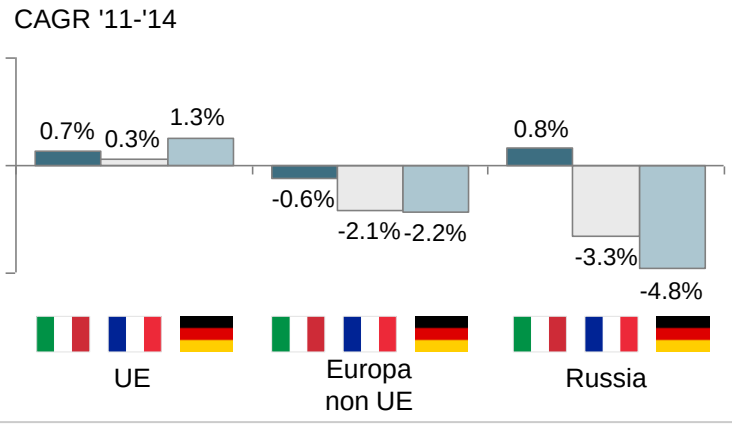
Stime FMI:

- **crescita export globale attesa 2015: + 5%**
- **200 mld $ di nuovo export entro 2020**
- **800 mln nuovi affluenti (2015 – 2030)**

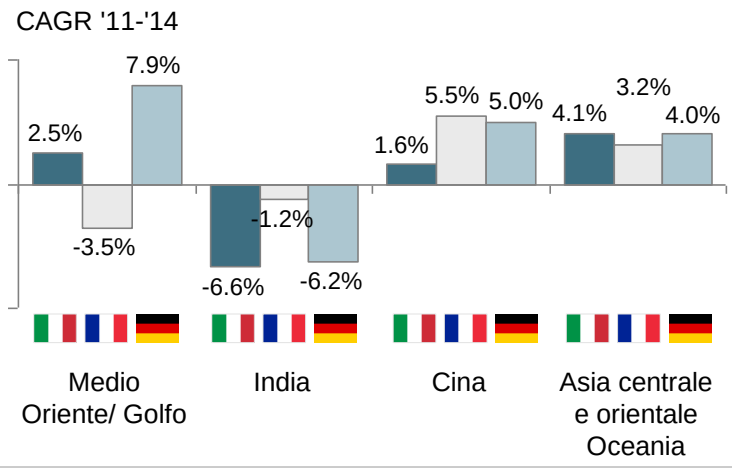
America



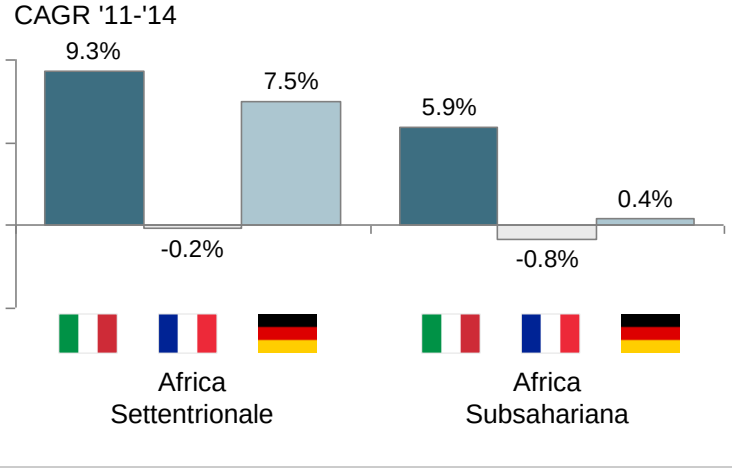
Europa



Asia e Oceania



Africa



Per Germania e Francia valori stimati sulla base dei primi 11 mesi del 2014

Fonte: elaborazioni MiSE su dati Eurostat

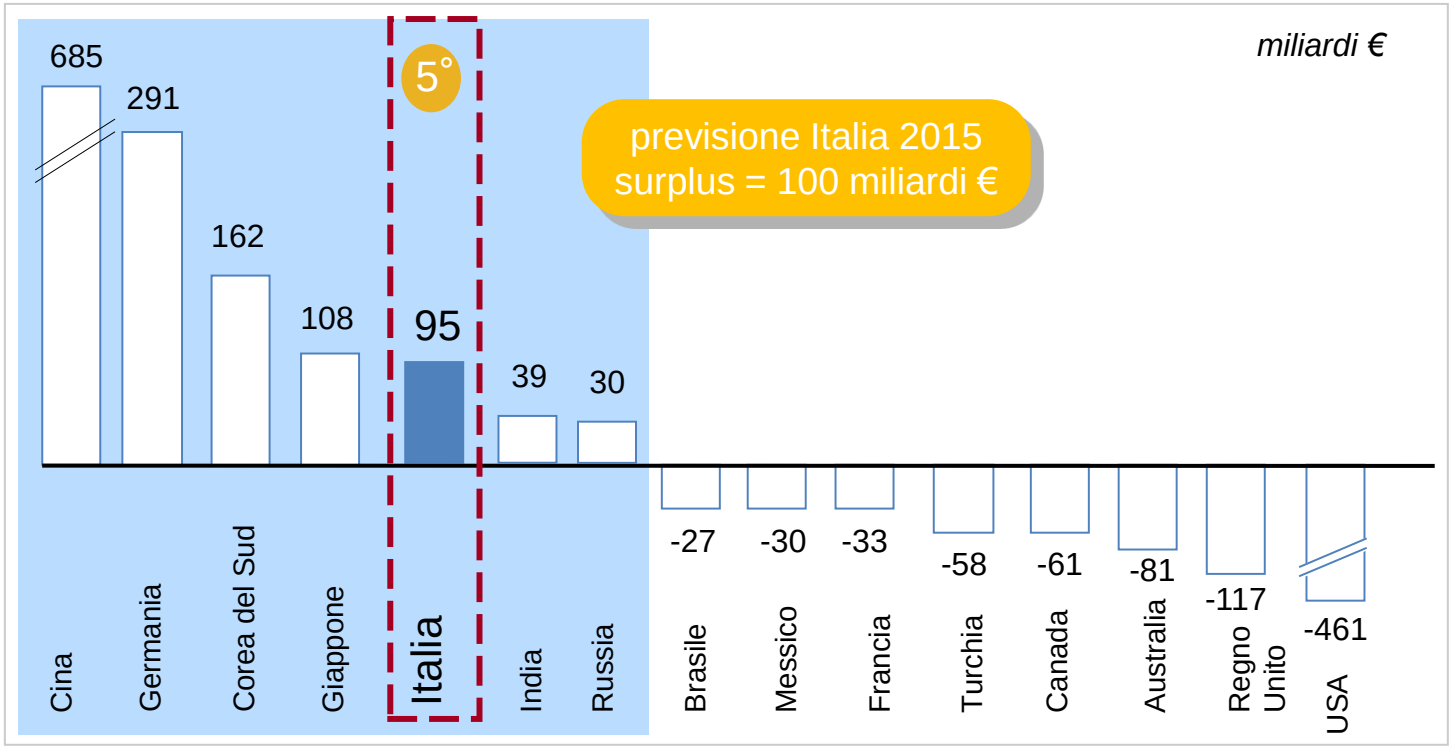
Bilancia commerciale manifatturiera 2014

