

2024

# **CABINA DI REGIA PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE**

## **XII SESSIONE**



Ministero degli Affari Esteri  
e della Cooperazione Internazionale



Ministero delle Imprese  
e del Made in Italy



## Indice del documento

### 1. Quadro macroeconomico e scenari di riferimento

- 1.1 *Il contesto geoeconomico di riferimento*
- 1.2 *La performance internazionale dell'economia italiana*
- 1.3 *L'andamento e le prospettive dell'economia globale*
- 1.4 *Le stime per il 2024 dei sette principali Partner di riferimento dell'Italia per export, turismo e investimenti*
- 1.5 *Tabelle dati di riferimento per il capitolo 1*

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

- 2.1 *Le priorità geografiche*
- 2.2 *I mercati maturi*
- 2.3 *I mercati emergenti*
- 2.4 *Africa e Ucraina: due priorità strategiche per il 2024*
- 2.5 *Una legge quadro per il Made in Italy: la L. 206/2023*
- 2.6 *Tabelle dati di riferimento per il capitolo 2*

### 3. Linee strategiche per l'internazionalizzazione

- 3.1 *Sistema fieristico*
- 3.2 *Grande Distribuzione Organizzata, e-commerce e digitalizzazione*
- 3.3 *Settori di rilevanza strategica*
- 3.4 *Comunicare il Made in Italy: la promozione integrata*
- 3.5 *Promozione dell'agroalimentare italiano nel mondo*
- 3.6 *Promozione dei flussi turistici*
- 3.7 *Filiere produttive e approvvigionamento di materie prime critiche*
- 3.8 *Eccellenze scientifiche e tecnologiche*
- 3.9 *Economia dello Spazio*
- 3.10 *Innovazione e startup*
- 3.11 *La diplomazia sportiva*
- 3.12 *Gare internazionali*
- 3.13 *Supporto finanziario all'internazionalizzazione e Fondo nazionale Made in Italy*
- 3.14 *Attrazione e sblocco degli Investimenti Diretti Esteri*
- 3.15 *Tabelle dati di riferimento per il capitolo 3*

### 4. Strumenti ed azioni per il 2024

- 4.1 *Sistema fieristico*
- 4.2 *Grande Distribuzione Organizzata, e-commerce e digitalizzazione*
- 4.3 *Iniziative di rilevanza strategica*
- 4.4 *Comunicare il Made in Italy: la promozione integrata*
- 4.5 *Promozione dell'agroalimentare italiano nel mondo*
- 4.6 *Promozione dei flussi turistici*
- 4.7 *Filiere produttive e approvvigionamento di materie prime critiche*
- 4.8 *Eccellenze scientifiche e tecnologiche*
- 4.9 *Economia dello Spazio*
- 4.10 *Innovazione e startup*
- 4.11 *La diplomazia sportiva*
- 4.12 *Gare internazionali*
- 4.13 *Supporto finanziario all'internazionalizzazione e Fondo nazionale Made in Italy*
- 4.14 *Attrazione e sblocco degli Investimenti Diretti Esteri*



## 1.

---

### Quadro macroeconomico e scenari di riferimento

#### 1.1 Il contesto geoeconomico di riferimento

Il sistema geoeconomico mondiale sta attraversando una fase complessa di ristrutturazione in cui i conflitti e le tensioni geopolitiche assieme ai processi di transizione *green* e *tech* stanno cambiando il volto della globalizzazione. Non si registrano tuttavia processi sostanziali di decrescita dell'economia globale quanto piuttosto si intravedono possibili faglie di frammentazione del sistema degli scambi internazionali se dovessero consolidarsi le tendenze alle restrizioni e regolamentazioni all'economia per obiettivi non di mercato (sicurezza economica, transizione ambientale, autonomia strategica). Il 2024 sarà un anno segnato da importanti eventi internazionali, in cui le due più grandi economie del mondo (Stati Uniti e Unione Europea) rinnoveranno i vertici e l'Italia eserciterà la presidenza del G7.

Proprio nel quadro del G7 la Presidenza porrà un'attenzione specifica alla rivoluzione *tech* legata all'Intelligenza Artificiale, alla sua dimensione etica e alla sua dimensione industriale. Essa verrà sviluppata nella Ministeriale Industria ripristinata a distanza di sette anni dalla precedente analoga riunione: l'industria torna al centro dell'agenda delle economie più sviluppate del pianeta anche con il contributo dei portatori d'interesse industriale (B7) e arricchita da una serie di eventi incentrati sulle *start-up* e l'IA per rafforzare la proiezione internazionale dell'industria italiana e la valorizzazione del Made in Italy. L'obiettivo è guardare alla transizione digitale dalla prospettiva del manifatturiero, mettendo in risalto la qualità e la capacità di innovare del sistema Paese, sviluppando il concetto di “*Digital and Technology Made in Italy*” nei settori dell'intelligenza artificiale, delle tecnologie quantiche, dei semiconduttori dello spazio e dello sviluppo digitale dei PVS. Sul fronte europeo il primo semestre del 2024, in attesa della nuova Commissione, sarà concentrato su alcuni dossier molto importanti che riguardano l'entrata in vigore dei regolamenti sulle materie prime critiche, sull'intelligenza artificiale e la conclusione del negoziato sul regolamento *Net-Zero*.

L'Italia deve guardare al 2024 con il duplice obiettivo del consolidamento e della diversificazione: consolidamento dei propri *partner* internazionali ma anche diversificazione ed ampliamento dei mercati di riferimento, tenendo in dovuto conto la maggiore complessità e volatilità del sistema internazionale, nonché l'aumento nel numero dei poli economici del sistema internazionale.

In questo contesto, il quadro macroeconomico di riferimento per la Cabina di Regia è costituito da tre principali ambiti di riferimento: l'andamento dell'**economia italiana**; l'andamento dell'**economia globale**; i dati macroeconomici dei **principali Paesi target** per l'export italiano, per i flussi di turismo e per l'attrazione degli investimenti.

#### 1.2 La performance internazionale dell'economia italiana

Secondo gli ultimi dati pubblicati dall'ISTAT<sup>1</sup>, l'export italiano di beni nel 2023 rispetto al 2022 risulta stazionario, con un valore pari a 626 miliardi di euro. Calcolato al netto dell'energia, l'*export* in valore italiano registra nel 2023 un +1,3%. Questi dati sono un risultato del bilanciamento tra un aumento delle esportazioni in valore (+5,3%) e una riduzione dei volumi esportati del 5,1%.

Si segnala che le esportazioni nazionali hanno visto una riduzione verso i mercati UE (-2,3%) ma hanno sperimentato una crescita in molti mercati extra europei (+2,5%). Inoltre, confrontando le quantità esportate nei primi 10 mesi del 2022 con i primi 10 mesi del 2023, si evincono forti

---

<sup>1</sup> ISTAT, Commercio con l'estero e prezzi all'import, 15 febbraio 2024.

incrementi verso i mercati dell'India (+36%), della Spagna (+9%), degli Stati Uniti (+6%) e della Cina (+3%)<sup>2</sup>.

Nell'anno 2023 il surplus commerciale è stato pari a circa 34,5 miliardi, con una crescita di oltre 68,5 miliardi rispetto al deficit di circa 34 miliardi registrato nel 2022. Calcolato al netto dei beni energetici, l'avanzo dell'interscambio è passato dai 76.854 milioni del 2022 ai 98.800 milioni del 2023. Anche la bilancia energetica ha visto un miglioramento netto, con il deficit passato dai -110.908 milioni del 2022 a -64.339 del 2023.

Per il 2024, in uno scenario di normalizzazione delle condizioni economico-finanziarie internazionali, è **previsto<sup>3</sup> un aumento complessivo delle esportazioni italiane di beni del 4,2%** in valore, grazie anche al rimbalzo della componente in volume. Analoga dinamica dovrebbe interessare **l'export di servizi** che dovrebbe attestarsi al **+4,6%**, consolidando l'ottima performance del 2023 in cui, in particolare grazie al forte contributo del turismo che ha beneficiato della ripresa dei movimenti intercontinentali, il settore è cresciuto del 11,3%<sup>4</sup>.

### *1.3 L'andamento e le prospettive dell'economia globale*

I fattori che hanno caratterizzato l'andamento dell'economia globale nel 2023 - la **debolezza della zona-Euro**, la **performance positiva degli Stati Uniti** e la **solida dinamica delle economie emergenti**, tra cui in particolar modo l'India - appaiono destinati in qualche misura a perdurare nel 2024, anche se con maggiore incertezza rispetto all'esercizio precedente.

La crescita dell'economia globale<sup>5</sup> è prevista per il 2024 in leggero rallentamento, con un **tasso di crescita del PIL mondiale stimato al 2,7%** rispetto allo scorso anno, quando il tasso di crescita era stato del 2,9%. Un gruppo di Paesi si caratterizzerà per forti tassi di crescita, tra di essi si segnalano le economie di India, Indonesia, Cina, Arabia Saudita, Turchia, Messico, Corea del Sud, Brasile e Stati Uniti<sup>6</sup>. Per i Paesi dell'area OCSE, invece, si prevede una crescita stimata di 1,4%, dunque più bassa di quella mondiale. Nel 2023 la crescita dell'area OCSE era stata del 1,7%.

Sul fronte **dell'interscambio mondiale di beni**, si prevede un aumento sostanziale del tasso di crescita del commercio mondiale in volume nel 2024 (+ 3,3%)<sup>7</sup>, in netto miglioramento rispetto al 2023. Le economie che trainano maggiormente la crescita del commercio mondiale sono quelle dei Paesi emergenti ed in via di sviluppo (+4,5%), in particolare Asia, Africa e Medio Oriente.

### *1.4 Le stime per il 2024 dei sette principali Partner di riferimento dell'Italia per export, turismo e investimenti*

Scendendo dal livello economico globale a quello dei principali partner “storici” commerciali, turistici e d'investimento dell'Italia possiamo evidenziare un gruppo particolarmente rilevante di Paesi costituito da: Cina, Francia, Germania, Giappone, Regno Unito, Stati Uniti e Svizzera. Questi sette Paesi assorbono il 47% delle nostre esportazioni<sup>8</sup>, coprono il 78% degli investimenti esteri<sup>9</sup> e sono i principali Paesi di origine dei flussi turistici in Italia, con il 54% dei flussi turistici in entrata<sup>10</sup>.

---

<sup>2</sup> Elaborazioni del Centro Studi MIMIT su dati ITC Trade Map.

<sup>3</sup> Previsioni SACE.

<sup>4</sup> Eurostat.

<sup>5</sup> I due principali parametri di riferimento dell'economia globale utilizzati sono quello della crescita economica mondiale (PIL mondo fonte OCSE) e quello del commercio internazionale di beni (fonte WTO).

<sup>6</sup> Fonte, Fondo Monetario Internazionale.

<sup>7</sup> Global Trade Outlook and Statistics, *Merchandise Trade volume and GDP growth*, WTO, ottobre 2023.

<sup>8</sup> Media 2013 – 2022.

<sup>9</sup> Media 2013 – 2022.

<sup>10</sup> Media 2013 – 2019.

Per il 2024, il Fondo Monetario Internazionale (FMI) stima che la Cina sperimenterà il tasso di crescita del PIL maggiore (4,6%). Gli Stati Uniti dovrebbero registrare una crescita del 2,1%, seguiti da Svizzera (1,8%), Francia (1%), Giappone (0,9%), Regno Unito (0,6%) e Germania (0,5%)<sup>11</sup>.

Per il 2025, si prevede che la Cina continuerà ad aumentare la quota di PIL globale detenuta con il 19,2% rispetto al 18,4% del 2022<sup>12</sup>. Tutti i restanti Paesi rappresentati dovrebbero assistere a una contrazione della propria quota di PIL globale.

Per quanto riguarda il PIL pro capite, per il 2025 con 74.233 \$ pro capite, la Svizzera si dovrebbe confermare il primo Paese tra quelli selezionati, seguita da Stati Uniti (67.242 \$), Germania (55.511 \$), Francia (49.255 \$), Regno Unito (47.234 \$). Dei Paesi asiatici solo il Giappone dovrebbe mantenere un PIL pro capite simile ai Paesi europei (43.713 \$) seguito a molta distanza dalla Cina (20.672 \$)<sup>13</sup>.

Nel 2024 (+ 3,57%) la Cina dovrebbe confermarsi come secondo Paese per tasso di crescita delle importazioni di beni e servizi, sebbene con tassi molto inferiori rispetto al +7,41% del 2023. Gli Usa sono il secondo Paese per tasso di crescita delle importazioni con una stima di +1,9% seguiti a Giappone +1,8%, Regno Unito + 1,5%, Francia + 1,47%, Germania +0,94% e Svizzera + 0,18%<sup>14</sup>. Tra le economie crescenti un'attenzione particolare sarà dedicata a quei Paesi che, in funzione del loro ampio tasso di crescita stimato, potrebbero emergere come nuovi partner economici rilevanti dell'Italia. In particolare, sono da segnalare i tassi di crescita stimati delle economie di India +6,5%, Vietnam +5,8%, Indonesia +5%<sup>15</sup>.

Per quanto riguarda le previsioni per il 2024 di importazioni di questi tre Paesi le stime disponibili prevedono che l'Indonesia aumenterà le importazioni dal resto del mondo di quasi il 14%, l'India del 6% e il Vietnam del 6%<sup>16</sup>. Nelle Tabelle a - h si riportano i dati di base relativi a Prodotto Interno Lordo, importazioni, flussi turistici e investimenti diretti esteri dei principali *partner* economici dell'Italia.

---

<sup>11</sup> Fondo Monetario Internazionale, *World Economic Outlook Database*, gennaio 2024, Pil a prezzi costanti. Il dato della Svizzera è di ottobre.

<sup>12</sup> Fondo Monetario Internazionale, *World Economic Outlook Database*, ottobre 2023.

<sup>13</sup> Fondo Monetario Internazionale, *World Economic Outlook Database*, ottobre 2023. Pil pro capite a prezzi costanti (PPA; 2017 international dollar).

<sup>14</sup> OCSE, *Economic Outlook*, No. 114, novembre 2023.

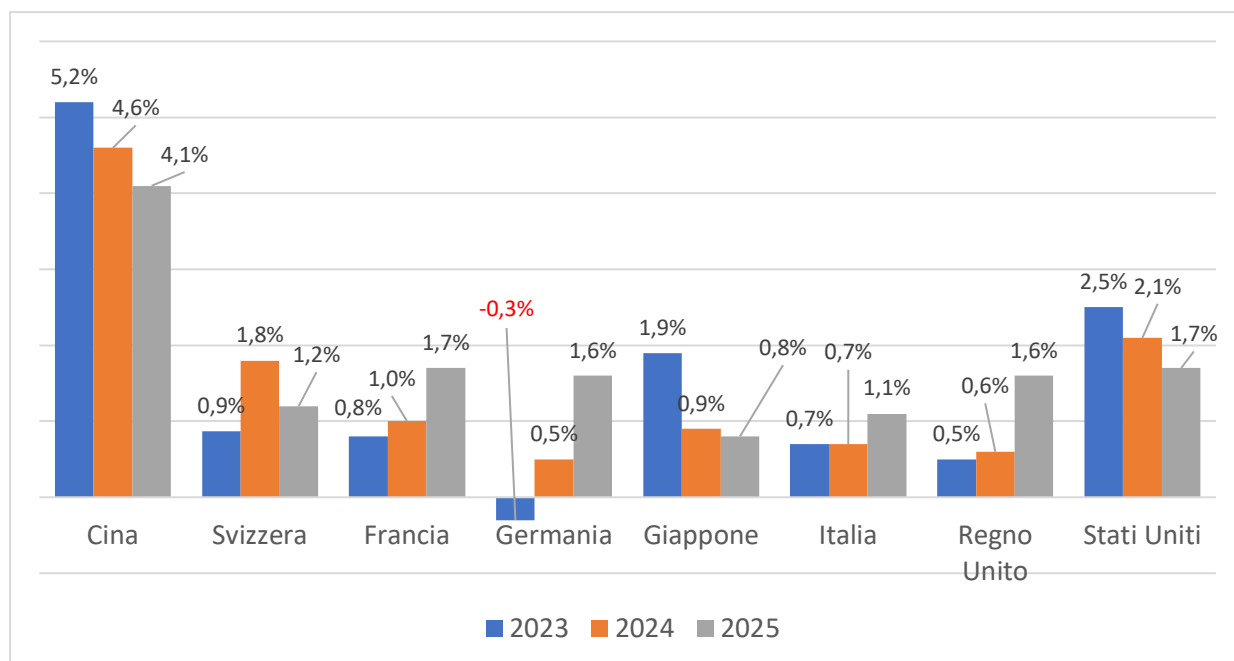
<sup>15</sup> Fondo Monetario Internazionale, *World Economic Outlook Database*, gennaio 2024. Il dato del Vietnam è di ottobre.

<sup>16</sup> Fondo Monetario Internazionale, *World Economic Outlook Database*, ottobre 2023.

### 1.5 Tabelle dati di riferimento per il capitolo 1

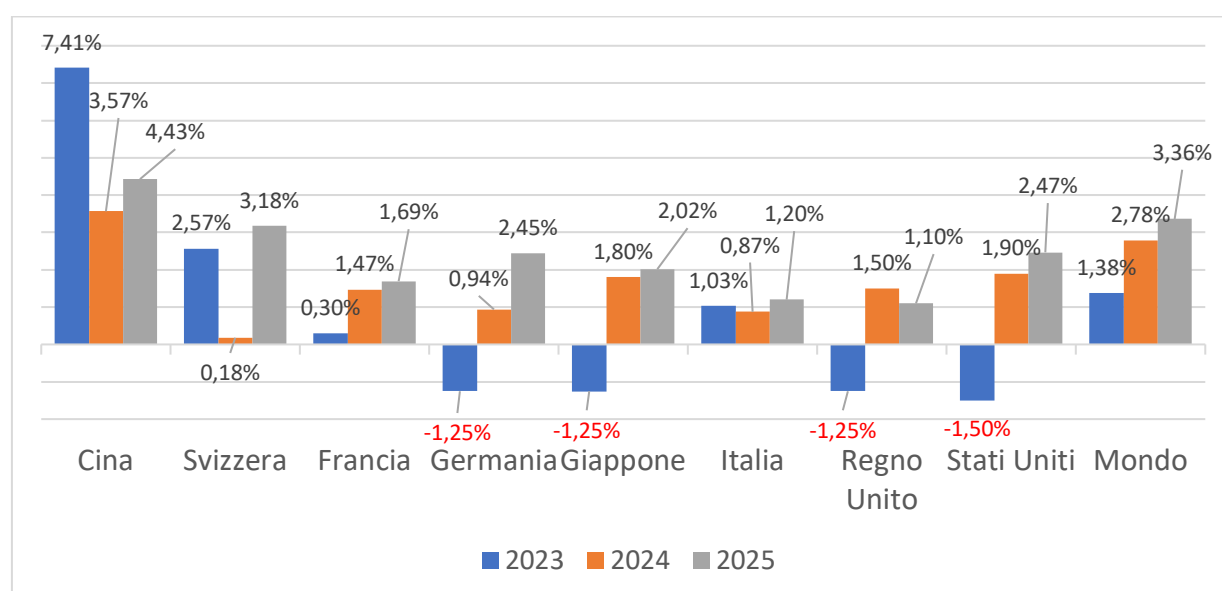
Si riportano di seguito i principali dati di riferimento relativi ad andamento dell'economia globale, principali mercati dell'export italiano, flussi di Investimenti Diretti Esteri, arrivi di turisti stranieri in Italia e spesa media per Paese di origine.

#### a. Tasso di crescita del Pil dei P7 e dell'Italia (2023, 2024, 2025)



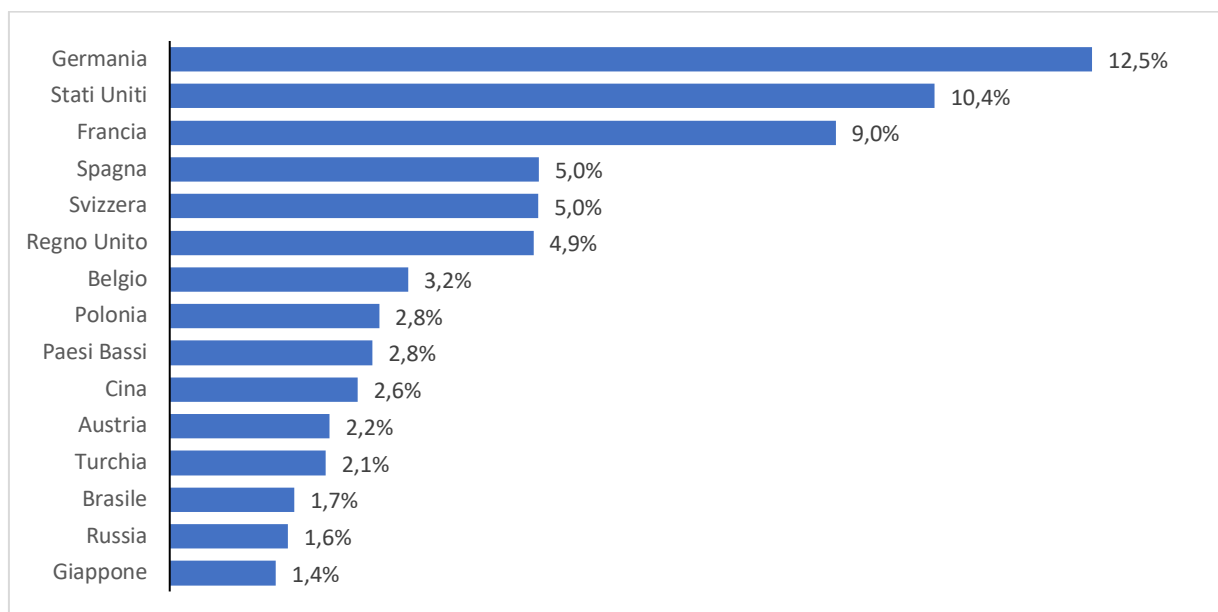
Fonte: Fondo Monetario Internazionale, *World Economic Outlook Database*, gennaio 2024.

