

A febbraio 2016 il Governo ha adottato il Piano per la promozione straordinaria del *Made in Italy* e l'attrazione degli investimenti in Italia³². Per la sua realizzazione sono stati stanziati 260 milioni.

Il Piano si prefigge i seguenti obiettivi:

- Incrementare il volume dell'export, espandendo la presenza internazionale, in particolare nei Paesi in cui il potenziale è maggiore. Si punta a incrementare i flussi di export di beni e servizi di circa 50 miliardi entro il triennio.
- Aumentare il numero complessivo delle imprese esportatrici, trasformando le aziende potenzialmente esportatrici in esportatrici abituali. Negli ultimi anni il numero medio di imprese che operano con l'estero si è aggirato intorno alle 200.000: nell'ambito di tale numero, si ritiene che potrebbe crescere di circa 20.000 unità il numero delle imprese stabilmente esportatrici (tra le 70.000 circa che ne hanno le potenzialità).
- Cogliere le opportunità legate alla crescita della domanda globale e all'incremento della classe media nei mercati emergenti, sempre più orientata verso modelli di consumo più vicini al modello di specializzazione produttiva dell'export italiano. Si stima una crescita della classe media mondiale di circa 800 milioni di persone nei prossimi 15 anni.
- Accrescere la capacità di intercettare investimenti esteri; si punta ad ottenere 20 miliardi di dollari di flussi aggiuntivi

Iniziative di supporto alle PMI

- Potenziamento grandi eventi fieristici nazionali, per valorizzarne sia la funzione di vetrina del *Made in Italy*, sia l'efficacia nella finalizzazione di business.
- Piano di promozione in collaborazione con le principali catene distributive mondiali per sostenere l'ingresso dei prodotti italiani senza brand internazionale
- Comunicazione: Strategia d'attacco per i mercati prioritari con una campagna intensiva di sensibilizzazione e di advertising tramite i media tradizionali e quelli più innovativi (*social network* e *blog*)
- Segno distintivo unico dell'agroalimentare italiano e altri interventi in occasione di Expo 2015
- Piano di valorizzazione delle produzioni di eccellenza
- Attività promozionali ad ampio raggio, soprattutto in favore delle produzioni agricole ed agroalimentari, anche a tutela dei marchi e delle certificazioni di qualità ed origine.
- Piano di comunicazione contro l'*Italian Sounding* in sinergia con i consorzi di tutela e le associazioni di produttori agroalimentari e vitivinicoli DOP ed IGP.
- *Roadshow* per contribuire – in collaborazione con le associazioni imprenditoriali e le Camere di commercio – alla conoscenza degli strumenti a sostegno dell'internazionalizzazione, anche predisponendo specifici percorsi formativi per stimolare le capacità d'internazionalizzazione delle PMI, con particolare attenzione a quelle che, potenzialmente idonee, non hanno ancora affrontato la competizione internazionale.
- Formazione e utilizzo di *Temporary Export Manager* per favorire l'acquisizione di competenze manageriali internazionali da parte delle PMI.
- Supporto all'e-commerce per favorire l'accesso alle piattaforme digitali e promuovere l'e-commerce quale nuovo canale di penetrazione commerciale.

Attrazione degli investimenti esteri ed assistenza agli investitori

- *Roadshow* specificamente mirati alla presentazione delle opportunità Paese, all'assistenza tecnica all'operatore estero e al suo radicamento sul territorio.

³² Decreto attuativo del Ministro dello Sviluppo economico del 26 febbraio 2015.

- Rafforzamento della struttura dedicata all'interno dell'ICE Agenzia con la creazione di: un sistema di *Customer Relationship Management* per gli investitori esteri; una piattaforma di condivisione delle informazioni sulle opportunità di investimento in Italia; un Database degli investitori internazionali; formazione del personale.
- Costituzione dei 'desk' investimenti e organizzazione del primo *Roadshow* globale '*Invest in Italy*' in raccordo con il MAECI, che tocchi le più importanti piazze finanziarie più importanti del mondo.

Interventi sulle strutture

È in corso una profonda riorganizzazione dell'ICE Agenzia - soprattutto per rafforzare l'orientamento all'utenza/PMI e il coordinamento dell'attività di attrazione degli investimenti - che ha già fatto registrare risultati in termini di maggiore efficienza e contenimento di costi.

Sul piano dei servizi finanziari, l'esigenza di poter disporre di una moderna *ExImBank* è avvertita da più parti ed è un tema attualmente all'esame del Parlamento.

Aree e Paesi focus

Nel triennio 2015 - 2017 le attività saranno concentrate nei seguenti Paesi focus, verso cui s'indirizzeranno prevalentemente le missioni istituzionali e imprenditoriali:

USA e Canada, con interventi destinati alle aree provinciali più dinamiche, in cui finora le azioni promozionali sono state meno estese e meno incisive, in considerazione delle potenzialità di allargamento delle nostre quote di mercato; che saranno Cina quale mercato con una crescita molto dinamica, Giappone paese con il quale l'Italia ha da molti anni solide relazioni economiche; i Paesi del Golfo in quanto economie che hanno subito minori contraccolpi della crisi economica mondiale; i Paesi dell' Africa sub sahariana: Congo, Etiopia, Mozambico, Angola e dell'Asia centrale: Azerbaijan, Kazakistan per il loro valore strategico e per gli interessanti progetti infrastrutturali varati dai rispettivi Governi; Paesi dell'Alleanza del Pacifico: Messico, Colombia, Perù e Cile dove si svolgeranno le prossime missioni istituzionali; Cuba, per le recenti aperture ai commerci internazionali; il sud est asiatico: Vietnam, Malesia e Indonesia, in vista della costante espansione dei loro mercati.