Saldi Italia

miliardi €

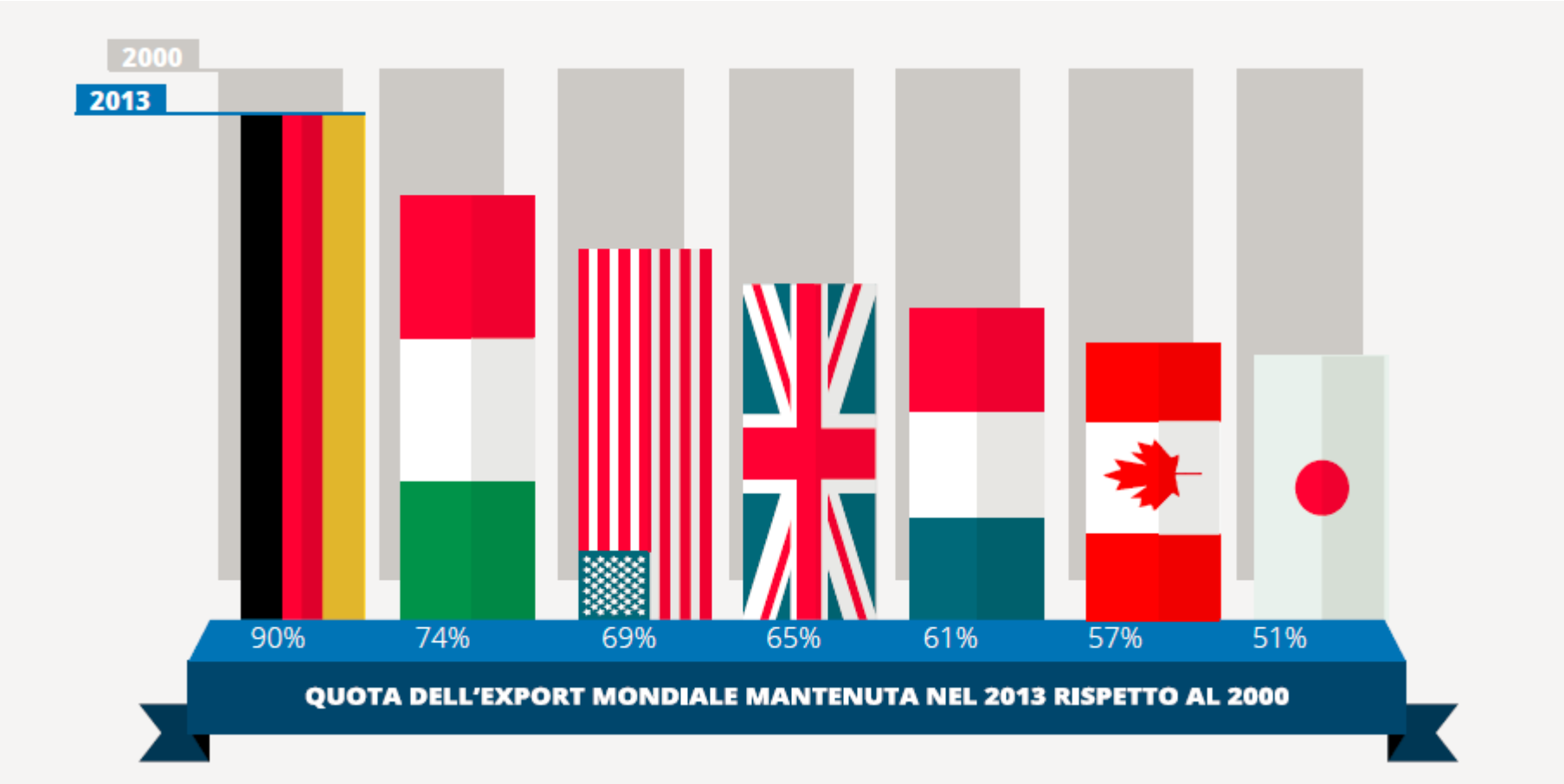
Saldo	2013	2014	Variazione '13-'14
Totale industria	29	42	+ 44,2 %
Al netto dell'energia	88	89	+ 1,6 %
Manifattura	94	95	+ 1,4 %

Saldo manifattura Paesi G-20



Fonte: elaborazione MISE su dati WTO, **basata sui primi 11 mesi del 2014** – Previsione 2015 di Prometeia

Mantenimento della quota di export beni nel 2013 vs. 2000



Totale export '13 (Mld€)	1.132	398	1.213	416	437	352	549
% su totale export mondiale'13	7.7	2.8	8.4	2.9	3.1	2.4	3.8

Fonte: elaborazione MISE su dati WTO, convertiti secondo il tasso di cambio $/€ = 1.3

Punti di forza e debolezza dell'Italia nei mercati internazionali

Punti di forza

- **2^ economia manifatturiera d'Europa** e tra le prime 5 al mondo per surplus manifatturiero
- **Nel 2013 e 2014 l'Export italiano è cresciuto** più di Francia e Germania
- L'Italia vanta un totale di **932 prodotti** classificatisi primi, secondi o terzi al mondo per **saldo commerciale attivo** con l'estero.
- Ruolo crescente dei ns. distretti nelle catene globali del valore e sui mercati mondiali
- **Crescente domanda** globale per il **Made in Italy** *(macchine, moda, abitare, food & beverage)*
- **Nuovi settori emergenti** e dinamici *(aerospazio, biomedicale, farmaceutico, green-teck,* robotica*)*
- Italia tornata **nel *radar* degli investitori stranieri** (dal 20° al 14° posto nel *Confidence Index degli investitori internazionali)*