#### b. Tasso di crescita del valore delle importazioni di beni e servizi dei P7 (2023, 2024, 2025)



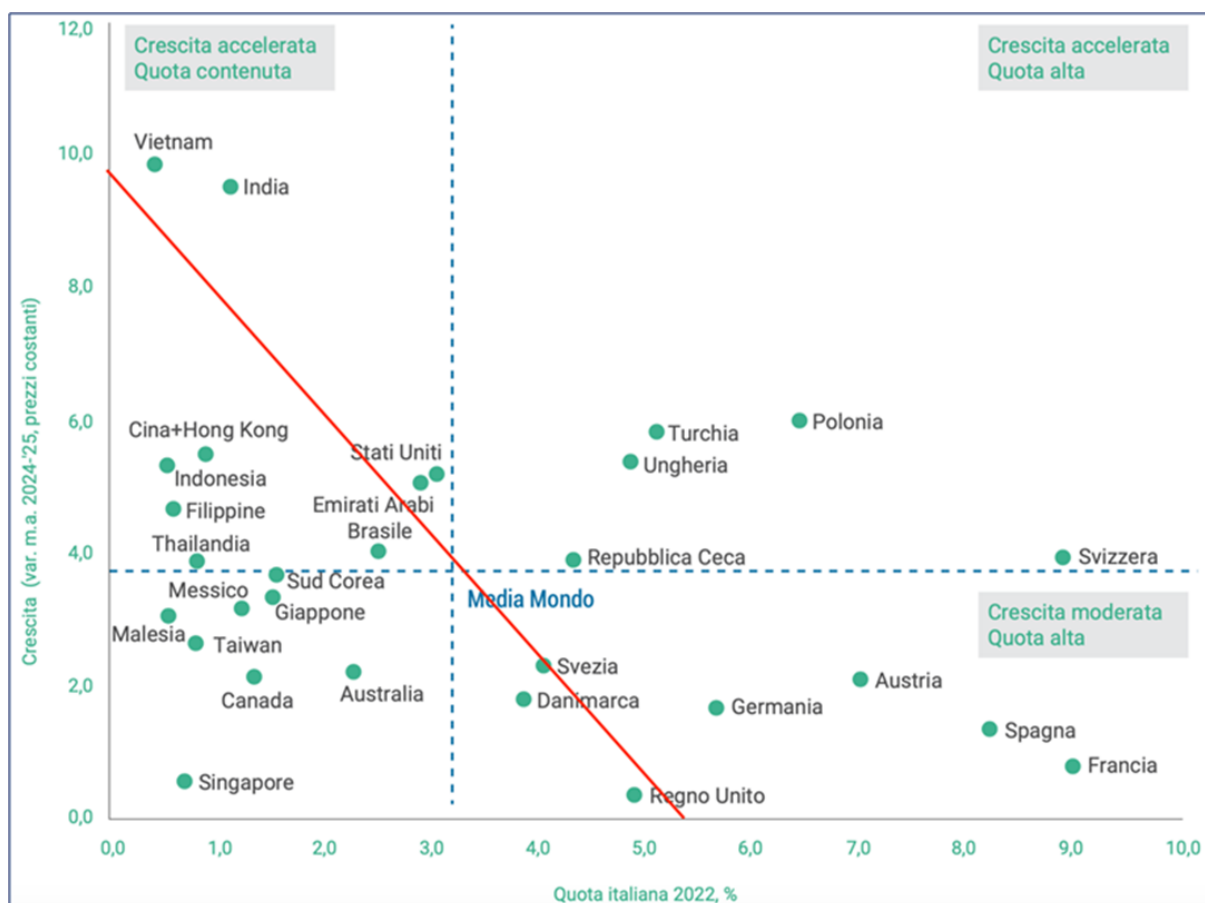
Fonte: OCSE, *Economic Outlook*, No. 114, novembre 2023.

**c. Esportazioni Italia per Paese di destinazione (peso percentuale sul totale, (media 2013-2022))**



Fonte: elaborazione Centro Studi MIMIT su dati Eurostat, Istat, Ocse, ICE.

**d. Posizionamento delle esportazioni italiane in paesi importatori**



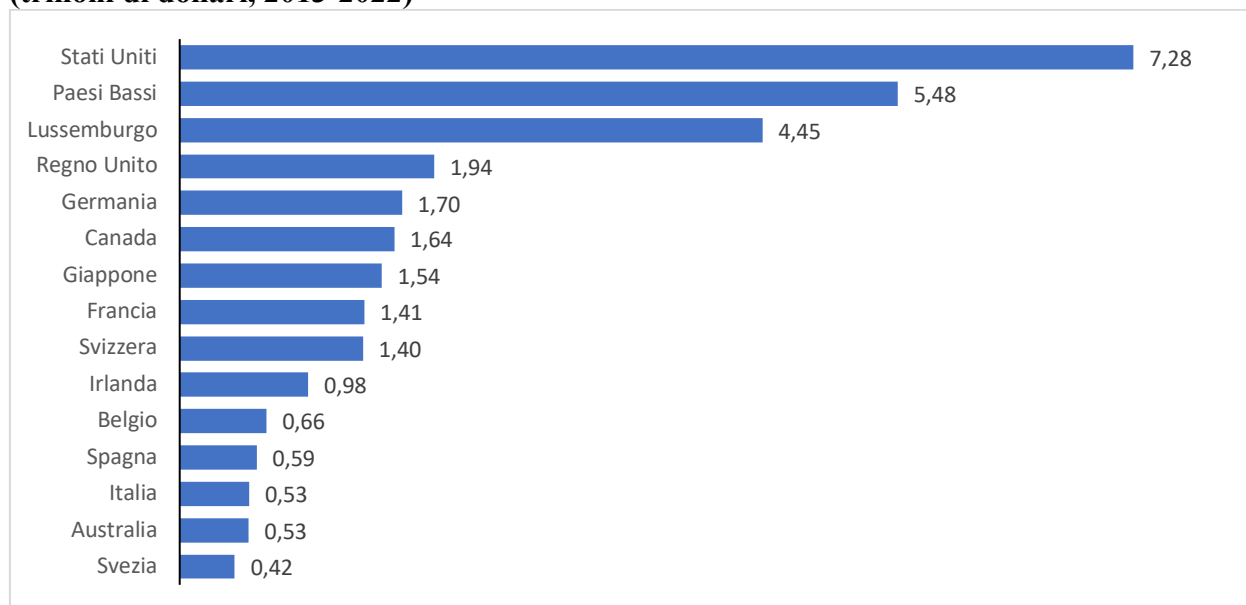
Fonte: Rapporto ICE 2023.

**e. Valore assoluto e percentuale dei flussi di IDE in entrata in Italia per Paese d'origine  
(milioni di euro, valori medi 2013-2022)**

|    | <b>Paesi</b>  | <b>Valore</b> | <b>%</b> |
|----|---------------|---------------|----------|
| 1  | Francia       | 6.775,6       | 41,2%    |
| 2  | Germania      | 2.120,2       | 12,9%    |
| 3  | Paesi bassi   | 2.118,2       | 12,9%    |
| 4  | Spagna        | 1.197,9       | 7,3%     |
| 5  | Svizzera      | 1.016,2       | 6,2%     |
| 6  | Lussemburgo   | 907,2         | 5,5%     |
| 7  | Stati Uniti   | 479,0         | 2,9%     |
| 8  | Cina          | 394,4         | 2,4%     |
| 9  | Svezia        | 363,2         | 2,2%     |
| 10 | Giappone      | 275,1         | 1,7%     |
| 11 | Regno Unito   | 139,2         | 0,8%     |
| 12 | Austria       | 135,2         | 0,8%     |
| 13 | Danimarca     | 95,7          | 0,6%     |
| 14 | Russia        | 72,3          | 0,4%     |
| 15 | Corea del Sud | 70,0          | 0,4%     |
| 16 | Singapore     | 66,0          | 0,4%     |
| 17 | Argentina     | 62,1          | 0,4%     |
| 19 | Australia     | 45,7          | 0,3%     |
| 20 | Algeria       | 37,4          | 0,2%     |
| 21 | Norvegia      | 37,1          | 0,2%     |

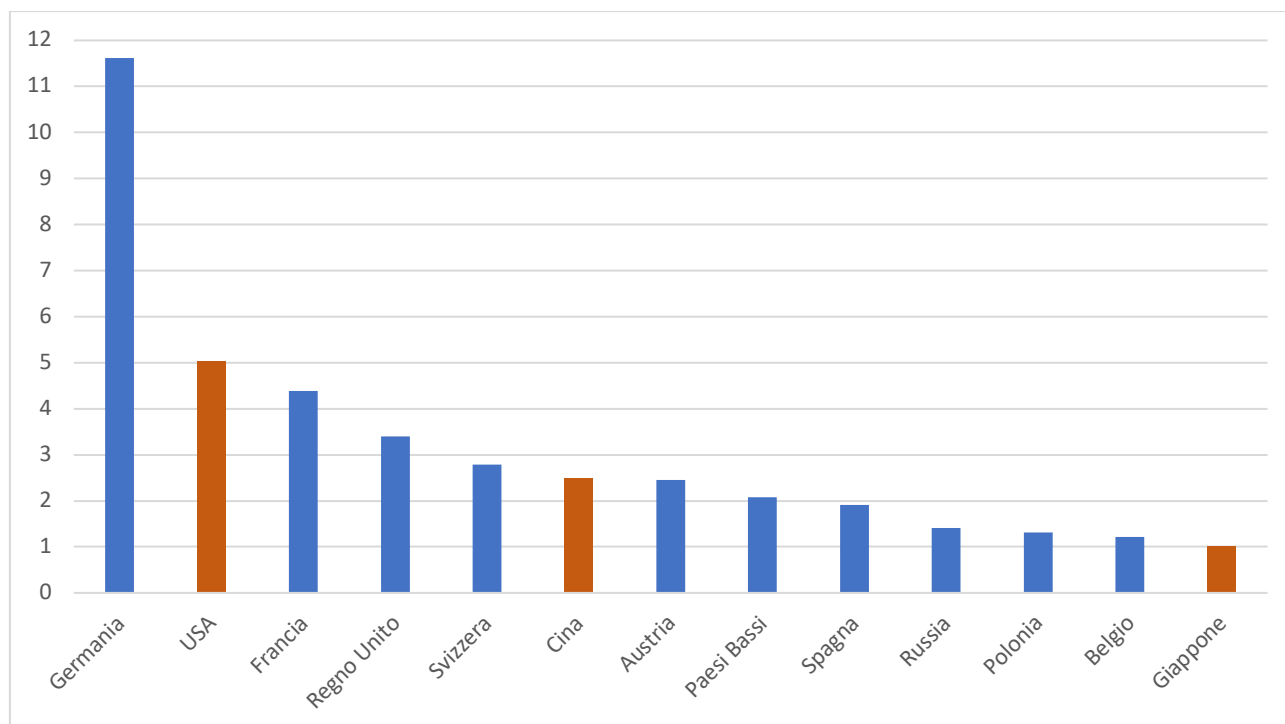
Fonte: elaborazione del Centro Studi MIMIT su dati Ocse.

**f. Flussi di IDE medi annui in valore per Paese d'origine verso mondo  
(triloni di dollari, 2013-2022)**



Fonte: elaborazione del Centro Studi MIMIT su dati Ocse.

**g. Arrivi nelle strutture turistiche italiane per Paese di origine  
(milioni di persone, valori medi 2013-2022)**



Fonte: elaborazione del Centro Studi MIMIT su dati Eurostat.

**h. Spesa media per origine (Paese) del viaggiatore  
(valore medio 2013-2022)**

| Paese d'origine del viaggiatore | Spesa media per origine del viaggiatore<br>Anni 2013-2022 |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| <b>Giappone</b>                 | 2.054 €                                                   |
| <b>Canada</b>                   | 1.314 €                                                   |
| <b>USA</b>                      | 1.249 €                                                   |
| <b>Russia</b>                   | 1.035 €                                                   |
| <b>Regno Unito</b>              | 626 €                                                     |
| <b>Spagna</b>                   | 489 €                                                     |
| <b>Germania</b>                 | 480 €                                                     |
| <b>Francia</b>                  | 321 €                                                     |
| <b>Austria</b>                  | 245 €                                                     |
| <b>Svizzera</b>                 | 187 €                                                     |

Fonte: elaborazione del Centro Studi MIMIT su dati Banca d'Italia.



## 2.

---

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

L'integrazione fra politica di promozione commerciale e quella di supporto alla politica industriale dell'Italia, deve esplicitarsi in azioni sempre più raccordate, sia a livello di pianificazione strategica governativa che nell'attuazione delle attività di sostegno pubblico alle imprese:

- affiancando sempre più le PMI sui mercati tradizionali, soprattutto con azioni informative e di supporto diretto al reperimento di giusti canali distributivi;
- ripartendo le risorse pubbliche per il sostegno del Made in Italy verso i mercati più promettenti e distanti, nonché verso settori innovativi a più alto valore aggiunto;
- supportando il rafforzamento del sistema fieristico italiano;
- rafforzando gli strumenti a supporto dell'internazionalizzazione;
- integrando maggiormente la ricerca degli approvvigionamenti strategici e delle materie prime fondamentali nelle azioni di internazionalizzazione;
- promuovendo gli interessi dell'industria nazionale in sede di *policy-making* a livello Ue e internazionale.
- promuovendo azioni trasversali e strumenti a sostegno della formazione e della crescita di competenze degli operatori, con particolare riferimento all'innovazione digitale e alle strategie di posizionamento sui mercati.

L'ampiezza e la profondità dell'export italiano di beni e servizi, attestatosi nel 2023 oltre 730 miliardi di euro (nuovo *record* assoluto), impone uno sguardo attento alla presenza internazionale del supporto pubblico alle imprese ed anche, alla luce della difficile fase congiunturale attraversata, verso quali Paesi calibrare al meglio lo sforzo promozionale (tavola i).

A ciò sia aggiunta che l'Italia è una Nazione ad ampio spettro merceologico delle esportazioni, con un numero amplissimo di prodotti e servizi che varcano i confini nazionali per essere venduti ad un numero sempre più crescente di consumatori finali che possono accedere ai prodotti Made in Italy non solo del settore lusso, ma anche sul versante tecnologico per migliorare ed accrescere la competitività dei loro sistemi industriali. Ciò differenzia nettamente il "Sistema Italia"<sup>17</sup>, che può contare su un esercito di oltre 130.000 aziende esportatrici, da altri Paesi concorrenti.

Essere la seconda manifattura europea e la quinta a livello mondiale, impone un deciso sforzo di supporto al mondo imprenditoriale nazionale. Bisogna sempre ricordare che l'export di beni e servizi è un valore pari a circa il 37% del PIL e cioè della ricchezza dell'Italia. In particolare, i recenti dati rilevano che nell'ultimo decennio l'*export* ha sostenuto in misura significativa lo sviluppo della nostra economia con un contributo delle esportazioni di beni e servizi alla crescita del PIL che nel periodo 2010-2022 è stato pari a 9,9 punti percentuali in termini reali<sup>18</sup>.

La promozione internazionale deve tenere conto del particolare valore aggiunto che le piccole e medie imprese, i consorzi ed il sistema delle cooperative, realtà ben radicate sul territorio, possono dare alla competitività del sistema economico, in quanto autentiche testimonianze del concetto di Made in Italy.

Nello specifico, bisogna sempre più articolare le attività di supporto alle imprese sui mercati esteri dando maggior impulso a quanto le micro e piccole imprese possano fare per migliorare e qualificare la loro struttura aziendale attraverso la formazione di giovani *export manager*, ampliare il numero di iniziative promozionali e di assistenza alle medie imprese che necessitano sempre più di

---

<sup>18</sup> Fonte SACE.

un approccio omnicomprensivo che comprenda attività di collaborazione industriale, oltre a quelle classiche di promozione commerciale ad esempio attraverso: fiere, mostre, *workshop*, forum bilaterali, reperimento di canali distributivi, ecc. Ciò impone un rapporto sempre più connesso fra la politica di promozione commerciale ed i rapporti di collaborazione sui temi di politica industriale fra l'Italia ed una vasta platea di Stati che guardano al Made in Italy come ad un modello tecnologico ed imprenditoriale riproducibile a vario livello.

La vastissima gamma di prodotti identificabili con il classico Made in Italy e cioè i beni di consumo tradizionali quali: moda, agro-alimentare, vini, gioielleria, arredo, nautica, restano e resteranno correttamente i punti di forza imprescindibili dell'Italia nel mondo ed in e verso di essi dovrà essere orientato il sostegno pubblico. In questo senso la valorizzazione dei prodotti tricolori passa attraverso la conquista di nuove fasce di consumatori nei paesi di nuova emersione economica che apprezzano sempre più il “bello e ben fatto” nazionale.

Allo stesso tempo nell'obiettivo di collegare sempre più la politica commerciale con quella industriale è necessario orientare il supporto pubblico anche verso le esportazioni dei settori produttivi a maggior valore aggiunto ed emergenti, come quelli della **robotica, dell'agritech, delle tecnologie per la protezione ambientale, delle energie rinnovabili, delle scienze della vita, dell'aerospazio, dell'automotive di ultima generazione, della meccanica strumentale, della chimica fine, della cybersecurity, dell'elettronica, delle industrie creative e delle tecnologie del restauro.**

Nella tabella m., si riporta la variazione percentuale media del valore aggiunto al costo dei fattori, nel periodo 2009-2021, per alcuni esempi di Codici Ateco a 4 *digit* riconducibili ai settori menzionati in precedenza.

Questi settori vanno promossi in maniera sistemica abbinando sempre più l'aspetto prettamente commerciale connesso alla mera vendita ad accordi di partenariato, *joint-venture*, cessione di licenze, in una visione più ampia di raccordo fra politica promozionale e politica industriale nazionale sul modello di quanto già effettuano numerosi Paesi concorrenti dell'Italia nei diversi mercati internazionali.

## 2.1 Le priorità geografiche

Sul **versante geo-strategico**, il dato di partenza è la constatazione che l'ampia platea degli esportatori nazionali soprattutto quelli micro/piccoli e medi si riversa sempre più sui mercati europei, sfiorando solamente mercati strategici quali: **USA, Giappone, Estremo Oriente Asiatico e Golfo Arabico, che rappresentano ormai dei capisaldi essenziali per l'export nazionale.** Bisogna dunque sempre più affiancare le PMI su questi mercati, così come su quelli dell'America Latina e dell'Oceania, soprattutto con azioni informative e di supporto diretto al reperimento di giusti canali distributivi.

Un capitolo realmente di rilievo per la strategia operativa del supporto pubblico all'internazionalizzazione del Sistema Italia è quello relativo **all'Africa**, che oggi sta divenendo un mercato continentale che va ben oltre i dati attuali dell'export del Made in Italy per ora ancora troppo limitati.

Nell'**evoluzione della “geografia dell'export”** è necessario dunque dare maggiore rilevanza ai **mercati extra UE**, dove si registra una dinamica di **crescita (+3,5%)** in controtendenza rispetto ai mercati dell'**Unione Europea (-1,8%)**. La **dimensione del Vicinato** è dunque destinata a rivestire un'importanza crescente per l'Italia, dal Mediterraneo allargato, ai Balcani, al Medioriente, al continente africano. L'azione di sostegno all'internazionalizzazione nel 2024 si svolgerà pertanto secondo strategie e iniziative diversificate a seconda del contesto dei differenti mercati.

## 2.2 I mercati maturi

I **mercati maturi** offrono ancora un importante bacino per le esportazioni dell'Italia per i beni di consumo e strumentali di qualità. Per i mercati avanzati si stima un potenziale ancora da cogliere per

il Made in Italy di 74 miliardi di euro, 8 miliardi per i beni strumentali<sup>19</sup>. Per i beni finali di consumo, gli **Stati Uniti** sono il mercato con il più alto potenziale in termini assoluti (22,6 mld). Se si considera l'intero Nord America il potenziale è ancora più elevato, grazie a 4,6 miliardi di euro di possibile *export* aggiuntivo in **Canada**. Un significativo potenziale si riscontra anche nei seguenti paesi: **Germania** (5,7 mld), **Giappone** (4,6 mld) e **Regno Unito** (4 mld). Alto margine in **Corea del Sud** (potenziale sfruttabile del 65%). Seguono **Belgio** (2,7 miliardi), **Austria** (2 miliardi) e **Portogallo** (1,3 miliardi)<sup>20</sup>.

Per i beni strumentali, in cui l'Italia può contare sulle esportazioni a elevata sofisticazione che si distinguono per l'alta intensità di automazione, creatività e tecnologia, gli **Stati Uniti** risultano quale mercato principale con un potenziale sfruttabile di 1,6 miliardi di euro. **Francia, Germania, Canada e Austria** presentano un potenziale simile che si aggira per ciascuno sui 600 milioni di euro. Seguono, in ordine di potenziale sfruttabile, **Corea del Sud, Regno Unito, Paesi Bassi, Spagna, Polonia, Repubblica ceca, Svizzera, Ungheria, Belgio, Giappone, Irlanda, Australia, Slovacchia, Svezia e Danimarca**.

Le modalità di promozione del Made in Italy devono tenere in conto anche lo squilibrio territoriale dell'export nazionale, che vede le 8 regioni del Mezzogiorno incidere solo per il 10% del totale nazionale. Un obiettivo dell'internazionalizzazione deve essere anche quello di colmare questo divario, partendo soprattutto dalla formazione dei giovani diplomati e laureati e dei quadri aziendali.

### 2.3 I mercati emergenti

I **mercati emergenti** presentano uno specifico interesse in una prospettiva di medio-lungo periodo, in ragione di un notevole potenziale di crescita, anche in un'ottica di *nearshoring* o *friendshoring*. Secondo recenti studi<sup>21</sup> sul potenziale dell'export italiano tra i mercati emergenti/ad alto potenziale si registra un potenziale sfruttabile di rispettivamente 22 e 8 miliardi di euro per i beni finali di consumo e per i beni strumentali.

Per i beni finali di consumo, tra i primi paesi per potenziale sfruttabile vi sono la **Cina** e l'**Arabia Saudita** (rispettivamente 2,4 e 2,0 miliardi di euro), **Qatar** ed **Emirati Arabi Uniti** (complessivamente: 2,5 mld). Seguono, in ordine di potenziale sfruttabile, **Messico, Kazakhstan, Vietnam, Singapore Thailandia, Malesia, Filippine, Brasile, Turchia, Cile, India, Egitto, Algeria, Colombia e Giordania**.

Per i beni strumentali, il potenziale aggiuntivo negli emergenti è guidato dalla **Cina**, dove è ancora sfruttabile il 52% del potenziale di export totale per un ammontare pari a circa 2 miliardi di euro. Seguono **Turchia** (700 mln.), **India** (600 mln). I paesi del Sudamerica, **Messico** e **Brasile** offrono 400 e 300 milioni di euro di potenziale sfruttabile. Tra gli emergenti si trovano anche, in ordine di potenziale sfruttabile: **Vietnam, Thailandia, Malesia, Egitto, Arabia Saudita, Indonesia, Uzbekistan, Bangladesh, Pakistan, Nigeria, Argentina** ed **Emirati Arabi Uniti**.

Inoltre, anche in un'ottica di *nearshoring* e in considerazione del potenziale di crescita, si segnalano i mercati di vicinato strategico dei Balcani e dell'**Europa centro-orientale** più in generale (tra cui: Albania, Bosnia ed Erzegovina, Bulgaria, Ungheria, Montenegro, Polonia, Romania, Macedonia del Nord e Serbia).

Tra le economie emergenti in Asia centrale, si segnala in particolare il **Kazakhstan**, quale Paese strategico per l'Europa, in particolare nel settore energetico, per le opportunità nel settore delle infrastrutture e per il potenziale di crescita.

Un continente di grande interesse è poi l'America del Sud con l'aggiunta del Messico, vero paese *leader* dell'area latino-americana. Nel continente americano del Sud un'attenzione particolare dovrà esser data a Brasile, Argentina, Colombia ed al Cile che guardano anch'essi alla collaborazione con il sistema produttivo italiano.

---

<sup>19</sup> Confindustria, 2023.

<sup>20</sup> Confindustria, 2023.

<sup>21</sup> Confindustria, 2023.

## 2.4 Africa e Ucraina: due priorità strategiche per il 2024

Nel corso del 2024, l'attenzione prioritaria per il Continente africano si traduce nella messa in opera di azioni mirate volte a **rafforzare la collaborazione economica con il continente**, con l'obiettivo di favorire un circolo virtuoso di sviluppo e crescita condivisa. Una collaborazione rafforzata che deve puntare a cogliere le opportunità dell'attuale fase di evoluzione economica dell'Africa. L'obiettivo di un crescente numero di paesi africani non è più soltanto quello di raggiungere una maggiore integrazione nell'economia internazionale esportando al di fuori dell'Africa ma anche di **sviluppare la dimensione regionale degli scambi**, sfruttando l'effetto volano dei **processi di integrazione avviati su scala regionale** e perseguire una maggiore **diversificazione delle loro economie** e lo **sviluppo di una base manifatturiera** che consenta di aggiungere valore alle loro produzioni. La sicurezza alimentare, perseguibile attraverso l'internazionalizzazione verso l'Africa delle filiere strategiche agricole e bioenergetiche, rappresenta un importante strumento di stabilizzazione e sviluppo sostenibile del continente.

Al continente africano sarà pertanto dedicato un corposo pacchetto di iniziative, che si inquadrano concettualmente nella realizzazione del **Piano Mattei per l'Africa**, con l'obiettivo di dare maggior corpo alla dimensione del partenariato economico con il continente. Tale obiettivo sarà perseguito attraverso un accresciuto impegno sul fronte della realizzazione di eventi di partenariato economico, rafforzando le attività di formazione professionale in settori di reciproco interesse, attraverso misure ad hoc di finanza agevolata, attraverso il rafforzamento della rete di uffici delle agenzie del Sistema Paese attivi nel settore della collaborazione economico-commerciale, con la realizzazione di programmi volti a sostenere la collaborazione in campo scientifico-tecnologico.

Le attività promozionali dell'Italia vanno indirizzate sia alla fascia dei paesi mediterranei, dove vi sono interessi strategici connessi non solo ai temi dell'energia ed a quello migratorio (Algeria, Tunisia, Libia, Marocco), sia in una serie di paesi dell'Africa sub-sahariana, dove intere filiere tecnologiche del Made in Italy sono considerate dai governi, ma soprattutto ancor più dalle nascenti classi imprenditoriali, come modelli di riferimento. Si pensi ad esempio all'agricoltura, alla trasformazione agricola, alla catena del freddo, al confezionamento, ma anche ai macchinari e tecnologie per l'industria meccanica, l'elettronica, le tecnologie per la protezione ambientale, le energie rinnovabili, ecc. Tutti comparti dove l'Italia è indubbiamente un *leader* mondiale, potenzialmente meglio posizionata di altri concorrenti come Francia, USA, Cina, Germania, Regno Unito, Giappone.

Sul fronte della realizzazione di **eventi di partenariato economico**, nella prima metà del 2024 si punterà sulla promozione della collaborazione su temi di comune interesse in settori chiave quali la **transizione energetica e digitale**, la **mobilità sostenibile**, l'**agroindustria** e lo **sviluppo del settore manifatturiero e sull'incentivazione di azioni e progetti sperimentali**. Il partenariato economico rappresenta, per settori strategici come l'agroalimentare, anche la leva per raggiungere i mercati esteri con un'offerta integrata di filiera e veicolare le innovazioni produttive e tecnologiche. Tale iniziativa, attraverso opportune **sinergie con** le attività realizzate sul fronte della **cooperazione allo sviluppo**, punta inoltre a favorire una migliore conoscenza delle opportunità derivanti dall'azione realizzata dalle **Banche Multilaterali di Sviluppo** attive nel Continente e delle opportunità per le imprese che derivano dalla possibilità per la cooperazione italiana di finanziare **attività di natura profit**.

Nel quadro dello sforzo sinergico che il Sistema Paese mira ad intraprendere per rafforzare la collaborazione con l'Africa, **Simest, SACE e Cassa Depositi e Prestiti** rafforzeranno la propria **presenza in Africa con nuovi uffici** ed una **specificata iniziativa di finanza agevolata** sarà resa **disponibile nel 2024 per potenziare gli strumenti di sostegno e garanzia di copertura degli investimenti**.

Continuerà inoltre il rafforzamento della rete di Uffici dell'Agenzia ICE nel continente, avviato nel quadro dell'attuazione del "Piano Attanasio". Agenzia ICE avvierà inoltre nuove procedure, per il finanziamento e la costituzione dei **Centri Tecnologici**, in un'ottica di potenziamento e rilancio di questo strumento su ulteriori mercati e settori del Made in Italy, con particolare focus sull'Africa.

Le CCIE presenti nella regione del Maghreb, dell'Africa orientale e dell'Africa del sud, con il coordinamento della CCIE in Mozambico, hanno messo a punto un programma di attività per recepire le esigenze di grandi gruppi italiani operanti nei diversi Paesi, nonché di una rete di piccole e medie imprese, che hanno contribuito alla realizzazione del programma. Inoltre, - Il sistema camerale italiano e italiano all'estero sta elaborando un programma sull'inserimento professionale nelle imprese dei migranti. A riguardo, partendo da un'analisi delle aree di potenziale richiesta di lavoratori stranieri da parte delle imprese italiane, condotta nell'ambito del Sistema Informativo Excelsior di Unioncamere, saranno successivamente attivati nei Paesi dell'area percorsi di formazione professionale specializzata con particolare riferimento ai settori della meccanica, dell'ICT e dell'agroalimentare.

Per quanto riguarda la ricostruzione dell'Ucraina, l'Italia è parte della **Piattaforma di Coordinamento dei Donatori**, insieme agli altri **Partner G7**. **L'assistenza bilaterale all'Ucraina**, al netto di quella militare e del nostro contributo all'assistenza europea, **ammonta a più di 2 miliardi di euro**, di cui circa 800 milioni di euro per i rifugiati, 310 milioni di euro in *budget support* e 93 milioni di euro in attività di sostegno umanitario.

L'impegno italiano è volto a favorire la partecipazione del settore privato, come si evince dal grande coinvolgimento di imprese italiane (600) ed ucraine (150) alla **Conferenza di Roma del 26 aprile 2023** e dalla predisposizione di **misure speciali di finanza agevolata** per l'accesso di imprese italiane ed ucraine alle attività di ricostruzione e l'apertura di un ufficio di Confindustria a Kiev.

Il sostegno italiano continuerà nel 2024, durante la **Presidenza del G7** e nel 2025 quando sarà organizzata la **Ukraine Recovery Conference**, con l'obiettivo di coinvolgere pienamente il **settore privato italiano e gli enti locali**.

La prima misura promuove l'accesso dell'Ucraina alle **misure italiane di finanza agevolata** per la fornitura di beni o la prestazione di servizi resi da aziende italiane.

La seconda misura riguarda l'istituzione di **una riserva dedicata per un ammontare complessivo di cento milioni**. Le imprese italiane potranno accedere a finanziamenti a tassi agevolati per investire in Ucraina. L'Italia ha, inoltre, ottenuto il **patrocinio per la ricostruzione di Odessa** e, in relazione a questo, il 31 ottobre 2023 è stato lanciato a Milano il **"Workshop sulla ricostruzione dell'Ucraina"**, che sarà seguito dal secondo evento a Roma a maggio del 2024.

## 2.5 *Una legge quadro per il Made in Italy: la L. 206/2023*

Uno dei principali strumenti di sistema per la promozione del Made in Italy, delle produzioni d'eccellenza, del patrimonio culturale e delle radici culturali nazionali è rappresentato dalla legge quadro sul Made in Italy n.206/2023 che stabilisce un sistema organico di misure strategiche ed interventi per il rilancio e il potenziamento del comparto industriale italiano. Grazie ad un insieme di misure strategiche, la normativa si propone quattro ambiti di intervento: 1) rafforzamento delle filiere del Made in Italy (costituzione del cd Fondo Sovrano e misure di sostegno settoriali), 2) formazione di competenze (Liceo del Made in Italy e Fondazione ad hoc per colmare il *gap* formativo); 3) ispirazione delle giovani generazioni (creazione della giornata nazionale del Made in Italy e dell'esposizione nazionale permanente; 4) lotta alla contraffazione.

Tale approccio di natura olistica mira a posizionare l'Italia come leader nell'innovazione, creatività e bellezza, favorendo la crescita dell'economia nazionale in conformità alle regole del mercato interno dell'Unione europea.

In essa viene istituito un Fondo Nazionale del Made in Italy partecipato dal MEF, aperto alla partecipazione di fondi di investimento e altri soggetti, con la *mission* di investire nelle filiere dei settori strategici, sin dalla fase dell'approvvigionamento delle materie prime. In altri termini, viene introdotto uno strumento d'azione efficace che sostiene in modo concreto il tessuto produttivo nazionale nei settori di maggiore eccellenza con uno stanziamento previsto di 700 Milioni per il 2023 e 300 milioni per il 2024.

Più nello specifico fra gli obiettivi e gli ambiti di intervento rientrano infatti la valorizzazione delle filiere strategiche produttive nazionali, quali quella del legno, del tessile e della moda attraverso

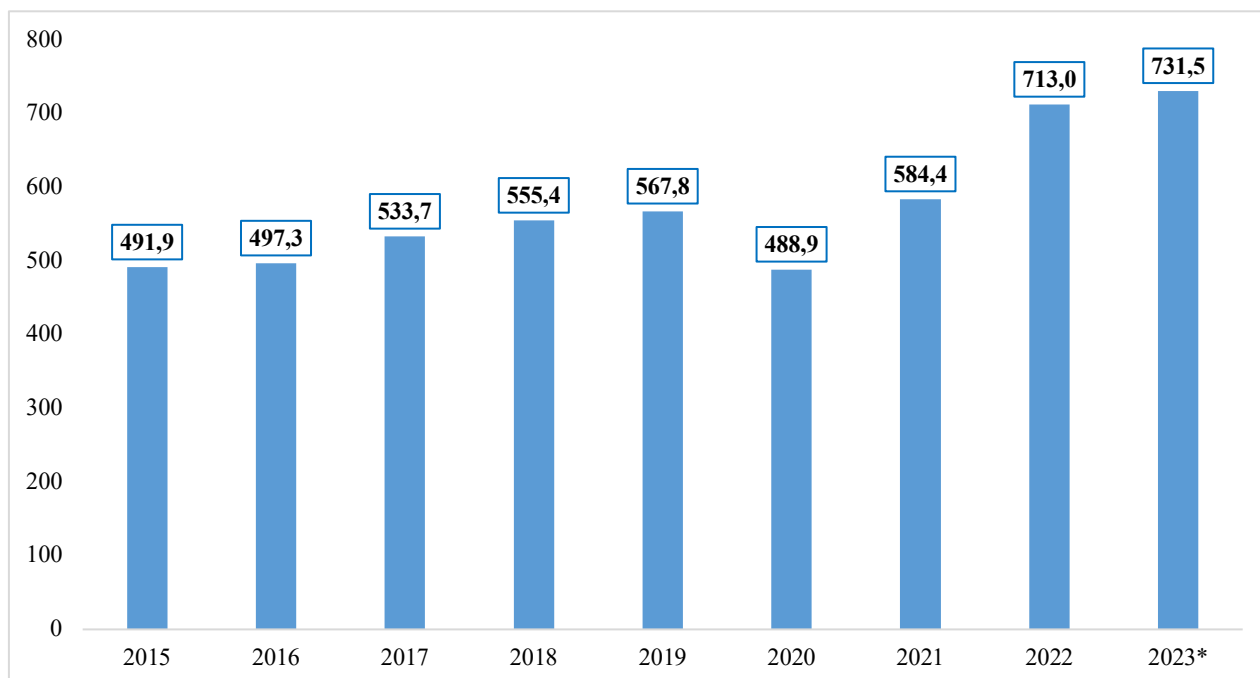
la promozione di progetti di transizione ecologica e digitale (punti 1, 3, 4); il sostegno all'imprenditoria femminile (2); il sostegno alla nautica da diporto per la sostituzione dei motori endotermici con motori ad alimentazione elettrica (6); l'istituzione della Fondazione Imprese e competenze per il Made in Italy, con compiti di raccordo tra le imprese e gli studenti (in sinergia con il nuovo Liceo del Made in Italy). La fondazione conferirà ogni anno il premio di Maestro del Made in Italy a imprenditori che si sono particolarmente distinti per la loro capacità di trasmettere il sapere e le competenze alle nuove generazioni nei settori di eccellenza del Made in Italy e si occuperà inoltre della realizzazione dell'esposizione nazionale permanente del Made in Italy (7); il sostegno al settore fieristico (vedi infra) ed ai mercati regionali (8); il supporto alla realizzazione dei disciplinari di produzione della nuova fattispecie delle indicazioni geografiche artigianali (o non-agricole) tipiche, da parte delle associazioni dei produttori operanti in una determinata zona, in attuazione del recente regolamento UE n. 2411/2023 (9); la promozione della transizione digitale dell'industria e dell'artigianato, mediante l'utilizzo di ambienti virtuali ed interattivi, lo sviluppo del commercio elettronico di beni e servizi e riorganizzazione dei processi produttivi, formativi e di *marketing* (10); nonché la promozione e la diffusione degli interventi in materia, attraverso campagne informative e di sensibilizzazione verso cittadini e imprese (11). La legge prevede inoltre misure di incentivazione della proprietà industriale in favore di start up innovative e micro-imprese per l'acquisto di servizi di consulenza e di brevettazione (12); lo sviluppo della tecnologia *blockchain* per la tracciabilità delle filiere (con l'istituzione del catalogo nazionale per il censimento delle soluzioni tecnologiche conformi e dei nodi infrastrutturali della rete, punto 13) nonché disposizioni speciali per la tutela dei marchi di particolare interesse e valenza nazionale (14). Altre disposizioni sono previste in materia di approvvigionamento di materie critiche per la filiera della ceramica (con la previsione dei relativi poteri sostitutivi del Ministero, punto 15); per l'Istituzione presso il MIMIT di una commissione tecnica per la redazione di linee guida per l'individuazione delle lavorazioni di particolare qualità del pane fresco e della pasta di semola di grano duro (16) e per l'istituzione del contrassegno del Made in Italy "*Origin Marking*" da apporre sui prodotti per conferire loro l'attestazione dell'origine italiana delle merci, in modo da assicurare una idonea protezione delle contraffazioni e delle falsificazioni. Questo nuovo strumento potrà essere utile anche per una oggettiva informazione ai consumatori, soprattutto quelli internazionali, e ad uniformare il sistema di *marketing* dell'*export*, abbandonando i "particolarismi", punto 17).

La Legge 206/23 istituisce inoltre la "**Giornata nazionale del Made in Italy**" (GNMI) ogni 15 aprile per la promozione di iniziative volte a celebrare la creatività e l'eccellenza italiana, la tutela del valore, le opere dell'ingegno ed i prodotti italiani. La GNMI viene prevista ogni anno al fine di celebrare la creatività e l'eccellenza italiana, presso le istituzioni pubbliche, le scuole, i luoghi di produzione e di riconoscere il ruolo sociale e il contributo allo sviluppo economico e culturale della Nazione. Per la GNMI 2024, il MIMIT sta predisponendo una serie di iniziative a livello istituzionale con ministeri ed enti pubblici, con il mondo imprenditoriale, della cultura ed in genere della società civile, diffuse su tutto il territorio nazionale. Il MAECI, allo stesso tempo, in raccordo con l'ICE, sta organizzando presso le sedi all'estero delle sessioni della GNMI dedicate a far conoscere sempre più e meglio ai sistemi imprenditoriali locali l'importanza ed i valori del saper fare italiano. Uno degli obiettivi più importanti della GNMI è quello di avvicinare sempre più i giovani al sistema produttivo nazionale. Far comprendere loro che gli aspetti valoriali del Made in Italy si concretizzano poi in creatività, artigianalità, innovazione, ricerca scientifica applicata, nuove tecnologie, ecc.

La legge introduce infine la nuova figura delle "imprese culturali e creative", avviando una programmazione triennale per la loro promozione e sviluppo all'estero.

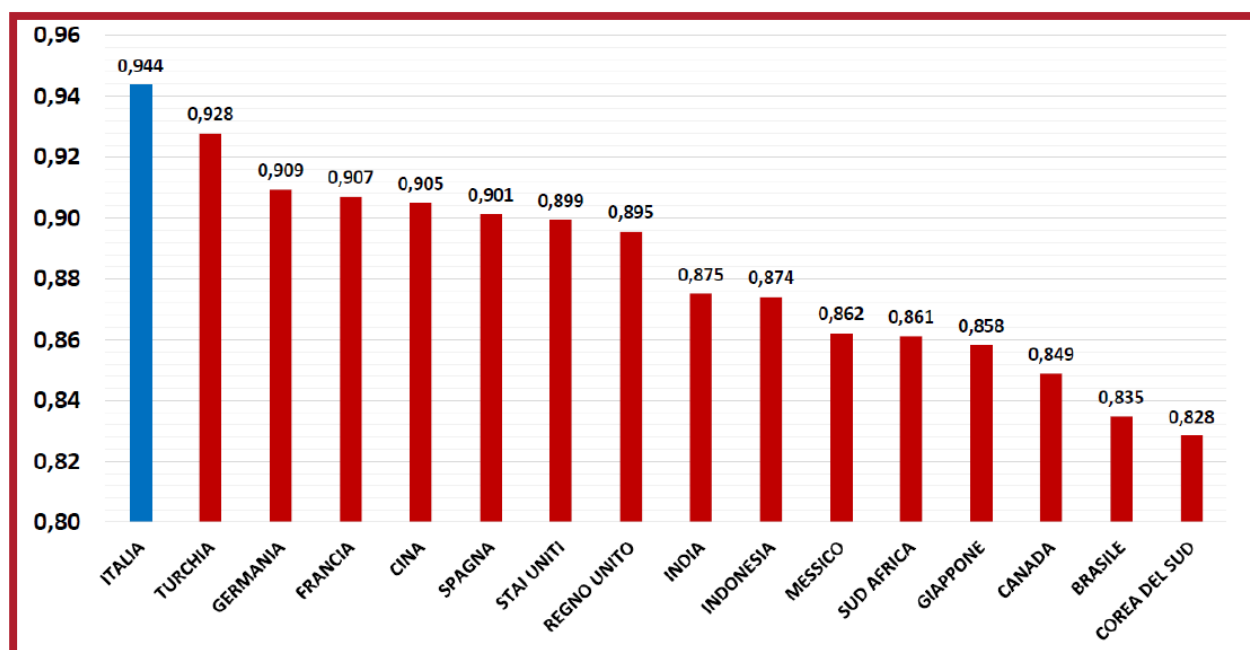
## 2.6 Tabelle dati di riferimento per il capitolo 2

### i. Export beni e servizi Italia a prezzi correnti (Mld. Euro)



Fonte: elaborazione Centro Studi MIMIT su dati Commissione Europea (\*stima).