Punti di debolezza

- **Export Italiano/PIL al 30% vs. Germania al 49%** (2013)
- Posizionamento sui mercati non ottimale**: esposizione verso aree a rischio** e non adeguata **presenza** in (nuove) aree ad alto potenziale
- **Poche imprese stabilmente esportatrici** (14.000) vs. potenziale *(almeno 70.000)*
- Il 62% di esportatori vende all'estero per **meno di 75 mila euro.** Il 43% esporta in un solo mercato estero
- **PM**I con un livello **insufficiente** di **preparazione manageriale** al **mercato globale**
- **Scarsi investimenti** in promozione **e poco concentrati** rispetto ai nostri *competitors*
- Servizi di supporto all'export (*business intelligence*) migliorabili
- Necessità di rivedere la *governance* del sistema per **l'attrazione degli investimenti**

Il percorso per l'adozione del Piano Made in Italy

Art. 30 del DL 133/2014 «Sblocca Italia» (conv. con L.164 11/11/2014)

Delega al MiSE la progettazione e l'adozione del Piano Straordinario. Ne affida all'ICE l'attuazione

Legge di Stabilità 2015

Attribuisce le risorse al Piano per il triennio 2015 – 2017
(130 meu, 50 meu, 40 meu)

Cabina di Regia per l'Internazionalizzazione
(26/02/2015)

Condivide ed approva le macro-linee del Piano

DM MiSE – MAE – MIPAF
(14/03/2015)

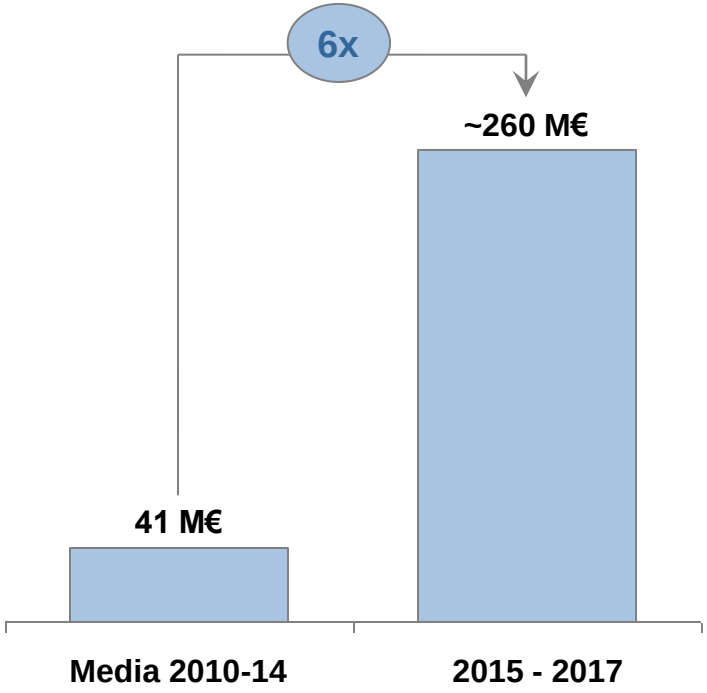
Identifica ed articola le macro-voci del Piano

DM MiSE – MEF
(7/04/2015)

Ripartisce le risorse tra le macro-voci del Piano

Nel 2015 il più grande Piano per il rilancio del *Made In Italy*

Totale fondi promozione export



Tre obiettivi

Favorire le PMI nell'accesso ai mercati internazionali

+ 20.000 Imprese esportatrici aggiuntive

Espandere la presenza nei paesi in cui il potenziale è maggiore

+ 50 Mld € di export al 2017 su geografie chiave

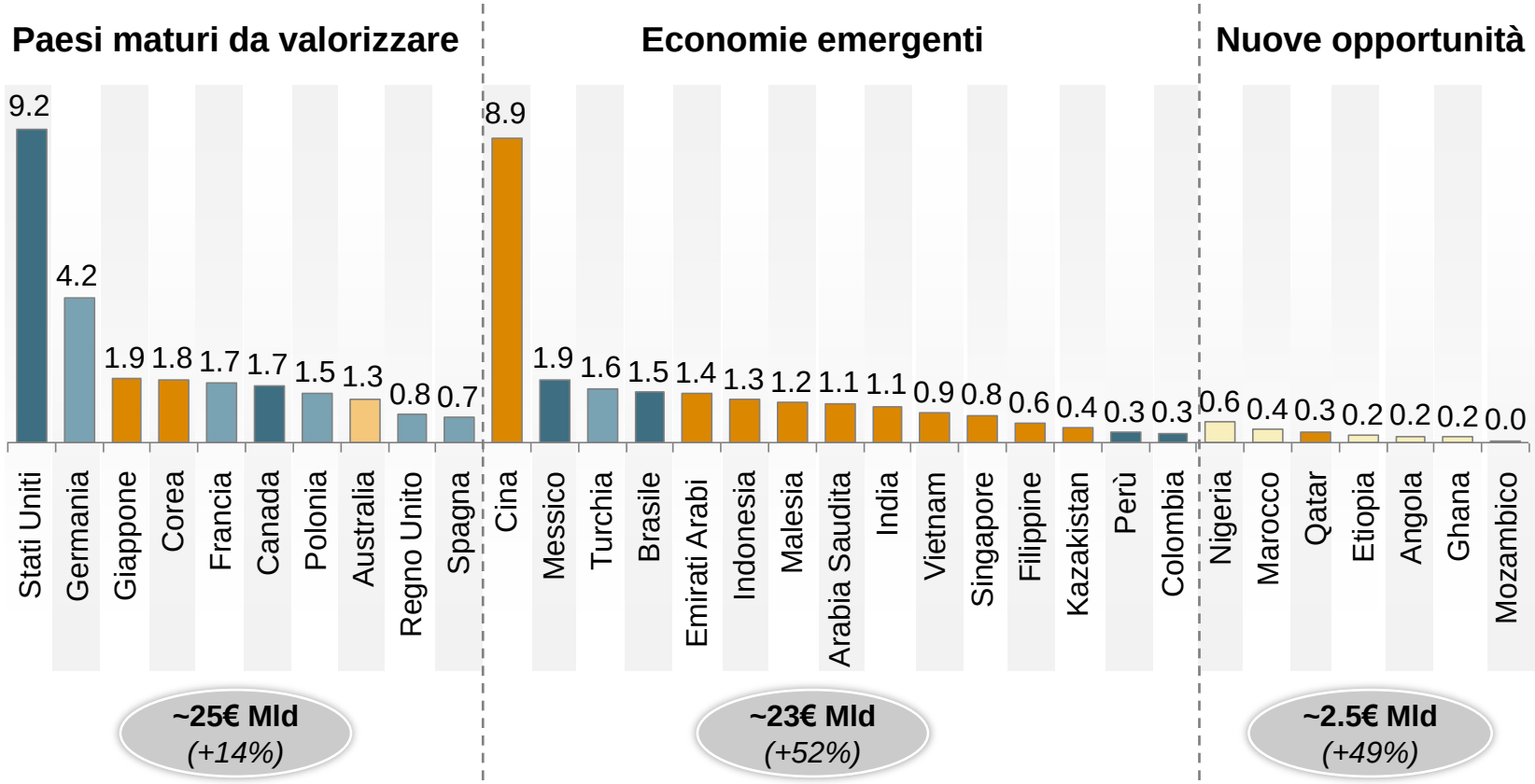
Attrarre capitali di crescita /*buyers* e investimenti

+ 20 Mld $ di flussi di investimento in Italia

Nota: Piano Straordinario 2015 - 2017, Fondi *Made In Italy* perenti, Piano promozionale ordinario.

Target: + 50 Mld € di export entro il 2017 su geografie chiave

Variazione dell'export in miliardi di euro, flussi 2013

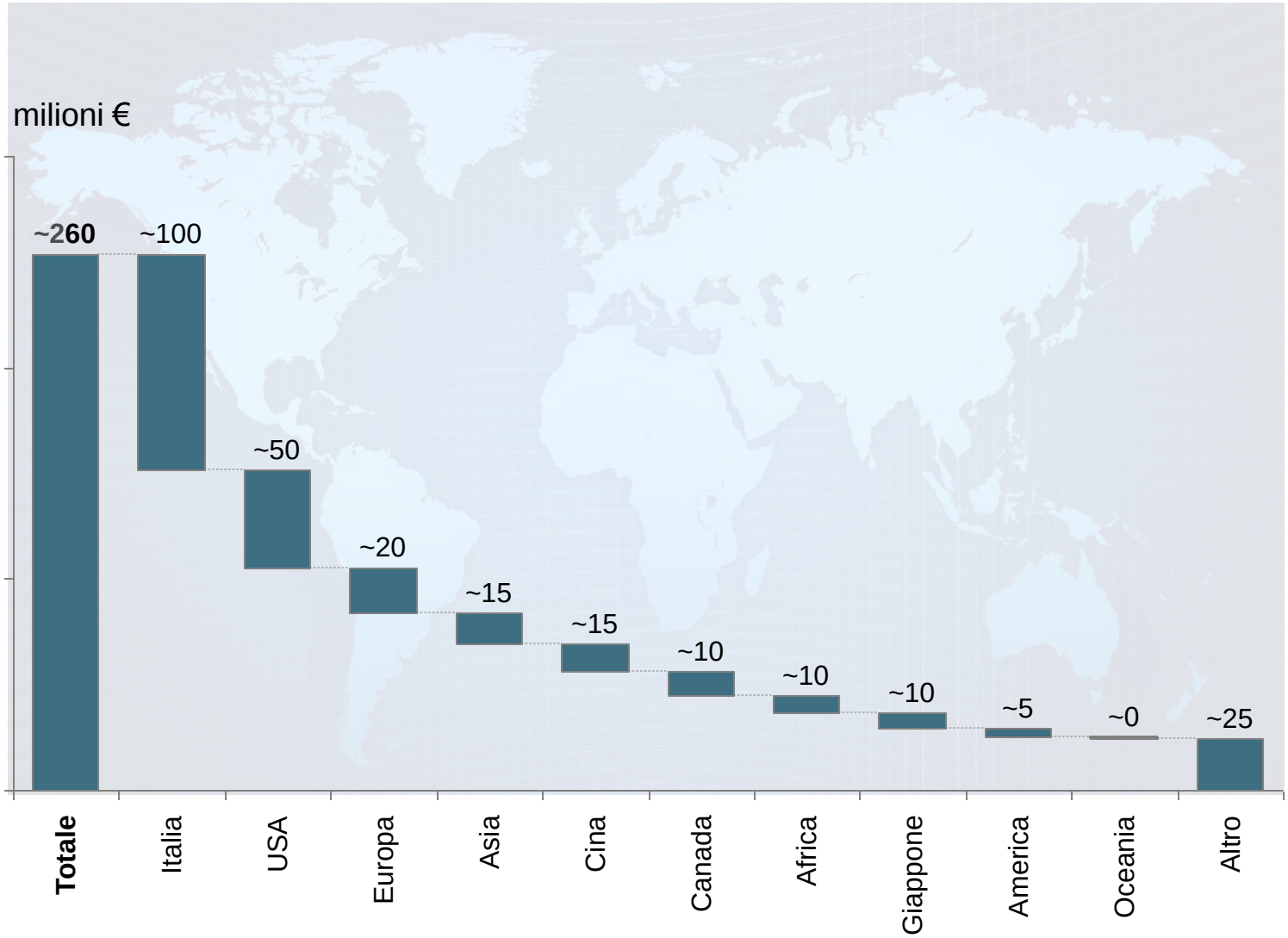


Raggiungimento del target funzionale al verificarsi di alcune condizioni macro-economiche e geo-politiche (es. ExIm Bank...)

America
Europa
Asia
Oceania
Africa

Fonte: Studio Prometeia su potenziale di mercato – non include Sud Africa e Azerbaigian

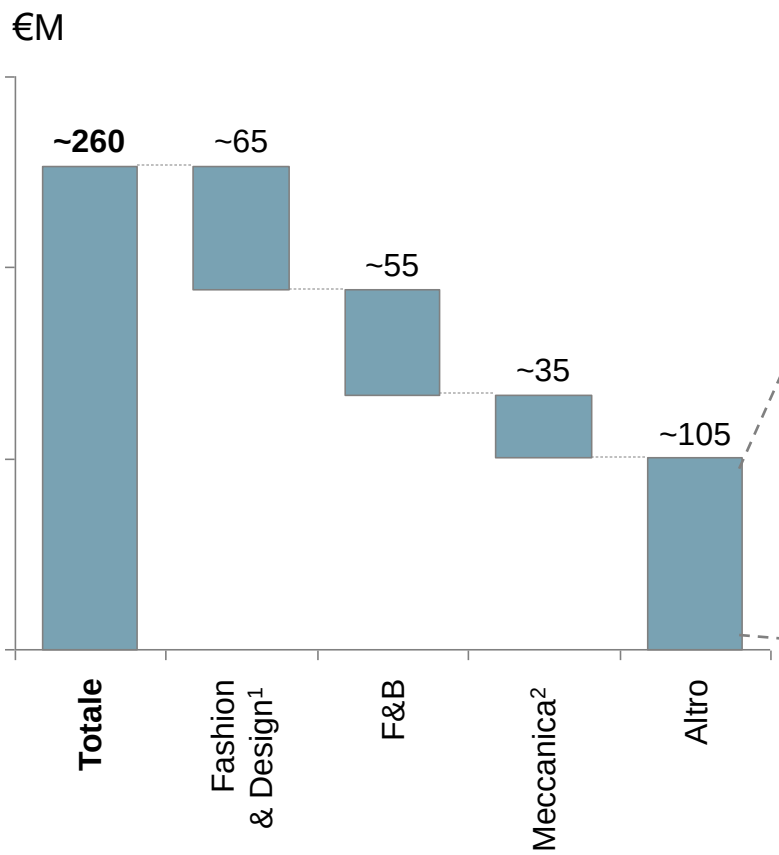
Il piano interessa tutte le geografie chiave