### l. Indice di differenziazione dei prodotti esportati. Anno 2021



Fonte: elaborazione Fondazione Edison su dati UNCTAD.

**m. Variazione percentuale media del valore aggiunto al costo dei fattori nel periodo 2009-2021**

| <b>Ateco</b> | <b>Descrizione Ateco</b>                                                                      | <b>Variazione percentuale media periodo 2009-2021</b> |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <b>6130</b>  | Telecomunicazioni satellitari                                                                 | 39,9%                                                 |
| <b>7211</b>  | Ricerca e sviluppo sperimentale nel campo delle biotecnologie                                 | 19,2%                                                 |
| <b>2410</b>  | Siderurgia                                                                                    | 14,3%                                                 |
| <b>2014</b>  | Fabbricazione di altri prodotti chimici di base organici                                      | 13,2%                                                 |
| <b>2910</b>  | Fabbricazione di autoveicoli                                                                  | 8,9%                                                  |
| <b>2110</b>  | Fabbricazione di prodotti farmaceutici di base                                                | 6,8%                                                  |
| <b>3030</b>  | Fabbricazione di aeromobili, di veicoli spaziali e dei relativi dispositivi                   | 5,9%                                                  |
| <b>2712</b>  | Fabbricazione di apparecchiature per le reti di distribuzione e il controllo dell'elettricità | 5,7%                                                  |

Fonte: elaborazione Centro Studi MIMIT su dati ISTAT.

**n. Aree geografiche di destinazione dell'export italiano (gennaio - settembre 2023)**

| <b>Aree geografiche</b>           | <b>valori in milioni di euro</b> | <b>Peso percentuale su totale export</b> |
|-----------------------------------|----------------------------------|------------------------------------------|
| <b>Europa</b>                     | <b>309.819</b>                   | <b>66,4%</b>                             |
| <i>Unione Europea a 27</i>        | <i>243.907</i>                   | <i>52,3%</i>                             |
| <i>di cui UEM a 20</i>            | <i>199.513</i>                   | <i>42,8%</i>                             |
| <i>Paesi europei non UE</i>       | <i>65.912</i>                    | <i>14,1%</i>                             |
| <b>Africa</b>                     | <b>15.067</b>                    | <b>3,2%</b>                              |
| <i>Africa settentrionale</i>      | <i>10.239</i>                    | <i>2,2%</i>                              |
| <i>Altri paesi africani</i>       | <i>4.828</i>                     | <i>1,0%</i>                              |
| <b>America</b>                    | <b>67.767</b>                    | <b>14,5%</b>                             |
| <i>America settentrionale</i>     | <i>53.306</i>                    | <i>11,4%</i>                             |
| <i>America centro meridionale</i> | <i>14.461</i>                    | <i>3,1%</i>                              |
| <b>Asia</b>                       | <b>61.950</b>                    | <b>13,3%</b>                             |
| <i>Medio Oriente</i>              | <i>17.381</i>                    | <i>3,7%</i>                              |
| <i>Asia centrale</i>              | <i>6.097</i>                     | <i>1,3%</i>                              |
| <i>Asia orientale</i>             | <i>38.473</i>                    | <i>8,2%</i>                              |
| <b>Oceania e altri territori</b>  | <b>11.993</b>                    | <b>2,6%</b>                              |

Fonte: elaborazione Centro Studi MIMIT su dati ISTAT.

**o. Peso dell'export delle singole regioni italiane (anno 2022)**



Fonte: elaborazione Centro Studi MIMIT su dati ISTAT. \*1,7% diverse o non specificate.



### 3.

---

## Linee strategiche per l'internazionalizzazione

### 3.1 Il sistema fieristico

Le manifestazioni fieristiche, sia in Italia che all'estero, costituiscono un tassello importante **dell'azione di promozione** dell'internazionalizzazione delle imprese italiane, ed in particolare per le piccole e microimprese, in quanto contribuiscono all'abbattimento dei costi di partecipazione, ma anche per i servizi di assistenza, il *concept* espositivo e l'immagine coordinata, che rappresentano il valore aggiunto per il successo delle imprese. Le misure di finanza agevolata sono importanti leve di sostegno alle piccole e microimprese perché agevolano la loro partecipazione alle fiere: dal Fondo 394 di Simest, al voucher TEM digitale, al bonus fiere, fino al bonus *export* digitale.

Il MAECI e ICE-Agenzia svolgono un'intensa azione di promozione del sistema fieristico italiano attraverso differenti iniziative, volte ad incrementare la presenza di **buyer stranieri** agli eventi fieristici italiani di rilievo internazionale più rappresentativi, a favorire la partecipazione delle imprese italiane ai più importanti **saloni internazionali** all'interno di padiglioni nazionali appositamente costituiti e a **promuovere l'organizzazione dei maggiori eventi fieristici italiani** di portata internazionale<sup>22</sup>.

Il **sistema fieristico nazionale** risulta essere il secondo in Europa dietro la Germania ed in concorrenza con quello cinese e dei grandi *player* mondiali (Informa, Rx, ecc.). Le fiere e gli organizzatori fieristici nazionali devono rafforzarsi in Italia, perseguendo un maggior coordinamento, ed irrobustendosi finanziariamente per evitare acquisizioni ostili estere e creando all'estero un fronte comune di filiera che possa aiutare le imprese nazionali ad accrescere la propria presenza sui mercati esteri. Questa azione sarà programmata all'interno del Comitato per il Made in Italy nel Mondo (CiMIM) e la Cabina di Regia affinché le fiere italiane operino sempre più sinergicamente tra loro e con le associazioni industriali e di categoria.

La legge sul Made in Italy L. 206/2023 prevede, anche attraverso specifici finanziamenti alle imprese e agli organizzatori di manifestazioni fieristiche nazionali – in particolare nei settori in cui i costi dell'esposizione fieristica costituiscono per le imprese una barriera economica all'accesso – un finanziamento di 10 milioni di euro per sostenere iniziative di coordinamento strutturale e organizzativo volte ad accrescerne la presenza all'estero (art. 33), L. 206/2023).

### 3.2 La Grande Distribuzione Organizzata, e-commerce e digitalizzazione

La Grande Distribuzione (GDO) e l'e-commerce, oltre al dettaglio specializzato rappresentano canali di vendita che nel corso degli ultimi anni si sono sempre più affermati come cruciali per la conquista di nuove quote di mercato. Le piattaforme di commercio elettronico in particolare hanno registrato una forte crescita del loro volume di affari durante la pandemia e da allora si sono sempre più affermate come un riferimento per gli acquisti di milioni di consumatori, tendenza destinata a perdurare nei prossimi anni.

Si stima che gli acquisti *on-line*, guardando solamente al nostro Paese, nel 2023 ammontino a 54 miliardi (+13% sul 2022), di cui 38 miliardi (il 71%) concentrati su 20 piattaforme principali, un grado di concentrazione che non ha eguali negli altri canali distributivi. Le imprese del commercio sono quindi necessariamente catturate dalle piattaforme (effetto *lock-in*).

In Europa il canale digitale rappresenta il 17% delle vendite al dettaglio, un canale di vendite che continuerà a registrare, anche nei prossimi anni, percentuali di crescita a due cifre. Detenere una quota

---

<sup>22</sup> ICE Agenzia nel 2023 ha invitato oltre 11.000 delegati in occasione di 123 eventi fieristici italiani e organizzato 266 padiglioni nazionali con oltre 6000 aziende partecipanti in 60 mercati.

di mercato a livello mondiale rappresenta un obiettivo da raggiungere anche per il nostro settore produttivo e distributivo.

GDO ed e-commerce rappresentano quindi canali privilegiati per le azioni realizzate da ICE-Agenzia a supporto dell'inserimento di imprese italiane nei mercati esteri, azioni inquadrare all'interno di accordi di collaborazione conclusi con piattaforme sia fisiche che digitali<sup>23</sup>. Per accrescere l'efficacia di queste iniziative, il Sistema Paese realizza differenti attività formative volte a fornire alle imprese una maggiore conoscenza dei meccanismi che regolano il funzionamento di tali canali di vendita e a supportarle nello strutturare le necessarie capacità per operarvi con efficacia.

Sostenere le imprese del nostro Paese, in particolare le PMI, che puntano ad accrescere le loro quote di mercato, non può pertanto prescindere dalla realizzazione di azioni d'impatto attraverso questi canali, che si punta pertanto a rafforzare nel nuovo esercizio. In tale contesto, prioritaria attenzione sarà dedicata alla realizzazione di iniziative volte a contrastare la contraffazione e l'*Italian sounding*, anche con azioni di formazione delle imprese per l'impiego degli strumenti di tutela. In particolare, a tal fine, sarà strategico anche rafforzare il ruolo dei *desk* anticontraffazione, in stretto coordinamento con l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi e con gli altri enti nazionali competenti, sviluppando un'attività più intensa e strutturata di monitoraggio sulle registrazioni dei marchi e brevetti soprattutto in quei Paesi dove il rischio del fenomeno della contraffazione e *italian sounding* è più elevato.

### 3.3 Settori di rilevanza strategica

Nell'ambito della **diplomazia della crescita** una sempre maggiore attenzione è dedicata ai **settori** cosiddetti **strategici**, come quelli dell'energia, delle telecomunicazioni, delle infrastrutture, dell'industria dell'aerospazio, della difesa e della sicurezza alimentare.

Nel 2024 continuerà il **dialogo con aziende, associazioni di categoria ed enti** al fine di sostenere le **esigenze di internazionalizzazione del sistema produttivo italiano** (ingresso nei mercati esteri, consolidamento della presenza e supporto nella risoluzione di eventuali criticità all'estero) dei settori cd. "strategici". Alla luce della positiva esperienza maturata, per il 2024 si intende proseguire nell'organizzazione di **eventi di partenariato economico bilaterale**, quali *Business Forum*, Presentazioni Paese, Tavole rotonde e missioni settoriali, volti a **presentare nuove opportunità per le nostre aziende in termini di interscambio, investimenti, partenariati e collaborazioni industriali**. Tali iniziative continueranno ad incentrarsi, in considerazione delle numerose richieste dei nostri *partner* stranieri, anche sui settori di rilevanza strategica, primi tra tutti l'**energia** - con particolare riferimento al tema della **transizione energetica** - e le **infrastrutture fisiche e digitali**, promuovendo il rafforzamento delle **reti di trasporto e logistica** via marittima e ferroviaria per favorire la crescita e l'integrazione dei mercati e l'esportazione.

L'attenzione dedicata ai settori sopra citati sarà rafforzata in particolare in quelle **aree geografiche** identificate come **prioritarie** e segnatamente: Paesi dell'**Africa**, sia settentrionale sia sub-sahariana, in stretta relazione con la strategia intrapresa dal Governo attraverso il "Piano Mattei", **Balcani e America Latina**.

### 3.4 Comunicare il Made in Italy: la promozione integrata

L'attrattività e la competitività globale del Paese passano anche da una più strutturata capacità di raccontare all'estero i nostri punti di forza, quella sintesi di creatività, innovazione e bellezza che contribuiscono a mantenere e consolidare la reputazione dell'Italia nel mondo. Nel quadro della **diplomazia della crescita**, il MAECI ha sviluppato una strategia di promozione integrata per nutrire all'estero una narrativa innovativa delle sue eccellenze nei diversi comparti - economico, culturale,

---

<sup>23</sup> Dal 2020 al 2023 Agenzia ICE ha concluso 145 accordi con GDO estere in 40 Paesi e ha sottoscritto 62 accordi con piattaforme e-commerce in 34 Paesi.

scientifico, tecnologico e sportivo - e per accompagnare i processi di internazionalizzazione del sistema Italia e del Made in Italy.

Il MAECI dispone di circa 3 milioni di euro ogni anno per l'ideazione e la realizzazione di iniziative di **promozione integrata**, dirette alla Rete di Ambasciate, Consolati e Istituti Italiani di Cultura, con l'obiettivo di presentare al pubblico straniero le filiere produttive nazionali, i talenti e la creatività italiana, dall'enogastronomia, al design e alla moda, dallo sport e dal turismo ai territori, fino alla scienza e all'innovazione.

Ad alcuni settori prioritari (*design*, ricerca, spazio, agroalimentare, sport) è stata dedicata specifica attenzione con l'attivazione di rassegne tematiche annuali, pianificate con altre Amministrazioni, il settore privato, Università e Centri di ricerca e federazioni sportive (**Italian Design Day** la **Giornata della Ricerca italiana nel mondo**, la **Settimana della Cucina italiana nel mondo**; la **Giornata nazionale dello Spazio**).

Il sostegno alla competitività delle aziende italiane sui mercati esteri è stato ulteriormente rafforzato da CDP con il potenziamento della Piattaforma di *Business Matching*. Ad oggi, lo strumento è stato lanciato in 12 paesi (India, Cina, Giappone, Messico, Marocco, Indonesia, Sud Corea, USA, Sudafrica, Brasile, Vietnam, Canada). La piattaforma è accessibile ad imprese straniere proveniente anche da altri paesi di interesse e ospita l'organizzazione di iniziative trasversali e tematiche a carattere regionale (e.g. Africa, Balcani Occidentali, ASEAN). La piattaforma, che ha superato le 6000 registrazioni e ha ospitato più di 1000 B2B realizzati, ha anche avviato la collaborazione con il Women20 per favorire il *networking* tra imprese femminili.

D'intesa con MAECI e MEF, la Piattaforma di *Business Matching* promuove anche i bandi delle Banche Multilaterali di Sviluppo (BMS) presso le PMI italiane, nell'ambito di un programma di collaborazione del Sistema Paese con le BMS che nel 2023 ha visto la partecipazione di CDP ad apposite missioni, come quella organizzata da DGSP e ICE a Manila presso *Asian Development Bank* (ADB). Il rapporto con le altre BMS risulterà centrale anche per attivare strumenti finanziari in vista della ricostruzione post-bellica dell'Ucraina, in coordinamento con il Sistema Paese nell'ottica della promozione delle imprese italiane. Un tassello fondamentale della promozione integrata è rappresentato dal pieno e fattivo coinvolgimento delle regioni sia nella fase di pianificazione strategica della promozione internazionale che nelle dinamiche attuative e di *follow up*, in stretta sinergia con ICE, SACE, SIMEST, il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale ed il Ministero delle Imprese e del Made in Italy. Ciò consente di creare sinergie e gioco di squadra tra i diversi attori dell'internazionalizzazione, massimizzando l'efficacia degli interventi e l'allocazione delle risorse.

### 3.5 Promozione dell'agroalimentare italiano nel mondo

L'agroalimentare italiano rappresenta un pilastro della competitività del Made in Italy nel mondo. In questo settore il valore delle esportazioni è in continua crescita da oltre un decennio (+118,3% rispetto al 2010). Nel 2023 l'export dell'agroalimentare italiano ha generato un valore di oltre 64 miliardi di euro con un aumento del 5,7% rispetto all'anno precedente. Il valore complessivo dell'export è per l'86% generato dai prodotti dell'industria agroalimentare mentre per la restante parte da esportazioni di prodotti agricoli tal quali.

Nonostante il settore agroalimentare rappresenti una componente cruciale dell'economia nazionale, non solamente per il mercato che esprime quanto piuttosto per i valori identitari, di distintività e riconoscibilità dell'italianità nel mondo, la sua presenza sui mercati internazionali si confronta con vari ostacoli, sia strutturali sia contingenti, che richiedono interventi mirati.

**Le sfide per rafforzare il posizionamento dell'agroalimentare italiano nel mondo.** Le sfide da cogliere per rafforzare il posizionamento dell'agroalimentare italiano nel mondo riguardano innanzitutto un tasso di crescita delle esportazioni più basso rispetto alla maggior parte dei Paesi competitor e la frammentazione del settore. Quest'ultimo è caratterizzato da una prevalenza di piccole imprese, con poche imprese di grandi dimensioni che, in linea di massima, sono maggiormente in

grado di fare investimenti più a lungo termine, mantenere una marginalità più elevata, e quindi internazionalizzarsi e sostenere la competizione estera. Tuttavia, la dimensione ridotta delle imprese può rappresentare uno strumento di valorizzazione della qualità e di salvaguardia della variegata e ricca proposta di prodotti tipici dei singoli territori. Al contempo, il sistema agroalimentare italiano è contraddistinto dal successo del modello cooperativo che si è dimostrato in grado di aggregare i piccoli produttori, investire e innovare per creare valore aggiunto e raggiungere i mercati internazionali.

L'Italia ha una quota delle esportazioni agroalimentari più bassa rispetto ai principali Paesi europei e queste ultime sono molto concentrate in pochi comparti ed esclusivamente in alcuni determinati Paesi. Inoltre, la competitività dell'agroalimentare italiano nel mondo è minacciata dal fenomeno dell'Italian sounding, ovvero denominazioni che evocano l'Italia in etichetta. A tal proposito, è importante anche far in modo che i ristoranti italiani situati in Paesi con alte importazioni di Made in Italy rispettino gli elevati standard che caratterizzano l'enogastronomia italiana (si sta lavorando, a tal proposito, al nuovo sistema di certificazione previsto dalla Legge sul Made in Italy, successivamente descritto).

In linea con quanto condiviso a livello europeo, la strategia del Governo italiano punta a rafforzare le filiere di produzione nazionale, consolidare la resilienza delle catene di approvvigionamento di materie prime agricole e di fattori produttivi, riducendo l'eccessiva dipendenza da un singolo Paese, e al tempo stesso rilanciare l'export agroalimentare italiano nel mondo.

Con tale obiettivo e rispetto alle criticità sopra elencate, si propongono alcune azioni prioritarie.

**Le azioni mirate alla rimozione dei principali ostacoli tecnici all'export agroalimentare.** Le aziende del settore agroalimentare segnalano costantemente la sussistenza di una serie di barriere tecniche all'export, tra cui numerose barriere di tipo fitosanitario e sanitario tuttora in essere in alcuni Paesi. Queste impattano in modo diverso su specifiche categorie di prodotto, con requisiti e norme aggiuntive da rispettare che, in alcuni casi, impediscono completamente l'export, in altri determinano un incremento insostenibile dei costi. La rimozione di tali barriere richiede un lungo e complesso lavoro di tipo tecnico e diplomatico da intraprendere in costante collaborazione con il mondo produttivo. Il tema è oggetto di approfondimento nell'ambito del Tavolo Agroindustria, coordinato dal MIMIT e dal MASAF, e partecipato dal MAECI e dal Ministero della Salute e dalle principali organizzazioni del settore agroalimentare. Dal Tavolo è emerso, tra l'altro, l'esigenza di potenziare le strutture preposte alla gestione dei negoziati e di incrementare le iniziative diplomatiche, soprattutto con i Paesi che mostrano una particolare potenzialità di crescita dell'export agroalimentare. Nell'ambito degli accordi commerciali internazionali è necessario garantire il principio di reciprocità delle regole produttive, di sicurezza e fitosanitarie.

**Contrasto all'Italian sounding.** L'Italia è leader assoluto nel campo delle eccellenze agroalimentari con 890 prodotti agroalimentari riconosciuti dall'UE come indicazioni geografiche.

La diffusione di prodotti Italian sounding nei Paesi Terzi determina una situazione di competizione sleale nei confronti degli autentici prodotti agroalimentari Made in Italy, con un impatto annuale che viene stimato in circa 120 miliardi di euro all'anno per il settore produttivo italiano. L'Italian sounding si concentra principalmente in Giappone, Brasile, Germania, Usa e Canada. I prodotti commercializzati dove il fenomeno è più diffuso sono la pasta di grano duro, l'olio extra-vergine di oliva e il prosecco.

Necessario dunque incrementare ulteriormente le azioni di diretto contrasto ai fenomeni di usurpazione, con particolare attenzione al fronte del commercio elettronico, settore in grande espansione. Degna di nota, da questo punto di vista, l'opera dell'ICQRF, che negli ultimi anni ha siglato protocolli di intesa con i maggiori marketplaces mondiali per intervenire con tempestività sui casi di contraffazione on-line.

La lotta all'Italian Sounding e alla concorrenza sleale a livello internazionale è stata rafforzata grazie all'istituzione della Cabina di Regia sui controlli nel settore agroalimentare e ittico, riunitasi per la prima volta il 13 marzo 2023. Partecipano ICQRF, Comandi dei Carabinieri per la Tutela Agroalimentare e per la Tutela Forestale e Parchi, Guardia di Finanza, Capitanerie di Porto, Agea e Agenzia delle Dogane.

Di grande rilevanza, nella lotta all'Italian Sounding, la recente approvazione, da parte del Consiglio e del Parlamento UE, del nuovo regolamento sulle Indicazioni Geografiche, che introduce norme più stringenti per evitare fenomeni di evocazione ed usurpazione delle denominazioni di origine già registrate.

Si evidenzia, a tal proposito, che con la legge sul Made in Italy (L. 206/2023) è stato istituito un apposito fondo da 4 milioni di euro per la tutela giuridica delle indicazioni geografiche registrate e dei prodotti agroalimentari italiani nel mondo.

Altra iniziativa volta a prevenire e contrastare il fenomeno dell'Italian sounding, in questo caso nel settore della ristorazione a livello internazionale, consiste nell'implementazione del nuovo sistema di certificazione di «ristorante italiano nel mondo», istituito con la citata legge sul Made in Italy. Rientrano nelle azioni di contrasto le campagne di sensibilizzazione per una corretta informazione sui mercati esteri che vedano protagonisti l'intera filiera a partire dalla produzione agricola, anche attraverso collaborazioni internazionali. Come già richiamato, un ambito decisivo per le politiche e le azioni di tutela è naturalmente rappresentato dagli accordi commerciali internazionali e dalla promozione di una piena applicazione del principio di reciprocità delle regole produttive e di sicurezza tra Paesi europei e Paesi terzi.

**Promozione Prodotti Agroalimentari.** Il rafforzamento della presenza dei prodotti agroalimentari sui mercati esteri non può prescindere da un'intensa attività di "intelligence di mercato" – protesa a identificare nuove opportunità sui mercati esteri- nonché di promozione e divulgazione a livello internazionale.

Sono molte le iniziative già realizzate dal Governo e quelle che saranno ulteriormente sviluppate nel 2024.

Tra queste occorre citare, innanzitutto, la candidatura della cucina italiana a patrimonio immateriale dell'Unesco, con eventi di presentazione in programma in diversi Paesi del mondo.

Di rilevanza internazionale anche l'"Italian Space Food Project", promosso dal MASAF in collaborazione con i principali attori del settore aerospaziale ed incentrato sulla pasta, prodotto simbolo del Made in Italy agroalimentare.

Grazie allo stanziamento di 2 milioni di euro, previsto dalla Legge sul Made in Italy, saranno inoltre realizzate nuove iniziative per la promozione del consumo all'estero di prodotti nazionali di qualità, funzionali alla corretta preparazione dei piatti tipici della cucina italiana, e per la loro valorizzazione nonché per la formazione del personale, anche attraverso scambi culturali sulla corretta preparazione dei piatti e sull'utilizzo dei prodotti.

Il MASAF ha stanziato ulteriori 25 milioni di euro di risorse nazionali per sostenere le attività di promozione nazionale e internazionale dei prodotti agroalimentari DOP e IGP, realizzate dai Consorzi di tutela delle DOP e IGP. Tra le attività finanziabili rientrano campagne di informazione, azioni in materia di relazioni pubbliche, promozione e pubblicità, partecipazione a fiere ed esposizioni di rilevanza nazionale ed internazionale.

Alla promozione del vino sui mercati dei Paesi terzi è assegnato un budget annuale di 98 milioni di euro nell'ambito del Piano Strategico della PAC. Le risorse ripartite annualmente tra MASAF e Regioni vanno a sostenere la realizzazione di progetti regionali, multiregionali e nazionali.

Da ricordare che le aziende italiane possono beneficiare anche delle risorse stanziate annualmente dalla Commissione UE nell'ambito del Programma di Promozione UE dei prodotti agroalimentari, rivolto sia al mercato europeo che nei Paesi terzi.

Il bando 2023, con un budget di 143 milioni, ha visto l'Italia tra i maggiori beneficiari, risultando Paese vincitore di 21 programmi semplici (su 50) e di 4 programmi multipli (su 18).

Vale la pena ricordare che, grazie all'azione del Governo italiano, il Programma per la Promozione dei prodotti agroalimentari 2024 è stato approvato senza contenere alcune penalizzazioni per i prodotti come carne e vino, proposte dalla Commissione UE. E' importante, infatti, che il programma per la promozione sia inclusivo e non discriminatorio di settori e/o prodotti specifici, così come garantisca un budget adeguato per rispondere alle sfide attuali e un sostegno equo e proporzionato a tutti i comparti dell'agroalimentare, assicurando la competitività del settore agricolo europeo e, al contempo, la necessaria agilità e flessibilità.

A tal proposito, è necessario continuare a promuovere i principi della Dieta Mediterranea a livello internazionale (in particolare nell'ambito dell'UE e dell'OMS), contrastando qualunque iniziativa che, per presunte ragioni di ordine salutistico non corroborate da sufficienti evidenze scientifiche, punti a scoraggiare il consumo di alcuni prodotti tipici del Made in Italy (come olio e vino) o a promuovere l'omologazione dei sistemi alimentari (es. sistema di etichettatura Nutriscore, sostegno al cibo sintetico).

Per sviluppare ulteriormente la promozione del Made in Italy agroalimentare nel mondo sarà fondamentale sostenere la partecipazione delle aziende italiane alle principali manifestazioni fieristiche del settore a livello internazionale anche operando per la riduzione dei costi di partecipazione a carico delle PMI e attraverso un approccio Paese che metta in risalto la distintività dei prodotti italiani e con il coinvolgimento di Agenzia ICE. A tale riguardo si rileva il necessario sviluppo di un sistema fieristico nazionale aggregato di livello pari o superiore a quello di Sial di Parigi o di Anuga di Colonia.

Al tempo stesso occorre lavorare affinché gli appuntamenti fieristici organizzati in Italia abbiano una maggiore propensione all'internazionalizzazione. Si ritiene, inoltre, necessario potenziare le azioni di promozione internazionale delle aree rurali del territorio italiano rafforzando il collegamento tra bellezza naturale, paesaggio agrario e cultura del cibo nell'ospitalità delle strutture agrituristiche.

Di grande rilevanza per la valorizzazione dell'agroalimentare all'estero sono, infine, le iniziative di promozione integrata, con particolare riferimento agli eventi di promozione della cucina italiana.

### *3.6 Promozione dei flussi turistici*

**L'Italia è tra le mete più ambite dai turisti di tutto il mondo** per lo straordinario connubio tra arte, patrimonio culturale e naturalistico, storia e tradizioni, eccellenze eno-gastronomiche e offerta all'avanguardia nei settori tecnologici, della moda e del design. Con 223 miliardi di fatturato e 4,2 milioni di occupati, il comparto turistico incideva fino al 2019 per il 13% sul prodotto interno lordo. Dopo la drammatica contrazione a causa della pandemia nel 2020, soprattutto per quanto riguarda la quota derivante dai turisti internazionali, dal 2021 si è assistito a una parziale ripresa in questo settore.

**Il 2022 ha consolidato il trend positivo:** la spesa dei viaggiatori stranieri in Italia è più che raddoppiata rispetto al 2021, riportandosi in prossimità dei livelli pre-pandemici. Nel 2022 l'Italia ha ulteriormente **ampliato la propria quota di mercato sul turismo globale**, dal 3,9 al 4,5 per cento, diventando il quinto paese al mondo per entrate turistiche (preceduto da Stati Uniti, Regno Unito, Spagna e Francia) e mantenendo salda la posizione di terzo paese dell'Ue già registrata prima della pandemia.

Al fine di sostenere la ripresa dei flussi turistici in entrata, **il MAECI adotta una strategia di “promozione integrata”**, che mira a valorizzare le eccellenze Made in Italy in vari comparti produttivi, nonché le intersezioni tra di essi, per promuovere il Paese anche in ottica di attrazione dei flussi turistici.

La valorizzazione delle imprese culturali e creative deve divenire parte integrante delle strategie nazionali dedicate all'internazionalizzazione, in quanto contribuiscono fortemente al valore aggiunto generato dal Turismo, ma anche in funzione del potenziale di *know-how* da esportare e di capacità di veicolare il valore delle produzioni Made in Italy e dell'*Italian lifestyle*.

In termini di *know-how*, si consideri ad esempio il settore del patrimonio culturale che dispone di un'ampia filiera di eccellenza nelle diverse fasi della produzione di servizi e supporti di fruizione, di gestione, valorizzazione e promozione, oltre che manutenzione e tutela del patrimonio culturale ed

archeologico. Si auspica un maggior presidio del sistema delle gare europee in tema di concessioni di servizi e appalti nel comparto dei musei e dei beni culturali. Anche nel settore dello spettacolo dal vivo e delle mostre l'Italia esprime eccellenze non solo nel prodotto finale ma anche in tutta la filiera che rende possibile le produzioni. Si ritiene quindi determinante una politica di sostegno per l'internazionalizzazione che faciliti la circuitazione delle nostre opere teatrali, musicali e di spettacolo, e promuova le attività di supporto al settore delle nostre imprese.

In questa ottica, diventa fondamentale definire una **strategia di politica dell'internazionalizzazione** del settore che miri: ad **agevolare le procedure per la circuitazione dei beni culturali italiani all'estero**, in particolare in Europa, per cogliere il potenziale di sviluppo del relativo mercato e promuovere il Sistema-Italia all'estero; a **sostenere la partecipazione dell'industria italiana ai festival e ferie estere** sia a livello settoriale sia in un'ottica di sistema, consolidare e accrescere il dialogo coi diversi mercati linguistici, attraverso sia la creazione di stand collettivi alle fiere internazionali del libro (Francoforte; Varsavia; *London Book Fair*; Pechino e Shanghai e Guadalajara in Messico), sia il coinvolgimento di operatori stranieri alle principali fiere italiane. Nel settore del cinema e dell'audiovisivo sarà importante consolidare appuntamenti storici quali: MIA – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo; *Audio-Visual Producers Summit* (AVP-Summit); l'EFM *European Film Market* (Berlino); *Kidscreen Summit* (Miami), *Series Mania* (Lille); B2B a Los Angeles (TBD); *Marché du Film* (Cannes); MIFA *Annecy International Animation Film Market* (Annecy) e il MIPCOM – incluso MIPJUNIOR (Cannes); nonché prevedere il reinserimento di iniziative strategiche per il settore (MIPTV - Mercato Internazionale dei Programmi Televisivi di Cannes; *Sunny Side Of The Doc* (La Rochelle); *World Congress of Science&Factual Producers*.

### 3.7 Filiere produttive e approvvigionamento di materie prime critiche

Il regolare funzionamento dei flussi di approvvigionamento di materie prime e semilavorati, essenziali per il funzionamento delle filiere produttive del nostro Paese inserite all'interno delle catene globali del valore, è stato messo in crisi da numerosi elementi di instabilità ed incertezza, dalla pandemia allo scoppio della guerra russo-ucraina, alle attuali tensioni in Medio Oriente. Tali avvenimenti, uniti ai processi di transizione energetica e digitale dei sistemi produttivi, determinano la necessità per le imprese del nostro Paese di approvvigionarsi di una serie di materie prime critiche e semilavorati da fornitori ritenuti più affidabili e situati in Paesi a noi più vicini, sia dal punto di vista geografico sia degli assetti politico-istituzionali. Inoltre, la vocazione estera di un Paese trasformatore come l'Italia, importatore di materie prime e fortemente integrato nell'economia globale, richiede un'analisi attenta circa l'approvvigionamento e la dipendenza dalle materie prime critiche, sempre più centrali anche per la duplice transizione. Quasi tutti i Paesi europei sono fortemente dipendenti dalle importazioni di materie prime critiche (oltre l'80%), spesso prodotte in poche nazioni, in tanti casi instabili da un punto di vista geopolitico.

È quindi interesse nazionale ridurre la dipendenza da paesi fragili o inaffidabili ed esplorare costantemente nuove relazioni commerciali per allargare il portafoglio di *partner*, orientandosi il più possibile verso Paesi stabili e istituzionalmente o politicamente affini. In tale contesto la ricerca dell'*import* strategico deve divenire parte sempre più rilevante del sistema di internazionalizzazione, sulla scia di quanto intrapreso da ICE-Agenzia con le attività di assistenza alle imprese italiane per l'identificazione di controparti estere in modo da favorire l'approvvigionamento di materie prime e beni intermedi strategici per l'economia italiana. Dovranno essere progressivamente inseriti tra l'*import* strategico anche i materiali sostenibili, per rispondere alle richieste di mercati internazionali sempre più attenti alle tematiche ambientali.

Assicurare il regolare funzionamento delle catene del valore è, dunque, **un obiettivo strategico per la sicurezza economica e nazionale**, il funzionamento dell'industria e per preservare la futura competitività del sistema economico. A questo scopo, nel corso del 2024, saranno intensificate le azioni previste nell'ambito del Tavolo Nazionale per le Materie Prime Critiche co-presieduto dai Ministri del MIMIT e del MASE, in raccordo con tutti gli attori istituzionali coinvolti in raccordo con tutti gli attori istituzionali coinvolti.

La rete delle Camere di commercio italiane all'estero (CCIE) ha attivato azioni a supporto delle *supply chain* con l'obiettivo di supportare le imprese a rimodulare e diversificare la propria catena di approvvigionamento ed attivare azioni di *reshoring* o *nearshoring*. Al contempo l'attività di *supply chain planning* è stata fondata sul parametro della sostenibilità, qualificando l'Italia come mercato strategico per un supply chain planning rivolto all'Europa.

### 3.8 Eccellenze scientifiche e tecnologiche

L'**internazionalizzazione della ricerca scientifica, tecnologica e dell'innovazione** rappresenta un'importante dimensione dell'attività di promozione dell'internazionalizzazione del Sistema Italia. Tale attività sarà realizzata nel 2024 in un selezionato numero di Paesi prioritari per la collaborazione scientifico-tecnologica, attraverso una serie di iniziative e strumenti. Tra questi rilevano:

- **Protocolli Esecutivi (P.E.)**, che rappresentano la diretta applicazione degli Accordi bilaterali di collaborazione scientifica e tecnologica e che consentono il cofinanziamento di progetti di ricerca congiunti e di mobilità dei ricercatori tra l'Italia e i principali Paesi partner. I P.E. attualmente in essere sono 8 con Stati Uniti, Cina, Singapore, Corea del Sud, India, Brasile, Sud Africa e Montenegro. Le cifre impegnate complessivamente variano tra i 2 e i 3 milioni di euro annuali.
- **Per quanto concerne la collaborazione con Israele, l'Accordo di Cooperazione industriale, scientifica e tecnologica bilaterale**, che comprende su base annuale i seguenti strumenti: *Avviso per progetti congiunti di sviluppo industriale*; *Avviso per iniziative bilaterali di ricerca scientifica*; *avviso per il premio binazionale Rita Levi-Montalcini*, *bando startup*.

L'attività di supporto all'internazionalizzazione della ricerca scientifica e tecnologica è sviluppata **in sinergia con l'attività di promozione integrata** del Sistema Paese. È in tale contesto che viene organizzata la **Giornata della Ricerca italiana nel mondo**, evento che si celebra ogni anno (15 aprile) con un fitto programma di eventi organizzati dalle Sedi diplomatiche italiane nel mondo, per valorizzare l'eccellenza italiana in campo scientifico.

È inoltre in tale contesto che sono stati realizzati prodotti specifici volti a valorizzare in ambito internazionale i successi e le eccellenze della scienza e della tecnologia italiane, con formati - realizzati o in corso di finalizzazione – che riguardano il “cibo spaziale”, le “guide astronomiche”, la “scienza a fumetti” e the “*Great game of science*”, il primo gioco da tavolo dedicato alla diplomazia scientifica.

Il supporto all'internazionalizzazione della ricerca scientifica e tecnologica può inoltre far leva sulla **Rete degli Addetti ed Esperti scientifici**, che opera all'estero all'interno di un selezionato numero di sedi diplomatiche e consolari al servizio del Sistema italiano della ricerca e dell'innovazione. Tale rete trova nella **Conferenza degli Addetti Scientifici**, evento annuale di alto livello, un momento di confronto a tutto campo tra gli operatori del settore.

La Diplomazia scientifica è anche in prima linea per promuovere la candidatura italiana ad ospitare in Sardegna l'infrastruttura “**Einstein Telescope**” per lo studio delle onde gravitazionali di terza generazione, il maggiore progetto scientifico in Europa dei prossimi anni.

Infine, un ulteriore strumento per la valorizzazione internazionale della ricerca scientifica e tecnologica è rappresentato dalla **piattaforma Knowledge share** realizzata dal MIMIT con NETVAL e POLITO, che raccoglie e pubblica oltre 2.100 brevetti derivanti dalla ricerca pubblica. La piattaforma completamente gratuita, in duplice versione italiano/inglese, di fatto rappresenta una vetrina nella quale i brevetti derivanti dalla ricerca pubblica sono pubblicati in un modo comprensibile per gli operatori (imprese, investitori, ecc.) e mettono in evidenza anche le possibili ricadute applicative. Inoltre, vi è una sezione dedicata esclusivamente agli spin off che è di particolare interesse soprattutto per gli investitori.

### 3.9 Economia dello Spazio

L'Italia dovrà **mantenere il sostegno strategico, finanziario e politico** in tutti gli ambiti delle attività spaziali nei quali il sistema già oggi, esprime e valorizza le sue migliori capacità, dall'osservazione della terra, all'accesso allo spazio, dall'esplorazione, alle telecomunicazioni e alla navigazione. Nel corso del 2024, è necessario definire le priorità strategiche per una proposta da sviluppare e consolidare in vista della Ministeriale ESA 2025. La strategia deve comprendere un adeguato posizionamento nei nuovi ambiti delle attività spaziali, quali lo sfruttamento commerciale dell'orbita bassa (ad es. la logistica integrata spaziale, le stazioni spaziali commerciali, la gestione dei detriti, etc.), la sicurezza e la resilienza delle infrastrutture spaziali (ad es. *cybersecurity* delle infrastrutture e servizi spaziali, cloud computing, *Space Domain Awareness*), l'economia dell'esplorazione, la presenza stabile sui corpi celesti (Luna e Marte) e il mercato dei servizi spaziali per la società.

Nell'ottica di **promuovere il nostro sistema produttivo ad una maggiore esposizione internazionale** e maggiormente competitivo nel nuovo mercato globale dello Spazio, occorre sostenere, con adeguate misure di politica industriale, la competitività e la crescita del nostro sistema industriale, sia dei grandi player nazionali, sia delle PMI e delle oramai numerose *start-up*, di cui è prioritario **favorire lo scale-up e processi di aggregazione**, anche attraverso la realizzazione di strumenti di finanza innovativa, di debito e in *equity*.

La "**Space Economy**" si pone come una delle principali sfide dei prossimi anni con ricadute strategiche su vari settori industriali e della ricerca applicata. L'Italia possiede tutte le caratteristiche per svolgere un ruolo in questa fascia di mercato, considerato che dispone di una filiera completa e d'eccellenza (lanciatori, costruzione e gestione di satelliti e osservazione della Terra), composta da grandi aziende quali Leonardo, Avio, Thales/Alenia, Telespazio, nonché centinaia di PMI, che hanno dato luogo a 13 distretti aerospaziali regionali, assicurando un considerevole indotto.

A tal fine, la Farnesina e Agenzia ICE – in coordinamento con ASI e le altre Amministrazioni interessate – 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, ecc.), dalle Associazioni di categoria (Confindustria, AIAD, ASAS, AIPAS) e degli altri attori del panorama nazionale, favorendo nel contempo 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.

Il MIMIT ed il MAECI in collaborazione con l'Agenzia ICE individueranno gli obiettivi ed i progetti prioritari con il coinvolgimento di grandi *player* internazionali e supporteranno, in collaborazione con altri soggetti pubblici, le aziende italiane del comparto per la partecipazione ad eventi internazionali.

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 (investimento 1.5 - Creazione e rafforzamento di "ecosistemi dell'innovazione per la sostenibilità" e investimento 3.1 - Fondo per la realizzazione di un sistema integrato di infrastrutture, di ricerca e innovazione) consentono 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.

### 3.10 Innovazione e startup

Le *startup* sono tra i principali generatori di innovazione e di sviluppo tecnologico. Sono proprio le *startup* spesso 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.

In Italia tale ecosistema sta vivendo una crescita significativa, grazie a un crescente numero di operatori stranieri, che guarda con maggiore attenzione alle opportunità offerte dal nostro paese. È obiettivo del sistema pubblico di supporto all'internazionalizzazione del Sistema Italia incoraggiare e sostenere tale ecosistema, attraverso una pluralità di strumenti e iniziative. La strategia governativa prevede che il rafforzamento di tale ecosistema diventi una priorità stabile nell'agenda dell'internazionalizzazione. La riforma della normativa esistente, il cosiddetto *Startup Act 2.0*, che vedrà la luce all'interno del prossimo DL per le PMI, potrebbe essere l'occasione per confermare come le startup e l'innovazione in generale siano uno dei pilastri portanti del successo del paese.

Tra le aree di intervento generalmente considerate nelle azioni a sostegno della nascita e crescita di un ecosistema dell'innovazione e *startup*<sup>24</sup>, la “*governance* e la normativa” hanno un ruolo abilitante di straordinaria importanza. La normativa (in primis la semplificazione e la riduzione del peso della burocrazia, ma anche il regime delle agevolazioni) può infatti influire favorevolmente anche rispetto altri già menzionati ambiti (“*smart regulation*”); da cui l'esigenza che l'intervento oggetto della presente consultazione sia unitario e quanto più onnicomprensivo, in modo tale da poter incidere efficacemente sulla reputazione dell'Italia quale hub globale delle startup (“*Startup Nation*”).