Fonte: ICE

Il piano potenzia le risorse promozionali di tutti i principali settori industriali

Prevista una copertura settoriale completa



Alcuni esempi di settori sul quale sono aumentate le iniziative

Nautica

Investimento: ~5M€

Esempio di iniziative: Istanbul / Moscow boat show

Audiovisivo

Investimento: ~4M€

Esempio di iniziative: Mercato Internazionale Film di Roma

Costruzioni

Investimento: ~3M€

Esempio di iniziative: Made Expo, MIPIM

ICT

Investimento: ~1M€

Esempio di iniziative: Cebit Hannover 2016

1. Sistema moda, mobili, profumi e altri beni di consumo
2. Beni strumentali/ meccanica (es. macchine tessili, apparecchiature elettriche, infrastrutture

Fonte: ICE

Nonostante l'ampia copertura, il Piano è concentrato su alcuni settori e geografie chiave

~60% delle risorse allocate sui 3 settori chiave

Fashion & Design

~65M€
(~25% del totale piano)

Food & Beverage

~55M€
(~20% del totale piano)

Meccanica

~35M€
(~15% del totale piano)

~50% delle risorse extra-Italia allocate sulle 3 geografie chiave

USA

~50M€
(~30% delle risorse extra-Italia)
[Accordo TTIP]

Cina

~10M€
(~10% delle risorse extra-Italia)

Canada

~10M€
(~10% delle risorse extra-Italia)
[Accordo CETA]

Fonte: ICE

3 settori chiave: F&B, sistema Moda e Meccanica

Criteri di selezione dei settori chiave

Settori per cui è riconosciuto un valore per il Made In Italy all'estero

Settori per cui l'Italia ha un chiaro vantaggio competitivo vs. estero (es. *brand*, eccellenza produttiva, posizionamento premium...)

Settori chiave per presidiare il sistema produttivo italiano

Settori con il potenziale di crescita più alto

Food & Beverage
+4.7Mld € Potenziali

***Fashion & Design*[1]**
+6.4Mld € Potenziali

Meccanica[2]
+16.0Mld € Potenziali

1. Include Moda e Arredo
2. Include la Meccanica di precisione

Fonte: Studio Prometeia su potenziale di mercato

10 iniziative promozionali chiave

Focus nelle pagine seguenti

5 iniziative all'estero

1 Piano GDO
- Accordi per inserire a scaffale più prodotti del Made in Italy, marchi di qualità appartenenti ad aziende di piccole dimensioni

2 Strategia di *In-coming*
- Sponsorizzazione di missioni di operatori esteri in visita presso produttori Italiani

3 *Road-to-Expo*
- Collaborazione con le principali fiere italiane, volte a concretizzare la ricaduta commerciale dell'Expo nei settori dell'agroindustria

4 Campagna contro l' *Italian Sounding*
- Campagna di promozione riconoscibilità marchi italiani e diffusione marchio "Italian Original"

5 *Roadshow* attrazione di investimenti
- *Roadshow* "Invest in Italy" nelle top 20 piazze finanziare mondiali, creazione di un database di investitori internazionali e corsi di formazione

~60% delle risorse

5 iniziative in Italia

1 Potenziamento grandi eventi
- Rafforzamento di eventi fieristici in cui l'Italia è leader riconosciuto ma sotto attacco da competitor esteri (es. Vinitaly, Milano Unica)

2 *Voucher Temporary Export Manager*
- 1.700 *Voucher* per dare accesso alle PMI a management specializzato nell'export a costi ridotti (*click day* 22/09 (**10 + 7 mln €**)

3 Formazione *export manager*
- Formazione fino a 400 manager in co-finanziamento con le Regioni, ogni export manager in grado di seguire fino a 5-8 aziende

4 *Roadshow* per le PMI
- Formazione sui territori per presentare opportunità e strumenti per aumentare l'export

5 *e-commerce* per le PMI
- Potenziamento degli strumenti per le PMI per favorire l'accesso al mercato / piattaforme digitali, attenzione alla proprietà dei dati

~40% delle risorse

Fonte: ICE

Esempi delle principali iniziative: potenziamento dei grandi eventi

Italia

Requisiti di selezione delle manifestazioni

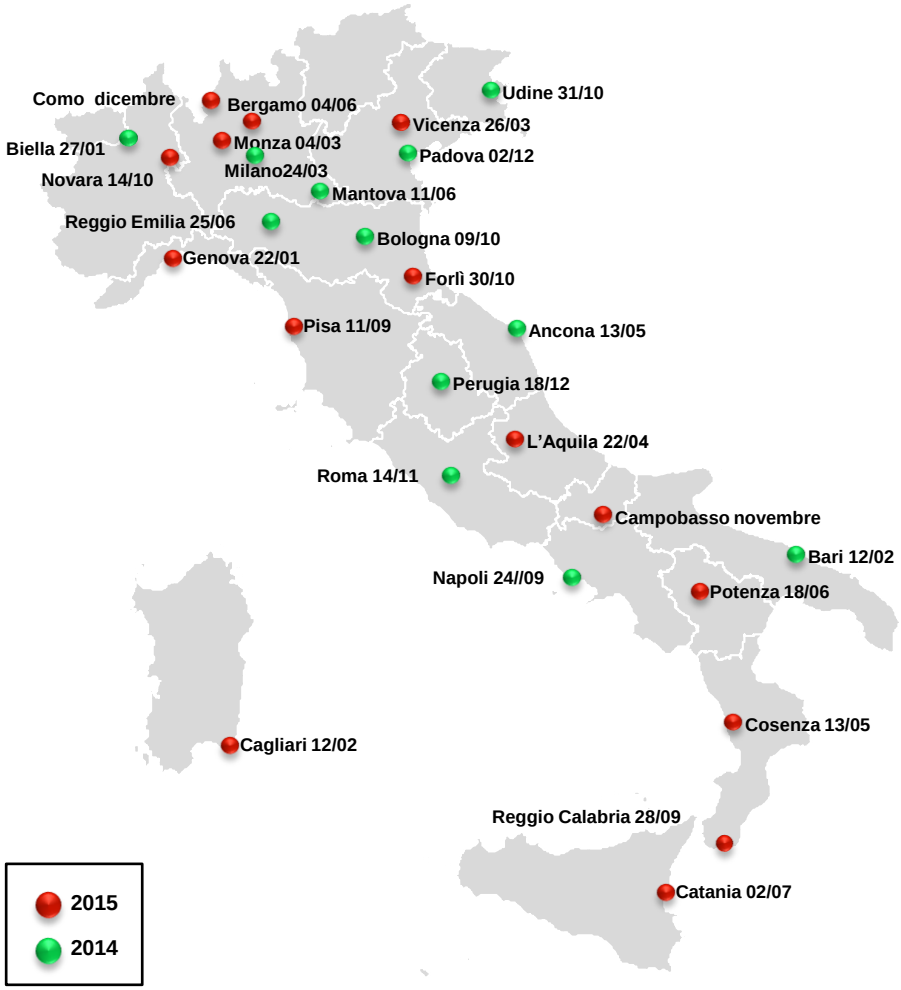
- ✓ Fiere leader o tra le prime 5 manifestazioni di settore al mondo
- ✓ Cooperazione sinergica dei poli fieristici in Italia
- ✓ Progettualità incrementale rispetto annualità precedenti
- ✓ Operazioni congiunte di filiera/settore all'estero*