A questo scopo il Ministero delle Imprese e del Made in Italy ha creato un tavolo tematico con i diversi portatori di interesse (AIFI, CDP *Venture Capital*, *Smart&Start* Invitalia) e le associazioni di categoria (*InnovUp*, *Italian Tech Alliance*, PNI Cube, IBAN), che si è concentrato essenzialmente su tre filoni di attività:

- la **revisione, l'aggiornamento e la razionalizzazione della normativa sulle imprese emergenti** (cd. *Startup Act 2.0*) e per una **revisione dei programmi relativi ai visti per investitori e startupper**, al medesimo fine di promuovere l'Italia nel mondo come hub di startup digitali;
- la **creazione di una agenzia/fondazione per l'innovazione**, così come già accade in Francia, Germania, UK o Israele, con il fine di promuovere la crescita dell'ecosistema innovativo italiano, e portare l'Italia al centro del circuito globale dell'innovazione tecnologica. Essa avrà una funzione centrale nell'ecosistema dell'innovazione italiano ed internazionale promuovendo gli investimenti nel mercato del VC e coordinando le istituzioni e gli stakeholders di riferimento per massimizzare la competitività del sistema del VC italiano.
- **L'individuazione di norme e strumenti per accrescere la dimensione del mercato** attraverso un maggiore coinvolgimento degli investitori individuali e istituzionali italiani nel VC e incentivare nuove start-up e aziende private a quotarsi sul mercato azionario.

In tale contesto, particolarmente importante sarà l'attività di raccordo con il **Fondo nazionale per l'Innovazione**, gestito da CDP *Venture Capital*, che svolge un ruolo determinante nel sostegno alla crescita di un ecosistema dell'innovazione competitivo e attrattivo.

Inoltre, con il **bando POC (Proof of Concept)**, gestito da Invitalia per conto dell'Ufficio italiano Brevetti e Marchi del MIMIT, sono stati innalzati i *Technology Readiness Levels* (TRL), ovvero i livelli di maturità tecnologica, di numerosi brevetti in possesso delle strutture di ricerca pubbliche nazionali, arrivando di fatto alla fase prototipale. Questo universo (di 155 brevetti per i quali si è chiuso il primo bando e di circa altri 200 per il bando in corso) rappresenta un serbatoio dal quale è possibile “pescare” tecnologie innovative sulle quali innestare percorsi di valorizzazione. In questo senso può essere di utilità per investitori anche esteri.

---

<sup>24</sup> a) mondo della ricerca, sviluppo e innovazione; b) infrastrutture; c) mercato; d) finanziamenti; e) formazione e competenze imprenditoriali; f) cultura, rete e comunità; g) sostegno all'impresa.

Sul fronte della promozione internazionale dell'ecosistema delle start-up e PMI innovative italiane, il MAECI, insieme ad Agenzia ICE, promuove l'organizzazione di partecipazioni collettive di startup italiane a eventi di grande rilievo internazionale, con 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 Desk Innovazione presso gli Uffici Agenzia ICE nei principali mercati obiettivo.

Un particolare valore assume in tale ambito l'attività del primo **Centro di Innovazione e Cultura italiano (Innov.it)** progetto-pilota lanciato da MAECI e Agenzia ICE nella *Silicon Valley*, che nel corso del 2023 è entrato in piena operatività.

### 3.11 *La diplomazia sportiva*

Il Ministero degli Esteri promuove la **diplomazia sportiva** come **veicolo di crescita e sviluppo del Sistema Paese**. Secondo uno studio di Banca IFIS elaborato in collaborazione con il CONI, nel 2022 lo sport ha contribuito al 3,4% del Pil e ha prodotto ricavi per 102 miliardi di euro. Lo sport amplifica le **ricadute positive in termini di domanda di servizi alberghieri e di ristorazione**, di trasporti e di sanità, e di immagine sui prodotti legati al mondo dell'attività sportiva e non solo. Lo sport è una leva eccezionale per presentare il Sistema Italia nel mondo e valorizzare le filiere produttive, creando **sinergie tra la dimensione economica e quella culturale**, favorendo le **esportazioni, i flussi turistici e gli investimenti diretti esteri**. Si continuerà quindi a sfruttare la **leva dello sport** per realizzare mirate azioni di promozione integrata, rafforzando le collaborazioni già in essere e definendone di nuove.

### 3.12 *Gare internazionali*

Nel corso del 2023 è divenuto operativo il Gruppo di lavoro co-presieduto da MAECI e MEF che vede la partecipazione dei principali attori della Cabina di Regia e dei rappresentanti italiani presso le Banche Multilaterali di Sviluppo (BMS). Nel nuovo esercizio, obiettivo di tale Gruppo sarà il portare avanti azioni specifiche su settori e aree geografiche prioritarie, al fine di sfruttare maggiormente le opportunità di business che le BMS possono offrire alle imprese italiane.

Tale obiettivo sarà perseguito attraverso una serie di iniziative volte a favore una maggiore conoscenza delle opportunità di *business* derivanti dal *procurement* delle Banche Multilaterali di Sviluppo e delle organizzazioni internazionali, che si svilupperanno sul piano informativo, dell'assistenza alle imprese e della formazione. Ciò sarà perseguito anche attraverso la continuazione ed il rafforzamento dell'iniziativa TenderPLUS, messo in campo da Agenzia ICE e MAECI per il sostegno alla partecipazione italiana al *procurement* multilaterale. Saranno ulteriormente definiti idonei strumenti finanziari per la realizzazione di progetti pilota per la realizzazione di studi di prefattibilità per grandi opere infrastrutturali in Africa.

Si punterà a promuovere un contatto più stretto tra il settore privato italiano e le BMS attraverso incontri – sia in presenza, sia in formato virtuale; a fornire supporto informativo, attraverso l'elaborazione di una guida al *procurement*; a formare le imprese ai fini della loro partecipazione ai bandi di gara internazionali, con la prosecuzione del programma *Tender Lab*; a fornire assistenza alle imprese, con la creazione di una apposita *task force*.

L'obiettivo è costruire un nuovo modello di sviluppo sostenibile che sappia intercettare opportunità per le imprese italiane nei contesti in cui il sostegno e l'accompagnamento da parte pubblica ha un più alto valore aggiunto. L'approccio mira da una parte ad approfondire le relazioni con gli operatori e i committenti locali, dall'altra a rafforzare l'internazionalizzazione della catena del valore italiana, dalla progettazione alla gestione e manutenzione di nuovi progetti.

### 3.13 *Supporto finanziario all'internazionalizzazione e Fondo nazionale Made in Italy*

La capacità del sistema finanziario di supportare le imprese italiane sui mercati internazionali cambia a seconda dalle aree geografiche verso le quali indirizzare le attività di promozione e da un

coerente sviluppo degli strumenti pubblici di sostegno all'*export* e all'internazionalizzazione esistenti nel nostro Paese, al fine di creare opportunità di business che possano poi effettivamente realizzarsi. È importante che il mondo finanziario sia coinvolto fin dalle fasi di identificazione delle direttrici e delle modalità di internazionalizzazione, al fine di consentire alle istituzioni di potere accedere al patrimonio di conoscenza dei mercati esteri delle imprese clienti. La partecipazione alla definizione degli obiettivi di politica di promozione dell'*export* e dell'internazionalizzazione dell'economia italiana possono anche favorire coerenti strategie di sviluppo sui mercati esteri degli intermediari finanziari, in termini di presenza, e accordi di collaborazione con controparti estere o messa a punto dell'offerta di strumenti finanziari.

Un'azione innovativa a supporto del Made in Italy è stata, come detto, l'approvazione con la legge 27 dicembre 2023, n. 206, "Disposizioni organiche per la valorizzazione, la promozione e la tutela del made in Italy", che prevede anche il "Fondo nazionale del made in Italy". L'istituzione del "Fondo" – con una dotazione iniziale di 1 miliardo di euro – si pone l'obiettivo di "sostenere la crescita, il sostegno, il rafforzamento e il rilancio delle filiere strategiche nazionali, (...), anche in riferimento alle attività di approvvigionamento e riuso di materie prime critiche per l'accelerazione dei processi di transizione energetica e a quelle finalizzate allo sviluppo di modelli di economia circolare (...)". Il Fondo opererà – attraverso una o più SGR - investendo a condizioni di mercato (coinvestimento pubblico-privato), sia direttamente che per il tramite del fondo di fondi. È in fase di elaborazione il decreto MEF-MIMIT con il quale saranno, tra l'altro, stabiliti i requisiti di accesso al Fondo, le condizioni, i criteri e le relative tipologie di intervento nonché le modalità di apporto delle risorse da parte degli investitori privati, di individuazione del veicolo di investimento delle risorse del fondo e del soggetto gestore, nonché la remunerazione di quest'ultimo.

Per rafforzare la presenza del Made in Italy sui mercati internazionali, CDP ha introdotto strumenti di export credit, assieme a SACE e SIMEST, e finanziamenti a medio lungo termine per le imprese che presentano dei piani di internazionalizzazione con un focus sui paesi OCSE.

Per quanto riguarda il supporto all'*Export*, CDP ha incrementato la propria operatività diretta, tramite finanziamenti a medio-lungo termine concessi a controparti estere (imprese, governi e banche) e assistiti da garanzia SACE. Nel 2023 sono stati concessi nuovi finanziamenti per un valore di circa 2,8 miliardi di euro, segnando un incremento superiore al 20% rispetto al 2022. Al fine di consolidare l'impegno nel raggiungimento di obiettivi di sostenibilità, in particolare nel settore crocieristico, uno dei principali settori di intervento nell'ambito del supporto all'*export*, CDP ha aderito ai *Poseidon Principles, framework* internazionale di riferimento per integrare le considerazioni sul clima nelle decisioni di finanziamento e promuovere la decarbonizzazione del trasporto marittimo internazionale, nell'ambito del perseguimento della *Net Zero Carbon Emission Ambition*. Per quanto riguarda SACE, nel primo semestre del 2023, gli investimenti sostenuti e la liquidità garantita dal Gruppo ammontano complessivamente a 28,4 miliardi di euro, di questi, 12,8 miliardi di euro si riferiscono alle attività a supporto dell'*export* e dell'internazionalizzazione delle imprese e ai progetti di rilievo strategico per il Sistema Paese. Attraverso la sua offerta assicurativo finanziaria e le sue iniziative di accompagnamento, SACE ha raggiunto oltre 40mila aziende, di cui quasi il 95% PMI e *Mid Cap*. In tema di sostenibilità, dal 2024 SACE ha una nuova strategia ESG che ha l'obiettivo di massimizzare l'impatto sui *Sustainable Development Goal* delle Nazioni Unite. Inoltre, già da due anni SACE misura la carbon footprint del proprio portafoglio, ispirandosi allo standard del PCAF (*Partnership for Carbon Accounting Financial*), un *framework* internazionale volto a misurare le emissioni generate dal portafoglio delle istituzioni finanziarie al quale SACE ha aderito.

In ambito Internazionalizzazione, CDP nel 2023 ha mobilitato risorse per circa 400 milioni di euro per investimenti principalmente destinati ad acquisizioni di aziende e rami di aziende nonché lo sviluppo e l'ammodernamento di impianti e macchinari, anche in ottica di sostenibilità ambientale.

Per supportare lo sviluppo di pipeline progettuali e per rafforzare la presenza del Sistema Italia nei principali mercati di riferimento, nel 2023 è stato avviato il percorso di apertura di presidi territoriali di CDP a Belgrado, Il Cairo e Rabat, con la prospettiva di ampliare la rete in Africa subsahariana nel corso del 2024. Nello specifico, l'ufficio di Belgrado servirà da hub per i Balcani

Occidentali, altra area su cui si concentra l'attività di CDP sia in termini di finanziamento di progettualità sia attraverso lo svolgimento di attività di *advisory* e *capacity building* in favore delle istituzioni locali che per il 2024 si concentreranno su Serbia e Albania; su questi due paesi CDP ha attivato per la prima volta la collaborazione con il *Western Balkans Investment Framework* (WBIF), 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 potenziato nel corso del 2023.

La **profonda revisione** che ha interessato gli **strumenti di finanza agevolata** per il sostegno dell'export necessita, nel 2024, di una fase di assestamento e consolidamento finalizzata a **diffondere la conoscenza delle nuove linee di intervento introdotte e dei nuovi criteri di accesso**, che assicurano una sempre maggior fruizione anche da parte di imprese di dimensioni più contenute.

Il crescente successo dello strumento "**push strategy**" di SACE - l'offerta a controparti estere di linee di credito a medio-lungo termine svincolate da specifici contratti di *export* - impone la necessità di sostenerne la più ampia promozione e valorizzazione al fine di consentire nuove e maggiori opportunità per le imprese italiane derivanti dai piani di investimento di selezionati e primari buyer esteri, realizzati mediante finanziamenti a medio-lungo termine resi possibili dallo strumento. Quest'ultimo è stato ulteriormente sviluppato nel 2023 in chiave *green* e di sostenibilità, con il lancio della *Green Push* in occasione della COP28. All'offerta finanziaria SACE affianca gli eventi di *match-making* tra esportatori e *buyer* internazionali per sviluppare opportunità di crescita all'estero delle filiere e aziende italiane<sup>25</sup>.

In particolare, la nuova finanza agevolata per l'internazionalizzazione a valere sulle risorse del Fondo 394/81, avviata nel 2023 e resa strutturale dagli stanziamenti annui fino al 2026 contribuisce al rafforzamento del Made in Italy, supportando le imprese italiane e in particolare le PMI nella promozione dei propri prodotti e servizi sui mercati esteri, attraverso la partecipazione a fiere ed eventi internazionali, l'apertura di strutture promozionali in loco e lo sviluppo di soluzioni e-commerce. Sono inoltre a disposizione delle imprese finanziamenti per l'inserimento di temporary manager in azienda, per le spese di consulenza e formazione e per l'ottenimento di certificazioni e brevetti a tutela dei propri prodotti e del Made in Italy sui mercati esteri. Infine, il nuovo strumento Transizione Digitale o Ecologica consente alle imprese esportatrici e a quelle appartenenti ad una filiera di investire in digitalizzazione e sostenibilità per rafforzare la propria competitività sui mercati internazionali.

Anche per la misura SIMEST Fondo 394 è prioritario rafforzare gli strumenti di promozione e comunicazione al fine di migliorare la conoscenza dello strumento ed ampliare la platea di aziende beneficiarie.

Le nuove misure della finanza agevolata prevedono anche condizioni ad hoc per le imprese con interessi in mercati strategici, in particolare è stata lanciata nel 2023 una riserva dedicata alle imprese con interessi nei Balcani Occidentali e incentivi dedicati nella forma di un cofinanziamento a fondo perduto e dell'esenzione dalla prestazione di garanzie. In aggiunta, data l'imminente apertura del presidio SIMEST in loco, è in corso di programmazione il lancio di una nuova iniziativa focalizzata sull'Africa, accompagnata da una riserva dedicata da 200 milioni di euro costituita a valere sulle risorse sul Fondo 394/81 e Fondo Promozione Integrata per favorire gli investimenti nell'area, con una sub-riserva a favore delle imprese del Sud per il rafforzamento delle relazioni nel Mediterraneo.

Inoltre, a completamento delle misure speciali di finanza agevolata lanciate nel 2023 a sostegno delle **imprese esportatrici**, in particolare delle regioni **colpite da alluvioni**, si intende, ove le risorse

---

<sup>25</sup> Dall'inizio dell'operatività Push Strategy nel 2017 ad oggi, SACE ha supportato finanziamenti a medio-lungo termine per oltre 7 miliardi di euro. 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, ingaggiando primarie società mondiali di *trading* e produttori di materie prime di interesse strategico (e.g. *commodity* energetiche, minerali e beni alimentari). Nel corso del 2023 SACE ha organizzato oltre 60 iniziative di *Business Matching* con *buyer* provenienti dai Paesi focus (+25% rispetto al 2022), che hanno visto il coinvolgimento di oltre 2.500 aziende con eventi fieristici in Italia e all'estero, *webinar*, iniziative in presenza e contenuti fruibili digitalmente dalla piattaforma SACE.

lo consentissero, attivare una **nuova misura per l'erogazione di contributi a fondo perduto volti a ristorare le perdite di reddito subite** a causa della calamità, non solo dalle aziende esportatrici ma anche di quelle della loro filiera.

Con l'obiettivo di rendere più capillare l'utilizzo degli strumenti di finanza agevolata e di stimolare gli investimenti delle imprese italiane nei mercati esteri, SIMEST ha stipulato nel 2023 accordi con attori del sistema istituzionale quali ICE, Assocamerestero, Regione Lombardia, Assafrica, nonché con il sistema bancario attraverso la strutturazione dell'accordo con ABI cui hanno aderito ad oggi 9 istituti.

Infine, negli ultimi anni sono cresciuti sostanzialmente il numero di progetti finanziati dai Contratti di Sviluppo e dal Fondo per la Crescita Sostenibile i cui beneficiari sono aziende partecipate da capitali esteri, che si sono confermati strumenti strategici per l'attrazione ed il consolidamento di investimenti esteri in Italia e di internazionalizzazione delle imprese italiane. Dal 2015 ad oggi ammontano circa a 10 miliardi i progetti di investimenti attivati attraverso il Fondo per la Crescita Sostenibile ed i Contratti di Sviluppo ove sono presenti investitori esteri.

Un supporto alle imprese italiane per un migliore accesso al credito per l'internazionalizzazione è offerto anche dal sistema camerale, che ha sviluppato un servizio di "*Financial Advisory* camerale", al fine di far cogliere alle imprese tutte le opportunità derivanti da fonti di finanziamento a supporto della competitività e del posizionamento internazionale delle imprese.

### *3.14 Attrazione e sblocco degli Investimenti Diretti Esteri*

Nel 2022 gli investimenti diretti esteri (IDE) in Italia hanno registrato una tendenziale crescita, segnando in particolare un +37% dal 2015 e raggiungendo uno stock pari a 430 miliardi di euro.

Con 150 ecosistemi innovativi e una rilevante diversificazione produttiva l'Italia presenta le condizioni per accrescere la propria capacità di attrarre ulteriori investimenti esteri.

Per raggiungere questo obiettivo è necessario supportare la governance nazionale in questa materia, coordinando gli obiettivi di politica industriale con quelli di politica estera nell'ambito del Comitato Attrazione Investimenti Esteri (CAIE).

Le conclusioni delle due ultime riunioni della Cabina di Regia, del 2022 e del 2023, hanno ben riconosciuto l'importanza della tematica legata all'attrazione degli investimenti esteri in ragione dei benefici che gli stessi apportano allo sviluppo economico del Paese in termini di capitali, occupazione, *know-how*, innovazione, nonché alla capacità di migliorare la competitività del Paese a livello globale, favorendo la diversificazione dell'economia e riducendo la dipendenza da settori specifici. Investimenti esteri in Italia significano infatti, 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.

In questo contesto, il Comitato interministeriale per l'Attrazione di Investimenti Esteri (CAIE) rappresenta il luogo di coordinamento tra i principali attori in materia di attrazione: MIMIT, MAECI, MEF, Ministro per la Pubblica Amministrazione e Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome. Attivo dal 2014, il CAIE ha progressivamente rafforzato il proprio ruolo di coordinamento, anche attraverso il supporto della Segreteria Tecnica istituita presso il MIMIT, dello Sportello Unico sperimentale e dell'Unità di Missione Attrazione e Sblocco degli Investimenti - UMASI - (art. 14 del DL n. 44 del 22 aprile 2023), alle dirette dipendenze del neocostituito Dipartimento per le Politiche per le Imprese.

Lo Sportello Unico previsto dal citato DL 50/22, in particolare, rappresenta un valido strumento di supporto per le imprese straniere che hanno intenzione di investire in Italia (o che vogliono potenziare i propri investimenti già realizzati) attraverso l'erogazione di molteplici servizi. Tra essi possono essere evidenziati la ricerca di siti industriali, di incentivi, il tutoraggio nei riguardi dei

rapporti con le pubbliche amministrazioni, l'assistenza per la concessione di visti e permessi, ed ogni altro servizio collegato all'attrazione in un ambito confidenziale e *tailor made*.

L'attuale contesto geopolitico ha messo in grande evidenza il tema della vulnerabilità delle filiere di approvvigionamento. Con l'accelerazione di fenomeni di reindustrializzazione per contingenti motivi geopolitici e 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. Tale evidenza è rafforzata dalla mitigazione delle regole sugli Aiuti di Stato UE per gli investimenti in tecnologie altamente innovative ("*first of a kind*") in territorio unionale. In questo contesto, si rafforza l'esigenza di coordinare ulteriormente gli obiettivi di politica industriale con quelli di politica estera. A tal proposito il CAIE appare il foro più appropriato per favorire il dialogo tra MIMIT e MAECI anche in un'ottica di rafforzamento della resilienza delle filiere di approvvigionamento e del flusso di investimenti verso l'Italia.

Nel corso del 2023 l'attività di attrazione di nuovi investitori si è basata sulla rete diplomatico-consolare e i 23 Sportelli dedicati all'attrazione investimenti di Agenzia ICE e direttamente presso lo Sportello Unico del MIMIT. Come noto tali Sportelli e le Sedi diplomatico-consolari si occupano dell'attività di *scouting*, *lead generation* e *promozione* raggiungendo potenziali investitori esteri per veicolare la proposta di valore italiana. Tale attività viene svolta con particolare riguardo alle aree di sviluppo interessate dagli investimenti del PNRR e le principali tendenze evidenziate dai flussi globali di investimento sia da UNCTAD che dalla WAIPA (ridefinizione delle catene globali del valore, digitalizzazione ed *edge computing*, sostenibilità e transizione ecologica, prossimità ai mercati di destinazione). In quest'ottica è di preminente necessità operare un'accurata selezione strategica dei settori in cui si intende intensificare l'attrazione di investimenti, rafforzare il meccanismo di promozione e di sviluppo degli investimenti in Italia, armonizzando le esigenze degli investitori con le priorità di crescita dei territori, secondo logiche di sostenibilità oltre che di convenienza.