Settore	Esempi di manifestazione	Fondi
Moda Persona	• MIDO • PITTI UOMO • VICENZA ORO • MILANO UNICA • MIPEL •	~18Mln €
Meccanica	• MARMOMACC • EMO • EICMA • ITMA • ...	~ 11Mln €
Agroalimentare	• TUTTOFOOD • VINITALY • CIBUS • ...	~7Mln €
Arredamento, Abitare e Stili di Vita	• SALONE DEL MOBILE • CERSAIE • HOMI • ...	~6Mln €
Servizi	• MERCATO FILM ROMA • HOST • ...	~ 3Mln €
Totale	**~30 fiere in Italia**	**~ 45Mln €**

* Valido per le fiere organizzate all'estero.

Esempi delle principali iniziative: *roadshow* per l'internazionalizzazione delle PMI

Italia



Il formato

Sessioni plenarie

- Presentazione integrata degli strumenti ICE, SACE e SIMEST per accedere ai mercati esteri

Sessioni individuali con *check-up* aziendale e B2B

+ 5 K aziende partecipanti
~6 K *check-up* aziendali e B2B
>95% partecipanti soddisfatto

- **In avvio il *CRM* di ICE Agenzia al fine di garantire profilazione e continuità nel supporto alle imprese**
- **Analisi di *customer satisfaction* (SWG)**

Esempi delle principali iniziative: promozione dei prodotti italiani nella GDO

Estero

Il modello GDO

Diagnostico

- Analisi contesto competitivo
- Identificazione fattori critici di successo
- Selezione dei *retailer* chiave

Proposta commerciale e target

- Campagna promo ICE
  - incoming buyer in Italia
- Campagna promo *del retailer*
  - *e-mail* newsletter
  - city light campaign
- Accordo e target con retailer
  - minimo ordine garantito
  - catalogo mirato
  - durata min. promozione (moduli di 3-4 sett.)

Attuazione

- Accordo con *retailer*
  - vetrine italiane, degustaz.
  - *opening events*
- Monitoraggio risultati e proposta azioni di *follow up*

Lancio presso Karstadt

- ~ 2€ Mln di campagna promozionale ICE nei 3 top POS (Berlino, Monaco, Amburgo)
- ~ 3,5 €Mln piano marketing Karstadt per promuovere i nuovi prodotti italiani
- ~ 20% incremento nuovi fornitori
- ~ 400 aziende italiane coinvolte
- A fronte di 90€ Mln di minimo garantito, Karstadt ha dichiarato ~108 €Mln di acquisto

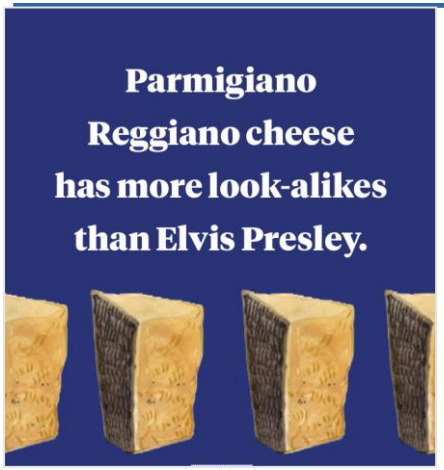
In corso la campagna USA con Nordstrom, HEB, Kroger, Saks, Mariano's ...

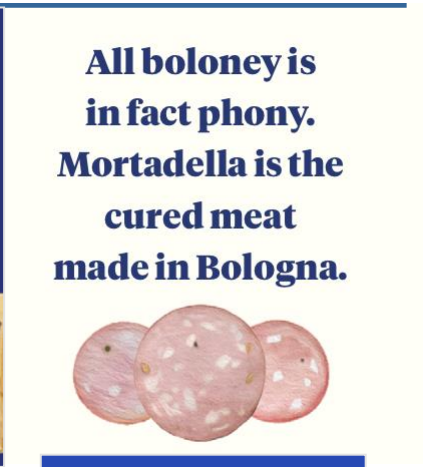
Fonte: ICE

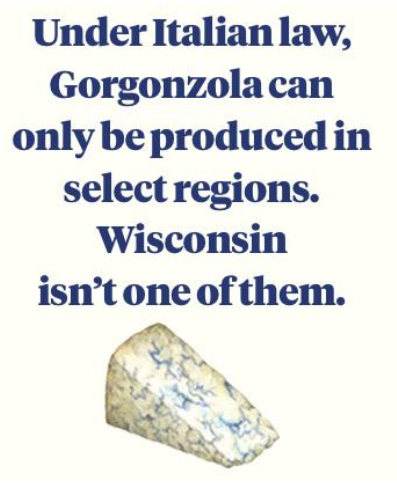
Esempi delle principali iniziative: la campagna contro *Italian sounding* in Canada

Estero

"Just because looks Italian, doesn't mean it's Italian"...