In tale contesto, il MAECI ed Agenzia ICE stanno rafforzando ulteriormente le attività di promozione delle opportunità d'investimento italiane e di primo contatto con l'investitore, con particolare attenzione ai flussi commerciali con i Paesi *partner* che sono naturalmente forieri e spesso propedeutici alla generazione di flussi di investimento. Nello svolgere questa attività il MAECI ne assicura la coerenza con gli obiettivi generali di politica estera.

Allo stesso tempo il CAIE e l'UdMasi stanno concentrando la propria attenzione anche sui servizi di post investimento sul territorio nazionale. *Aftercare* e *Business Retention* o *Expansion* possono essere effettivamente considerate attività estremamente efficaci, non solo per mantenere gli investitori già localizzati, ma anche come propulsori per l'attrazione di nuovi investimenti. Obiettivi dell'*aftercare*, attraverso l'offerta di servizi *tailor made*, sono:

- fidelizzare le aziende estere per percepire i malcontenti e intercettare le problematiche generali che normalmente gli investitori incontrano sul loro percorso;
- facilitare i progetti di espansione e prevenire eventuali processi di delocalizzazione.

È inoltre necessario intensificare ulteriormente il raccordo tra Invitalia ed Agenzia ICE e i rispettivi Ministeri vigilanti allo scopo di massimizzare l'efficienza e la rapidità delle opportunità di investimento generate e le successive fasi di insediamento, accompagnamento ed after care, garantendo al tempo stesso una efficace promozione esterna dell'offerta italiana aggiornata negli eventi sopra menzionati e nelle quotidiane attività di *lead generation* all'estero. Lo *scouting* e l'*aftercare* sono inoltre veicoli principali in termini di conoscenza delle problematiche e di fidelizzazione delle società. L'attività di sblocco e semplificazione dell'UdMasi viene regolarmente alimentata dalle richieste provenienti dalle imprese e utilizzata, come sportello consulenziale, anche in virtù del suo potenziale esercizio del potere sostitutivo.

In tema di attrazione e sblocco degli Investimenti Diretti Esteri, fondamentale è la collaborazione tra le Amministrazioni centrali e le regioni, anche al fine di valorizzare le opportunità esistenti nelle

Zone economiche speciali/Zone Franche urbane/Zone Logistiche Semplificate. La priorità di questa collaborazione deve mirare a definire al meglio l'offerta territoriale, attraverso una sistematizzazione della mappatura degli asset e delle specializzazioni dei territori maggiormente attrattivi. Ad essa va agganciata una presentazione unitaria della offerta, la costruzione di “corsie preferenziali” affinché i progetti strategici per l'Italia possano atterrare nei territori più idonei e l'adozione e promozione di un modello di attrazione a Sportello Unico (*one stop shop*), con la finalità di accompagnare gli investitori nel loro percorso di insediamento nel nostro Paese.

### 3.15 Tabelle dati di riferimento per il capitolo 3

#### p. Principali partner commerciali italiani per le importazioni di materie prime, semilavorati e componenti a rischio e relativa importanza

|                              | 1° fornitore     | 2° fornitore        | 3° fornitore        | 4° fornitore      | 5° fornitore     |
|------------------------------|------------------|---------------------|---------------------|-------------------|------------------|
| Materie prime Commissione UE | Germania (16,3%) | Russia (13,4%)      | Stati Uniti (10,5%) | Turchia (10,0%)   | Cina (8,0%)      |
| Altre materie prime          | Russia (13,9%)   | Stati Uniti (12,9%) | Algeria (6,8%)      | Sud Africa (6,7%) | Brasile (6,6%)   |
| Semilavorati                 | Cina (14,1%)     | Ucraina (13,3%)     | Russia (11,9%)      | Turchia (6,5%)    | Indonesia (5,3%) |
| Componenti                   | Cina (31,0%)     | Romania (14,2%)     | Germania (9,4%)     | Polonia (7,1%)    | Tunisia (3,8%)   |

Fonte: Elaborazione Prometeia-Appia su dati TDM.

## 4.

### Strumenti ed azioni per il 2024

#### 4.1 Sistema fieristico

La legge Made in Italy (L. 206/2023) prevede lo stanziamento di 10 milioni di euro per l'anno 2023 e di 10 milioni per l'anno 2024, a favore di imprese e organizzatori di manifestazioni fieristiche nazionali. La disciplina di dettaglio è contenuta nel decreto del MIMIT di concerto con MEF, MAECI, MASAF e TURISMO, sentita la CONFERENZA UNIFICATA.

Per favorire il coordinamento e l'efficacia delle azioni nel campo fieristico i Ministeri interessati, le Regioni e gli enti coinvolti concordano sulla necessità di:

- realizzare padiglioni nazionali per garantire la presenza coordinata delle aziende italiane nei più importanti appuntamenti fieristici internazionali, associando attività di comunicazione e promozione dei prodotti italiani nel settore di riferimento in raccordo con le associazioni di categoria;
- un maggiore coinvolgimento diretto degli enti fiera e delle associazioni di categoria, in collaborazione con Agenzia ICE, anche attraverso appositi *desk* presso ICE Roma con personale distaccato, per promuovere e coordinare la partecipazione delle aziende collegate o associate 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 e organizzando eventi con il supporto della rete diplomatico-consolare e Uffici ICE;
- presidiare assieme al MAECI e all'Agenzia ICE mercati e settori strategici, promuovere l'internazionalizzazione degli Enti fieristici italiani attraverso l'esportazione delle manifestazioni di riferimento, replicando in altre aree del mondo il proprio formato fieristico e organizzando eventi con il supporto della rete diplomatico-consolare e uffici ICE;
- 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 Agenzia ICE potenziando le attività di follow up dopo la partecipazione dei *buyer* esteri alle manifestazioni. Questa specifica azione a supporto dell'internazionalizzazione delle nostre fiere da parte di Agenzia ICE è un importante strumento complementare ai fondi del Ministero per le Imprese e il Made in Italy a sostegno della strutturazione delle manifestazioni fieristiche previsti ex Legge 27 dicembre 2023, n. 206;
- favorire azioni di filiera in grado di promuovere le imprese del territorio che operano nell'intero segmento di mercato interessato dalle varie manifestazioni fieristiche;
- supportare in Italia anche fiere di dimensioni minori ma rilevanti per le specializzazioni merceologiche e territori o distretti con propensione all'internazionalizzazione;
- creare strumenti informativi di supporto agli eventi fieristici come la calendarizzazione di b2b puntuali;
- 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 e consentire l'attivazione di economie di scala e di scopo nella copertura degli spazi fieristici;

- per quanto riguarda il settore agroalimentare le manifestazioni Fancy Food di New York, Anuga di Colonia, FHC di Shanghai, *Fruit Attraction* di Madrid e *Fruit Logistica* di Berlino - per il settore agroalimentare e Coxemar di Vigo e Seafood Expo di Barcellona - per la pesca, rappresentano i momenti più importanti per l'import/export italiana all'estero. A livello nazionale *Macfrut* e *Sigep* di Rimini (Associazione Esposizioni e Fiere Italiane), *Tutto Food* di Milano, *Cibus* di Parma, Eima International di Bologna e *Vinitaly* di Verona sono certamente fiere di rilievo per il comparto. A sostegno del sistema imprenditoriale Confederale AICE-Confcommercio ha programmato l'organizzazione di alcune missioni commerciali già sottoposte al vaglio di ICE-Agenzia, sia in Cina in occasione del *China International Supply Chain Expo* e al *China International Import Expo* (novembre) che in Giappone durante l'Expo 2025 ad Osaka;
- infine, merita attenzione l'iniziativa di Confcommercio, la fiera dei Servizi per l'export "Go-International", organizzata da AICE-Confcommercio i prossimi 25 e 26 settembre a Milano, e a cui partecipano alcune fra le più rilevanti istituzioni nazionali.

#### 4.2 Grande Distribuzione Organizzata, e-commerce e digitalizzazione

Partendo dai risultati ottenuti negli anni precedenti, è necessario proseguire per consolidare le collaborazioni fra grandi catene distributive nazionali e GDO estera, sia nelle economie emergenti che nei mercati più maturi, con l'obiettivo di ampliare l'assortimento di prodotti italiani disponibili per i consumatori esteri in spazi dedicati ai player della distribuzione italiana. A tale scopo è necessario sostenere le imprese nazionali fornendo servizi di supporto e formazione con particolare riferimento agli aspetti della logistica e della comunicazione. Un'azione rilevante può essere rappresentata dall'ampliamento e diversificazione delle linee di referenze prodotto con cui le imprese entrano e si presentano sugli scaffali della distribuzione estera, per far fronte agli ostacoli di mercato rappresentati dal cosiddetto "ultimo miglio" della commercializzazione. Nell'ambito delle politiche di promozione, occorre rafforzare la logica dello story telling finalizzato ad enfatizzare il valore distintivo dei prodotti e delle eccellenze Made in Italy.

La legge (L. 206/2023) supporta la promozione della transizione digitale dell'industria e dell'artigianato, mediante l'utilizzo di ambienti virtuali ed interattivi, lo sviluppo del commercio elettronico di beni e servizi e la riorganizzazione dei processi produttivi, formativi e di *marketing*, attraverso un contributo per investimenti e progetti alle imprese con 5 milioni di euro per il 2024. La disciplina di dettaglio è prevista con decreto del MIMIT di concerto con MEF.

Per incrementare la presenza delle aziende italiane sulle principali piattaforme internazionali di *e-commerce* occorre inoltre migliorare gli strumenti e le strategie promozionali nelle seguenti direzioni:

- utilizzo delle banche dati consolidate dei diversi progetti (D-TEM, *Bonus export digitale*, *Smart Export*) per assicurare maggiore interazione tra i professionisti della digitalizzazione e le aziende interessate a sviluppare questi strumenti;
- promozione dell'internazionalizzazione delle aziende italiane attraverso l'attivazione di apposite vetrine sui principali *marketplace* internazionali;
- incrementare e rafforzare gli accordi stipulati da Agenzia ICE con le piattaforme di *e-commerce*, attraverso appositi protocolli di intesa finalizzati ad una cooperazione per la tutela dei prodotti agroalimentari di qualità, in particolare con la Cina come seguito delle riunioni del 2023 del Gruppo di lavoro sull'*e-commerce* all'interno della Commissione Economica Italia-Cina;
- rafforzare il sostegno alla digitalizzazione, in particolare in favore delle PMI del Mezzogiorno, anche attraverso la realizzazione del programma **Bonus Export Digitale Plus** e del programma **Digital Export Sud**, previsti con risorse a valere sul Programma Nazionale Ricerca, Innovazione e Competitività 2021-2027, da mettere in atto in collaborazione tra MAECI, MIMIT e ICE.

### 4.3 Iniziative di rilevanza strategica

Le seguenti iniziative previste per il 2024 rivestono un carattere di particolare rilevanza

- evento di presentazione alle aziende della strategia *Global Gateway* della Commissione Europea volta a mobilitare investimenti pubblici e privati nei collegamenti infrastrutturali tra Europa e Paesi partner, rafforzando la competitività e la sicurezza delle catene di approvvigionamento;
- missione tecnica in Brasile (aprile-maggio), con *focus* sulla mobilità sostenibile e con il coinvolgimento di associazioni competenti per settore, di aziende e dei soggetti dell'internazionalizzazione;
- presentazione Paese dedicata al Tagikistan, a Roma, il 24 aprile 2024 a margine della visita del Presidente Emomali Rahmon;
- Business Forum Italia-Marocco a Rabat;
- Business Forum Italia-Turchia, ad Istanbul, in occasione della III edizione della JETCO, la *Joint Economic and Trade Commission* tra Italia e Turchia;
- la seconda edizione del Business Forum Italia-Serbia, a Trieste;
- assemblea Generale dell'*Italy Japan Business Group*;
- *Business Forum* Italia-Croazia;
- *Business Forum* Italia-Norvegia;
- *Business Forum* Italia-Kenya, a Nairobi come seguito della Presentazione Paese dedicata al Kenya (29 settembre u.s.) e come parte della cosiddetta "Iniziativa Attanasio"<sup>26</sup>;
- *Business Forum* Italia-Tunisia a Tunisi.

Con specifico riferimento ai Paesi del continente africano si riportano le principali iniziative in programma per il 2024.

- "Dialogo *Business to Business* Italia-Africa" – Evento MAECI e Agenzia ICE di *networking* tra associazioni imprenditoriali italiane ed africane;
- "Presentazione Paese" Kenya – evento di promozione economica in formato virtuale, preparatorio del "*Business Forum*" di Nairobi;
- apertura di due Osservatori Economici ICE rispettivamente ad Abidjan e a Niamey;
- 30 iniziative promozionali sviluppate dalla rete di Agenzia ICE in Africa, in raccordo con il MAECI;
- programma di formazione "LAB INNOVA FOR AFRICA" per l'AFRICA SUBSHARIANA, organizzato da Agenzia ICE in collaborazione con associazioni di categoria e MAECI in Angola e Senegal - settore *agri-business* ed in Tunisia e Marocco per il settore ICT e *startup*;
- 200 milioni di euro di finanziamenti per l'internazionalizzazione delle imprese italiane in Africa, a valere sul Fondo 394/81 gestito da SIMEST;
- sostegno delle esportazioni italiane verso l'Africa mediante stabilizzazione del tasso di interesse dei finanziamenti delle commesse italiane, a valere sul Fondo 295/73 gestito da SIMEST (in Angola e Tanzania);

---

<sup>26</sup> Possibili ulteriori tappe dell'**Iniziativa Attanasio: Uganda** (a seguito del recente incontro del VPdC e On. Ministro Tajani con il Primo Ministro ugandese, Robinah Nabbanja), **Nigeria** e **Tanzania**. In tutte le nuove missioni si conta di prevedere – oltre ai settori che più tradizionalmente caratterizzano l'Iniziativa (infrastrutture, energia, agroalimentare) – una componente relativa alla promozione della filiera verde e della edilizia sostenibile.

- piano strategico SIMEST - apertura di una sede in Africa;
- garanzie SACE su potenziali finanziamenti per la realizzazione di progetti in Africa, operazioni di *push-strategy* a favore di controparti sovrane o *corporate* nel continente africano e organizzazione dei relativi eventi di *match-making* tra aziende italiane e *buyer* locali;
- riunione Agenzie spaziali africane e tour dei principali *cluster* industriali dello spazio in Italia;
- incontro startup africane nell'ambito del *Roma Tech Forum*;
- programma dell'ICGEB-International Center for Genetic Engineering and Biotechnologies di Trieste per lo sviluppo di capacità locali di produzione di reagenti per la ricerca e la diagnostica clinica in connessione con l'industria italiana per aumentare la disponibilità nel continente di test diagnostici a prezzi accessibili;
- programma dell'ICGEB-International Center for Genetic Engineering and Biotechnologies di Trieste per il rafforzamento delle capacità di ricerca sui biofertilizzanti e per lo sviluppo della produzione locale in connessione con l'industria italiana per migliorare la resa agricola e la sicurezza alimentare;
- programma UNESCO-OWSD *Organization for Women in Science for the Developing World* di Trieste a sostegno delle scienziate africane per sviluppare un centro di ricerca nel Paese di origine in settori con un impatto sulla comunità locale e in connessione con l'industria italiana;
- programmi dell'*International Center for Theoretical Physics* e dell'UNESCO TWAS-*World Academy of Sciences* di Trieste per l'alta formazione di esperti africani nella gestione del cambiamento climatico e nell'Intelligenza Artificiale: monitoraggio e prevenzione calamità naturali, modelli climatici, gestione dei big data e loro inserimento nelle strutture competenti dei Paesi di origine;
- progetto di formazione CONFAPI in Africa su alcuni mercati africani *target* per favorire l'ingresso in Italia di manodopera qualificata e per soddisfare le esigenze delle nostre imprese di forza lavoro.

#### 4.4 Comunicare il Made in Italy: la promozione integrata

Il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione internazionale proseguirà e amplierà la **produzione di iniziative dedicate al racconto e alla promozione delle filiere produttive nazionali**, con particolare attenzione a:

- **rigenerazione urbana ed edilizia**, con l'obiettivo di valorizzare le esperienze virtuose di rigenerazione urbana in Italia e promuovere competenze e tecnologie in materia di progettazione degli spazi urbani, dell'edilizia e dell'abitare;
- **Italy Tech e distretti tecnologici**, al fine di promuovere presso il pubblico internazionale la conoscenza del contributo del Made in Italy allo sviluppo tecnologico globale e favorire iniziative di *incoming* presso i distretti tecnologici italiani;
- **calzatura sportiva e distretto dello sportssystem**, in collaborazione con Fondazione e Museo *Sportssystem* di Montebelluna e con Assocalzaturifici;
- **oreficeria e gioielleria**, con particolare attenzione alle nuove tendenze della creazione e lavorazione dei gioielli e ai temi dell'innovazione, sostenibilità e inclusività;
- **economia circolare, start-up e green design**, con l'obiettivo di favorire una vetrina internazionale per start-up e brevetti italiani nel campo del riutilizzo di materiali di scarto industriali;
- **Big Data, IA e prevenzione di eventi metereologici** per presentare all'estero le infrastrutture e le capacità italiane in materia di big data e prevenzione dei fenomeni metereologici, valorizzando in particolare la *Big Data Valley* dell'Emilia-Romagna;

- **sostenibilità:** promozione di attività volte a valorizzare la qualità dei prodotti italiani, non più solo legata alle caratteristiche intrinseche (disegno, funzionalità) ma anche alla sostenibilità, nuovo paradigma di esportazione del modello italiano nel mondo nell'era della transizione ecologica.
- **turismo rurale:** incentivare il ruolo degli agriturismi e delle dimore storiche italiane come poli di attrattività per la promozione dei prodotti agroalimentari Made in Italy;

Sarà inoltre rafforzata 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 sovra regionale con lo scopo di affacciarsi sui mercati internazionali con ulteriore solidità ed efficacia. La messa in rete degli specifici strumenti e materiali elaborati dalle singole Regioni e Province autonome permette da un lato di valorizzare le peculiari caratteristiche dei vari sistemi produttivi, dall'altro di accrescere la conoscenza delle opportunità esistenti e la loro messa a disposizione a imprese ed operatori economici italiani ed esteri. È necessario prevedere materiale “corporate” modulare di presentazione del sistema Italia, che costituisca una solida base di partenza nella presentazione delle singole Regioni e definire un 'pacchetto tipo' di accompagnamento attivo al processo di internazionalizzazione per singoli territori/singole imprese, da mettere a disposizione delle Regioni per implementare azioni su misura.

CDP prevede l'ampliamento delle geografie di riferimento della Piattaforma di Business Matching nel 2024 in UK, Turchia, Colombia e prossimamente anche in Serbia e Albania. Inoltre, in stretto raccordo con la Presidenza italiana del G7, CDP sta coordinando il contributo che le Banche pubbliche di sviluppo dei Paesi G7 intendono fornire ai relativi governi per presentare proposte di azione sulle priorità alla Presidenza italiana del G7: sistemi alimentari sostenibili; clima, energia ed ambiente; infrastrutture; parità di genere; ricostruzione dell'Ucraina; sanità e intelligenza artificiale. Per quanto riguarda le relazioni con gli investitori internazionali, nel 2024 CDP realizzerà Missioni di *follow-up* in USA, Qatar, Arabia Saudita ed Emirati Arabi Uniti, Bahrein, Londra e Singapore.

L'arricchimento della programmazione delle rassegne tematiche annuali per consolidarne il ruolo di vetrina del Made in Italy vedrà il **lancio delle nuove rassegne “Giornata del Made in Italy” (15 aprile) e “Giornata dello Sport”**, con iniziative promosse in contemporanea da tutta la rete diplomatico-consolare e degli Istituti Italiani di Cultura. Inoltre, saranno realizzati nuovi contenuti promozionali per le rassegne dell'*Italian Design Day*, della Settimana della Cucina Italiana e della Giornata Nazionale dello Spazio. In particolare, la realizzazione di una piattaforma digitale di “formazione dei formatori” nel campo della cucina e dell'enogastronomia, in collaborazione con Filiera Italia-Coldiretti, Confagricoltura ed eventuali altri soggetti; la realizzazione del progetto **La cucina delle radici**, per promuovere e far conoscere le interconnessioni tra le cucine regionali italiane e quelle dei paesi di destinazione della migrazione italiana, anche in ottica di promozione del turismo enogastronomico e delle radici; la realizzazione del **progetto 100 vasi** volto a valorizzare il *design* italiano attraverso l'arte decorativa dei vasi, uno dei simboli di eccellenza artigianale italiana. In occasione di alcune tappe del *tour* mondiale della nave scuola della Marina Militare Vespucci attraverso 28 Paesi e 5 continenti si punterà, anche con il contributo dell'Agenzia ICE, a promuovere il Made in Italy nel suo complesso al fine di valorizzarne le principali eccellenze enogastronomiche e produttive e l'*expertise* imprenditoriale.

Infine, è prevista presso la **rete diplomatico-consolare e degli Istituti Italiani di Cultura l'organizzazione e promozione di circuitazioni internazionali di progetti di promozione integrata**, con l'avvio del tour internazionale delle mostre “FABRICa” (filiera tessile); CONNECT-IT (infrastrutture); “ITALIA GIARDINO DEL MONDO” (progettazione degli spazi verdi) prodotte nel corso del 2023.