Obiettivi della campagna

- Promuovere il consumo delle produzioni agroalimentari italiane
- Orientare il consumatore sulla consapevolezza e la differenziazione del Made in Italy
- Generare fedeltà ai prodotti italiani
- Sfruttare il riconoscimento delle IG garantito dal CETA
- Collaborazione con i consorzi DOP e IGP

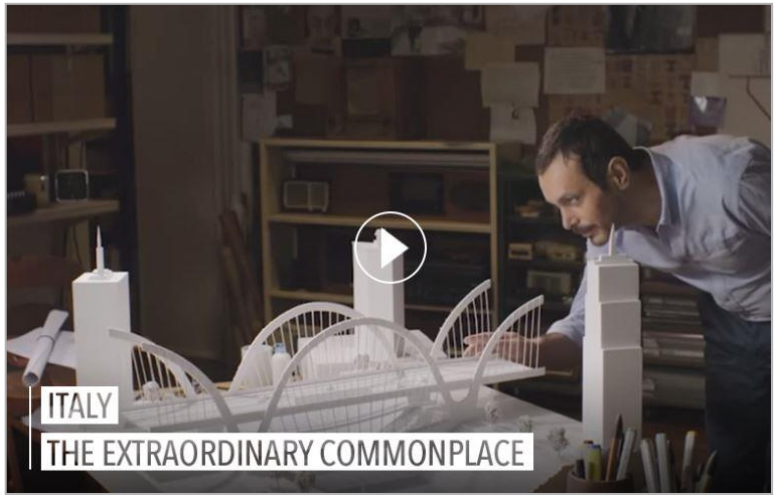
Canali di comunicazione

- Stampa
- Web
- Digital
- Social
- Educational
- PR
- Ristoranti italiani all'estero certificati di qualità

...in USA la campagna verrà lanciata in autunno

Lanciata la campagna *Extraordinary Commonplace* per il riposizionamento del brand Italia

"Italy - The Extraordinary Commonplace"

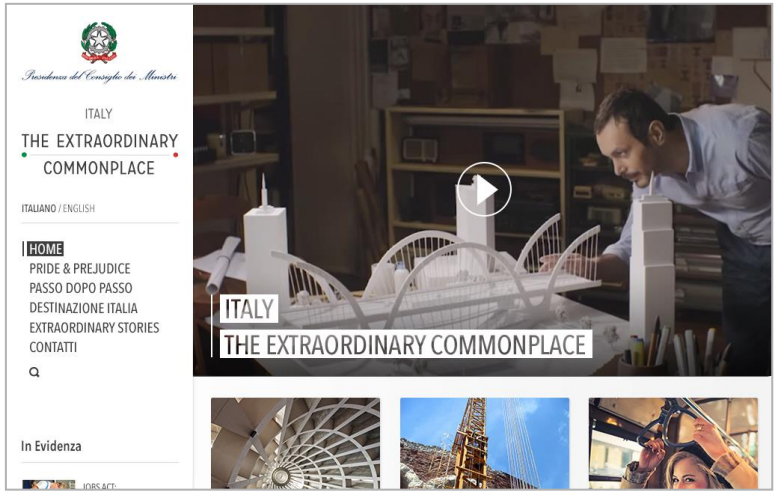


Lanciato al WEF di Davos il 20 Gennaio

2,5 M+ di visualizzazioni senza promozione

- 21%+ da USA e UK
- 65% maschi tra i 25 e i 44 anni
- Durata media 2:30" (vs. media di 1:30" per un video di 3 min.)

Campagna di comunicazione virale Obiettivo 20M di nuovi contatti



Sito web dedicato

- Eccellenze italiane, offerta per investitori esteri, provvedimenti del Governo

Campagna di comunicazione

- WSJ, FT, The Economist, Google e YouTube

Piano di attrazione degli investimenti: le azioni in corso

1.400 miliardi di $ di investimenti in cerca di allocazione nel mondo. **16 miliardi** quelli intercettati dall'Italia nel 2014

Iniziative	Descrizione
CRM Offerte di investimento	▪ CRM per la gestione di richieste di investitori e incrocio con le offerte di investimento presenti nella piattaforma delle opportunità di investimento
Book opportunità di investimento	▪ Raccolta delle opportunità di investimento alimentata da istituzioni pubbliche (Ministeri, Demanio) e private (e.g. agenzie per lo sviluppo locale, banche) per la promozione
Strumenti per l'assistenza di I livello	▪ Informazioni affidabili sull'Italia (destinazione investimenti, settori di eccellenza, opportunità di investimento, normative) disponibili attraverso diverse iniziative (**Guida Paese, Guida agli Investimenti**, portale web ***InvestInItaly.com***)
Nuova *governance* di sistema	▪ ICE: azioni promozionali per intercettare IDE all'estero; informa, accompagna ed assiste gli investitori sul territorio ▪ INVITALIA: coordina tutti gli strumenti di incentivo pubblico in fase di insediamento
Formazione	▪ Seminari formativi per personale in sede e presso uffici esteri ICE al fine di interagire in maniera efficace con gli investitori esteri
***Desk* Investimenti**	▪ Selezione e nomina di 10 IDE *specialist* ed apertura di altrettanti *Desk* nelle principali piazze finanziarie mondiali per promuovere il Sistema Italia ed individuare le opportunità di IDE esistenti
***Roadshow* globale "Invest in Italy" e fiere investimenti**	▪ Presentazione nelle top 20 piazze finanziarie mondiali, con format unico: *workshop* su opportunità di investimento e B2B *ad hoc* (1° evento, **6-8 ottobre Istanbul e Izmir**) ▪ Partecipazione alle principali fiere investimenti e dei settori focus di interesse per gli investitori globali (e.g. manifatturiero/meccanica, *real estate*, energia, telco, start-up)

Processo di supporto all'internazionalizzazione

MAE-MISE

Cabina di Regia:

- Regioni
- Associazioni e Camere
- MIPAF
- MIBAC
- MEF
- CdP

- Mercati focus
- Obiettivi
- Attività
- Progetti speciali
- Ruoli

Indirizzi

MISE-Associazioni

- Decisione su allocazione delle risorse con le 20 principali Associazioni di settore e di rappresentanza
- Incontri di pianificazione congiunta con le Regioni **new**
- Identificazione *Key Performance Indicators* - KPI

Attività

ICE Agenzia

Attuazione di:

- Iniziative mercati
- Progetti speciali
- Supporto ai progetti con associazioni
- Supporto istituzionale sui mercati

Organizzazione e realizzazione di:

- Missioni di sistema *
- Missioni del VM

* Coordinamento con MAE

Implementazione

MAE- MISE - MEF

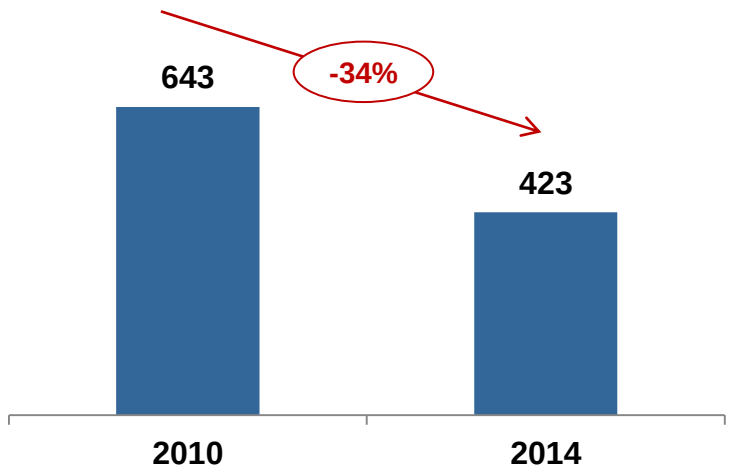
- Verifiche puntuali di *Customer Satisfaction* sulle singole iniziative
- Una volta l'anno analisi di *Customer Satisfaction* complessive e *benchmarking* su ICE-SIMEST-SACE
- *Follow-up* visite e missioni di sistema

Verifica

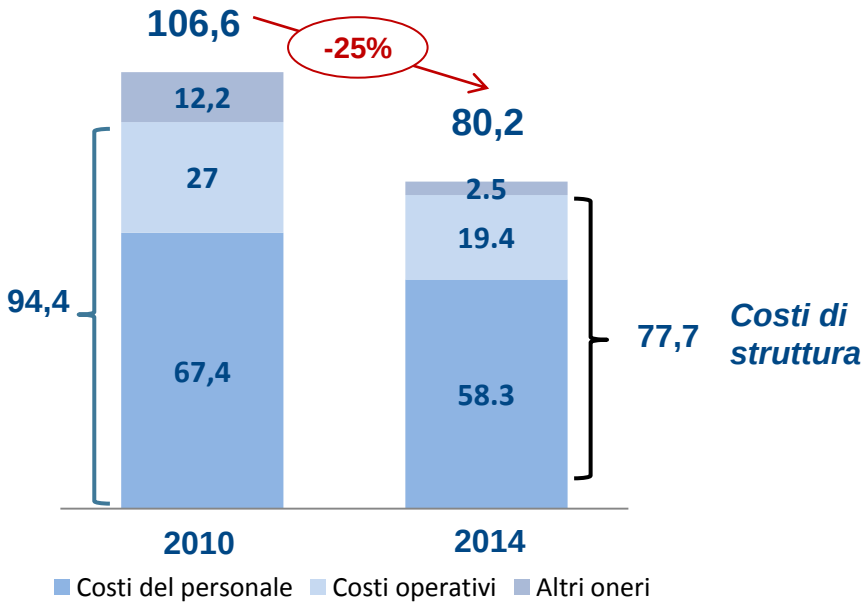
Azioni migliorative ICE: riduzione costi e personale ICE

Negli anni scorsi, l'ICE Agenzia ha già portato a termine un ambizioso programma di tagli e di ristrutturazione

Personale
Unità



Costi
Euro Mln



- Il personale dell'ICE Agenzia si è ridotto di 220 unità (nuova pianta organica a 450 pp)

- I costi di struttura comprendono i costi del personale e i costi operativi
- Gli altri oneri comprendono oneri fiscali, finanziari e straordinari

Fonte: Bilancio ICE 2013 e Bilancio dello Stato

Azioni migliorative ICE: modello di *governance*

Efficientamento

Azioni	Status
Razionalizzazione rete (chiusura 17 sedi italiane, revisione 115 estere)	✓
Riduzione organico (da 643 a 423)	✓
Razionalizzazione della spesa (acquisti polverizzati, non pianificati)	✓
Revisione indennità di sede estera	✓
Outsourcing di attività a basso valore aggiunto	Entro '16
Dismissione *asset* immobiliari cedibili	Entro '16

Ridisegno processi e responsabilità

Azioni	Status
Integrazione attività di **attrazione invest.**	Entro '15
Spostamento risorse **da *back office* a *front end*** (flessibilizzazione)	✓
Eliminazione **ridondanze di processo**	Entro '15
Declinazione processi in ottica di **risultato**	Entro '15
Revisione **pianificazione e controllo**	Entro '15
Dematerializzazione flussi di informazione e rendicontazione	Entro '15
Revisione **criteri per assegnare** e **rimuovere** da incarichi in sedi estere	✓
Potenziamento **assistenza** alle imprese e set-up strumenti informatici (**CRM**)	Entro '15

Fonte: ICE

Riassetto della rete estera: nuove aperture, integrazioni logistiche, razionalizzazioni

ICE – Uffici esteri

ICE – Punti di corrispondenza

Attrazione investimenti – Desk

Già realizzate 33 integrazioni logistiche con la rete diplomatico-consolare (a breve prossima integrazione Budapest).
La razionalizzazione ha consentito l'apertura degli uffici a Addis Abeba, Berna, Bogotà, Doha, Luanda e Maputo. Prossime aperture a Lagos (ufficio), Brazzaville e L'Avana (PdC), Astana (desk).

Fonte: ICE

Le reti tra imprese e le azioni a supporto del MiSE

I numeri

- 2.350 contratti di rete
- 12.000 imprese coinvolte

In fieri:

✓ *costituzione di una rete di consulenza dedicata espressamente alle reti, in particolare in tema di strumenti e servizi per l'accesso ai mercati internazionali, i cui punti erogatori siano ICE Agenzia a livello centrale e la rete delle Camere di commercio a livello locale.*

✓ *costituzione di un **Fondo nazionale per promuovere l'interregionalità** delle reti*

Azioni a supporto

- Copertura della **sospensione d'imposta** sugli utili di rete (2015-2017), veicolata sia nella Legge Annuale PMI che nella Legge di stabilità 2016
- **Riserva per le reti di impresa sui *voucher*** per i servizi di TEM (click day 22/09)
- Riserva per le reti di impresa sull'ed.ne 2016 del voucher TEM
- ***Roadshow* ICE dedicato alle reti**: 4 tappe (MILANO, PADOVA, BOLOGNA, BARI) organizzate in collaborazione con ReteImprese di Confindustria
- azioni formative e di assistenza di ICE Agenzia nell'ambito dell'iniziativa Export Sud
- formazione di secondo livello, sempre da parte di ICE, per i manager delle reti orientati all'export
- attenzione alla definizione di misure specifiche nell'ambito di un "Quadro di Iniziative Export" di cui il MiSE ha avviato la progettazione con l'Agenzia per la Coesione Territoriale (nell'ambito delle iniziative di cui ai POR - programmazione comunitaria 2014-2020).