Nell'ambito della Giornata Nazionale del Made in Italy, il MIMIT sta predisponendo per il 2024 una serie di iniziative a livello istituzionale con ministeri ed enti pubblici, con il mondo imprenditoriale, della cultura ed in genere della società civile, diffuse su tutto il territorio nazionale. Il MAECI, nel contempo, in raccordo con l'ICE, sta organizzando presso le sedi all'estero delle sessioni

della GNMI dedicate a far conoscere sempre più e meglio ai sistemi imprenditoriali locali l'importanza ed i valori del saper fare italiano.

Il Sistema camerale, attraverso la propria rete funzionale e territoriale, continuerà a promuovere l'export delle imprese potenziali e occasionali esportatrici attraverso l'utilizzo del digitale, dell'innovazione e della sostenibilità con il "Programma Sostegno all'Export dell'Italia (SEI)" del sistema camerale.

#### 4.5 *Promozione dell'agroalimentare italiano nel mondo*

Particolare importanza riveste la promozione commerciale dei prodotti del settore agroalimentare del Made in Italy. Attraverso una stretta sinergia tra MAECI e MASAF, con il coinvolgimento di Agenzia ICE, occorre potenziare, sia sul versante finanziario che della programmazione degli eventi, le attività promozionali, sia in Italia che all'estero.

Questo raccordo deve essere esteso alla Conferenza delle Regioni e delle Province autonome che non solo è portatrice della visione dei territori e dei distretti produttivi, ma anche della loro proiezione sui mercati esteri.

Tra le iniziative in attuazione nel 2024 si segnalano:

- G7 Agricolo a Siracusa nel settembre 2024. Tra i temi in discussione anche il diritto al cibo di qualità per tutti, la sicurezza alimentare, il rispetto dei diritti dei lavoratori, la reciprocità negli scambi commerciali e criteri di produzione condivisi.
- Incontro del Consiglio Oleicolo Internazionale in Italia, organizzato in collaborazione con il MASAF dal 27 al 30 maggio 2024;
- Attuazione del bando promozione nazionale e internazionale dei prodotti DOP/IGP;
- Attuazione nuovi bandi promozione vino;
- Rafforzamento delle azioni di contrasto all'Italian Sounding, anche nell'ambito della Cabina di regia dei controlli nel settore agroalimentare e della pesca;
- Rafforzamento delle iniziative tecniche e diplomatiche per la rimozione delle barriere fitosanitarie e sanitarie, rafforzando le sinergie tra i Ministeri competenti (MASAF, MAECI, MIMIT, Salute) e con la rete delle Ambasciate italiane all'estero;
- Conferma della candidatura della cucina italiana a patrimonio immateriale dell'Unesco, nell'ambito della collaborazione tra MASAF e Ministero della Cultura;
- Realizzazione di iniziative per la promozione della Cucina italiana all'estero e valorizzazione delle eccellenze enogastronomiche del Paese, come già richiamato nel paragrafo 4.4;
- Rilancio del lavoro di partnership con la GDO estera, anche supportandola nello sviluppo di linee *private label* di prodotti Made in Italy e attraverso lo sviluppo di partnership con i player italiani della distribuzione, come indicato nel paragrafo 4.2.
- Implementazione dello standard di certificazione "ristorante italiano all'estero". (MASAF)

#### 4.6 *Promozione dei flussi turistici*

- **Promuovere i territori**, in particolare piccole e medie città d'arte, piccoli borghi e itinerari turistici regionali attraverso le iniziative di promozione integrata del Ministero e della sua rete, quali ad esempio quelle inserite nell'ambito della Settimana della cucina italiana nel mondo e l'*Italian Design Day*.
- Attuare una **diplomazia dei grandi eventi**, a partire da quelli sportivi che l'Italia si appresta a ospitare, straordinarie vetrine per il Sistema Italia e le sue eccellenze: Giro d'Italia; campionati Europei di Atletica leggera 2024, Giochi olimpici e paralimpici invernali di Milano Cortina 2026. Ma anche grandi eventi non sportivi, come il Giubileo 2025.
- Impegno a sostegno del settore turistico anche a livello multilaterale per promuovere un modello di turismo inclusivo e sostenibile: siamo membri dal 1978 **dell'Organizzazione Mondiale del Turismo** e tra i maggiori contributori. Tale ruolo si svilupperà anche

nell'ambito del Consiglio Esecutivo dell'Organismo, al quale l'Italia è stata rieletta per il mandato 2023-2027.

**A tal fine è necessario mantenere un'interlocuzione costante con ENIT** – Agenzia Nazionale del Turismo, al fine di approfondire ulteriormente le sinergie nell'ambito delle attività di promozione integrata realizzate dal MAECI.

#### 4.7 *Filiere produttive e approvvigionamento di materie prime critiche*

La legge Made in Italy (L. 206/2023) attribuisce al Ministero delle imprese e del Made in Italy il compito di promuovere e sostenere la ricerca applicata, lo sviluppo e l'utilizzo della tecnologia basata su registri distribuiti quale tecnologia innovativa utile per la tracciabilità e la valorizzazione della filiera del Made in Italy per la tutela delle informazioni fornite ai consumatori, attraverso contributi a fondo perduto e finanziamenti a tasso agevolato con 4 milioni di euro per l'anno 2023 e 26 milioni di euro per l'anno 2024. È istituito presso il Ministero un catalogo nazionale per il censimento delle soluzioni tecnologiche conformi e dei nodi infrastrutturali della rete. La disciplina di dettaglio è prevista con decreto del MIMIT, di concerto con l'autorità politica delegata in materia di innovazione tecnologica e transizione digitale. Per le attività sopra riportate e per il funzionamento del catalogo sono previsti 200mila euro per il 2023 e 50mila a decorrere dal 2024.

Per portare a compimento la strategia di autonomia strategica nel contesto dell'Unione Europea le Amministrazioni e gli Enti coinvolti nei processi di internazionalizzazione del sistema imprenditoriale italiano dovranno in particolare procedere nel 2024:

- ad una **mappatura puntuale del fabbisogno italiano di materie prime critiche e beni intermedi** necessari all'industria italiana, promuovendo gli interessi delle aziende italiane anche in sede europea, con allineamenti della pertinente normativa;
- alla ricerca e adozione di materiali più sostenibili per rispondere alle crescenti preoccupazioni ambientali dei consumatori internazionali, contribuendo così a migliorare l'immagine del Made in Italy come sinonimo di qualità e responsabilità sociale;
- a rafforzare l'approvvigionamento all'interno del **contesto europeo**, fra cui l'aggiornamento della legislazione sulle licenze in Europa e attraverso processi di economia circolare;
- ad approfondire le opportunità presenti nel **continente africano** nell'ambito del **Piano Mattei**;
- a **monitorare i flussi** degli approvvigionamenti di beni e l'utilizzo strategico delle forniture;
- a rafforzare l'**import strategico** svolto dall'ICE, un'attività di assistenza alle imprese italiane per l'identificazione di controparti estere in modo da favorire l'approvvigionamento di materie prime e beni intermedi strategici per l'economia italiana;
- a supportare le fonderie italiane in un percorso di accompagnamento per la partecipazione di progetti all'estero per acquisire conoscenze in materia di raffinazione e primo processamento;
- a promuovere, per il tema dell'economia circolare, iniziative per potenziare l'export di competenze e tecnologie di riciclo, soprattutto per quanto riguarda la plastica (riciclo chimico) e a supporto del settore dei materiali innovativi e della capacità impiantistica necessaria (es bioplastiche);
- a mettere valorizzare e certificare le *performance* di sostenibilità dei nostri prodotti, in particolare per quanto riguarda minor consumo di acqua e di energia, con la diffusione di certificazioni settoriali che li accompagnano e che possono risultare utili per la corretta implementazione anche ai fini della successiva rendicontazione di sostenibilità;

- a sviluppare, in collaborazione con le Regioni, lo strumento dei Progetti integrati di Filiera (PIF), con l'obiettivo di consolidare, mediante l'attuazione coordinata di iniziative collettive e individuali, la presenza competitiva e la proiezione internazionale di PMI appartenenti a filiere regionali di eccellenza, favorendone la penetrazione organizzata nei mercati esteri e, al tempo stesso, la capacità di presidio da parte delle singole imprese.

#### 4.8 *Eccellenze scientifiche e tecnologiche*

Sul fronte della collaborazione scientifica e tecnologica internazionale si segnalano le seguenti iniziative in realizzazione nel corso del 2024

- **protocolli esecutivi scientifici e tecnologici:** nel 2024 si prevede di rinnovare le intese con Giappone, Vietnam, Polonia e Argentina scadute nel 2023. Proseguiranno le attività previste nell'ambito dei P.E. in vigore con Stati Uniti, Cina, Singapore, Corea, India, Brasile, Sud Africa e Montenegro;
- **accordo Italia Israele:** pubblicazione nei primi mesi del 2024 dei bandi industriale e scientifico. Assegnazione del Premio Rita Levi Montalcini;
- **cooperazione Italia – Germania:** inizio attività dei progetti selezionati nei bandi scientifico e startup2023. Negoziato per una nuova iniziativa bilaterale dedicata all'idrogeno. Firma dell'accordo intergovernativo per la cooperazione nel campo della meteorologia e climatologia;
- **iniziative europee in materia di intelligenza artificiale:** recepimento di tali iniziative sfruttando gli strumenti di supporto finanziario previsti dalla Commissione;
- **G7 a presidenza italiana:** favorire iniziative coordinate in ambito G7 per supportare l'adozione volontaria degli *International Guiding Principles for Organizations Developing Advanced AI systems* e dell'*International Code of Conduct for Organizations Developing Advanced AI Systems* adottati nell'ambito dell'*Hiroshima Process*; promuovere l'adozione di un *Quantum Action Plan*;
- **sostegno della produzione, della ricerca e delle applicazioni industriali delle tecnologie abilitanti:** ricorrere a forme di incentivazione economica e iniziative volte a promuovere forme di collaborazione tra fondazioni a partecipazione statale, centri di ricerca e tessuto imprenditoriale, anche a livello internazionale;
- **forme di sperimentazione normativa nell'ambito delle tecnologie abilitanti:** favorire lo sviluppo di soluzioni innovative, specialmente in materia di IA e IA generativa;
- **promozione integrata:** finalizzazione e distribuzione dei progetti “*guide astronomiche*”, la “*scienza a fumetti*” e the “*Great game of science*”;
- **conferenza degli Addetti Scientifici:** organizzazione della prossima Conferenza che si terrà a Torino in aprile 2024;
- **Giornata della Ricerca italiana nel mondo:** definizione di un nuovo format in grado di integrarsi con la nuova giornata del made in Italy recentemente istituita e calendarizzata per il 15 aprile
- **Einstein Telescope:** partecipazione per il MAECI al tavolo interistituzionale coordinato dal MUR e relativi seguiti con il coinvolgimento delle Sedi all'estero;
- **piattaforma Knowledge Share:** piattaforma realizzata dal MIMIT con NETVAL e POLITO per la valorizzazione internazionale della ricerca scientifica e tecnologica, che raccoglie e pubblica oltre 2.100 brevetti derivanti dalla ricerca pubblica;
- **recepimento delle iniziative europee in materia di intelligenza artificiale,** sfruttando gli strumenti di supporto finanziario previsti dalla Commissione, anche alla luce della recentissima pubblicazione di un pacchetto per l'innovazione in materia di IA a sostegno delle start-up e delle PMI.

Sono inoltre allo studio le seguenti misure:

- sostegno della produzione, della ricerca e delle applicazioni industriali delle tecnologie abilitanti attraverso (i) forme di incentivazione economica (ii) iniziative volte a promuovere forme di collaborazione tra fondazioni a partecipazione statale, centri di ricerca e tessuto imprenditoriale, anche a livello internazionale;
- forme di sperimentazione normativa nell'ambito delle tecnologie abilitanti al fine di favorire lo sviluppo di soluzioni innovative, specialmente in materia di IA e IA generativa.

#### 4.9 *Economia dello Spazio*

- Nel 2024 attraverso la **realizzazione di una efficiente ed efficace normativa sullo Spazio**, finalizzata alla regolamentazione e sviluppo delle attività commerciali, in coordinamento e sinergia con la legislazione di settore dell'Unione Europea e internazionale, il governo punta a supportare, sviluppare, regolare attuali e nuovi ambiti operativi e commerciali nello spazio, permettendo la nascita e la crescita di nuove iniziative imprenditoriali di respiro internazionale e l'attrattività verso imprese estere a insediarsi e operare nel nostro territorio;
- nel corso del 2024 occorre **perseguire il coinvolgimento effettivo** nell'ambito del nuovo programma della Unione Europea di connettività satellitare sicura IRIS2 promosso dalla Commissione Europea, che valorizzi opportunamente il tessuto industriale nazionale con competenze in tutti i segmenti dello spazio dall'*upstream*, al *downstream* e al *Ground Segment*; tale azione per una maggiore efficacia sarà implementata con una stretta collaborazione con i principali paesi europei;
- inoltre, verrà lanciato, in collaborazione con ICE Agenzia, un **Tavolo per l'internazionalizzazione dell'industria spaziale italiana**, con la partecipazione di istituzioni, agenzie specializzate, associazioni di categoria, aziende, esperti, accademici e fondi di investimento.

#### 4.10 *Innovazione e startup*

**La legge Made in Italy (L. 206/2023)** include **Misure di incentivazione della proprietà industriale** che prevedono uno stanziamento di 8 milioni di euro per il 2023 ed uno per il 2024 per startup innovative e microimprese (Voucher 3I per l'acquisto di servizi di consulenza e brevettazione). I criteri e le modalità di attuazione sono da definire con decreto MIMIT, di concerto con MEF.

Sono inoltre previste le seguenti iniziative:

- potenziamento dell'azione di 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;
- prosecuzione e revisione delle modalità operative del Centro INNOVIT di San Francisco al fine di assicurare e attivare le opportune sinergie con le attività svolte dall'Agenzia ICE;
- 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;
- rafforzamento dell'operatività del Fondo di Venture Capital (gestito d'intesa con SIMEST e CDP *Venture capital*) in favore delle start-up e PMI innovative;
- rafforzamento dell'operatività del bando POC (*Proof of Concept*), gestito da Invitalia per conto dell'Ufficio italiano Brevetti e Marchi del MIMIT, per l'innalzamento dei livelli di

maturità tecnologica di numerosi brevetti in possesso delle strutture di ricerca pubbliche nazionali;

- sviluppo dei programmi promozionali e formativi come il *Global Start-up Program*;
- promozione di iniziative a supporto di una riflessione più strategica sul tema dell'Intelligenza Artificiale intesa come fattore di profonda trasformazione delle società e delle economie; sull'uso e sull'impatto dell'IA sulle caratteristiche produttive del nostro sistema industriale (filieri internazionalizzate); sui temi di proprietà intellettuale della nuova conoscenza generata (economia dei dati).

#### 4.11 *La diplomazia sportiva*

- Sviluppare e finanziare **iniziative di promozione integrata** che possano essere realizzate dalla rete MAECI all'estero. Si potrà in tal senso partire dal modello di successo de "La Bellezza in un Gesto" (con la Federazione Italiana Scherma): eventi di promozione a margine delle competizioni, sfruttando la presenza di atleti e staff delle squadre italiane; realizzazione di materiali quali video promozionali e mostre fotografiche;
- **sostenere i grandi eventi sportivi in Italia** per rafforzarne la visibilità internazionale e promuovere opportunità di internazionalizzazione per le aziende legate ai settori o ai territori di riferimento;
- realizzare una **nuova rassegna di promozione integrata dedicata allo sport**, costruendo sulla già esistente "Giornata Nazionale dello Sport" del CONI;
- consolidare e definire nuovi formati di promozione integrata per valorizzare all'estero le **Olimpiadi e Paralimpiadi invernali di Milano Cortina 2026**, che contribuiscano, da un lato, a sostenere il turismo in entrata e, dall'altro, a promuovere il comparto produttivo legato allo sport (abbigliamento, attrezzature, macchinari, materiale medicale, protesi).

#### 4.12 *Gare internazionali*

- Organizzazione di incontri e missioni tecniche di BMS in Italia, in occasione di prestigiosi eventi o fiere internazionali, per favorire occasioni di incontro con le imprese;
- elaborazione di una Guida al *procurement* a beneficio delle imprese;
- prosecuzione del programma *Tender Lab* da parte di Agenzia ICE per formare le PMI sui meccanismi di partecipazione alle gare indette dalle BMS;
- finanziamento di studi di fattibilità per opere infrastrutturali.

#### 4.13 *Supporto finanziario all'internazionalizzazione e Fondo nazionale Made in Italy*

- Nel corso del 2024 sarà intensificata l'attività di *scouting* all'estero e di primo contatto con gli investitori esteri, attraverso la rete diplomatico-consolare e i 23 sportelli dedicati di ICE Agenzia. L'origine geografica concentrata degli investitori suggerisce di rafforzare tali azioni sia nei mercati europei sia nei nuovi poli economico-finanziari mondiali (Paesi del Golfo e dell'Asia);
- nel corso del 2024 saranno ulteriormente promosse presso gli investitori esteri le opportunità offerte dal Fondo nazionale del Made in Italy di recente costituzione per il rilancio delle filiere strategiche nazionali, con una dotazione di 700 milioni di euro per il 2023 e 300 milioni di euro per il 2024, e dagli strumenti finanziari dei Contratti di Sviluppo e del Fondo per la Crescita Sostenibile;
- rafforzamento della presenza di SIMEST nel continente africano mediante l'apertura del nuovo ufficio e nuova apertura nel Sud-est asiatico con un ufficio in Vietnam. Lancio di SIMEST misura Africa con relativa riserva dedicata a valere sulle risorse del Fondo 394 e FPI

a supporto delle imprese, in particolare del Sud, con interessi in Africa; Valutazioni di SIMEST su sviluppo iniziativa destinata a supportare le imprese industriali italiane impegnate nella catena dei lavori e delle forniture di grandi progetti infrastrutturali internazionali, a partire dall'area del Golfo Persico e in particolare nei paesi membri del *Gulf Cooperation Council* (Arabia Saudita, Bahrein, Emirati Arabi Uniti, Kuwait, Oman e Qatar), con coinvolgimento obbligatorio della relativa filiera italiana;

- nel 2024, l'attività di cooperazione internazionale allo sviluppo di CDP si sta concentrando verso l'Africa e il Vicinato europeo, anche nell'ottica di consolidare le catene del valore e migliorare le condizioni di vita nei Paesi partner. In merito all'impegno verso il continente africano, CDP è altresì coinvolta nella Cabina di Regia del Piano Mattei, fornendo supporto sulle tematiche finanziarie e contribuendo all'ideazione di nuovi strumenti finanziari dedicati. L'attività del 2024 potrà anche contare su due nuovi importanti strumenti pubblici, gestiti da CDP, la cui operatività è stata avviata nella seconda metà del 2023. In primo luogo, il Fondo Italiano per il Clima, istituito presso il MASE, nella cui governance sono coinvolti MEF e MAECI. Il Fondo Italiano per il Clima potrà finanziare iniziative pubbliche e private con un positivo impatto climatico, e avrà una importante focalizzazione sull'Africa. In secondo luogo, "Sviluppo+", il nuovo strumento del Fondo Rotativo per la Cooperazione allo Sviluppo (gestito per conto del MEF e secondo gli indirizzi forniti dal MAECI), che potrà finanziare anche iniziative ad elevato impatto sullo sviluppo sostenibile promosse nei Paesi partner dalle imprese, in particolare PMI;
- nel corso del 2024 SACE consoliderà l'offerta formativa multicanale a beneficio delle PMI italiane con il lancio di nuovi *format* dedicati ai temi della digitalizzazione e della sostenibilità, e svilupperà le attività di *business-matching* a supporto della nuova operatività *Green Push*, al fine di valorizzare le filiere strategiche italiane per la transizione ecologica presso grandi *buyer* esteri.

#### 4.14 Attrazione e sblocco degli Investimenti Diretti Esteri

Le attività da svilupparsi nel 2024 su questo fronte sono la conseguente implementazione dei *deliverable* definiti nel corso della riunione CAIE del 13 luglio 2023, preceduta dai lavori di due riunioni preparatorie pre-CAIE tenutesi il 28 marzo ed il 14 giugno 2023, e sono disegnate per favorire l'insediamento in Italia degli investimenti stranieri, attraverso un *bouquet* di servizi che favoriscano 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. Si evidenzia che le prime quattro attività di seguito elencate sono in fase di avanzata realizzazione.

- Completamento di un "Documento di offerta nazionale degli investimenti in Italia" che censirà diversi siti industriali messi a disposizione dei futuri investitori e sua promozione sui mercati esteri da parte della rete diplomatico-consolare e dei 23 sportelli della rete estera di Agenzia ICE;
- completamento della costruzione di un website dedicato all'attrazione di investimenti esteri in Italia, la vetrina dove l'investitore estero potrà reperire ogni informazione utile;
- predisposizione di ulteriore nuovo materiale informativo dedicato agli investitori esteri, in particolare, la redazione a cadenza regolare di una newsletter al fine di aggiornare costantemente i principali investitori internazionali;
- completamento di un CRM (*Customer Relationship Management*) per la gestione dei *lead*, capace di leggere ed interpretare le informazioni collezionate nell'interazione con le imprese;
- completamento di uno studio di comparazione delle normative IDE e delle politiche fiscali tra Italia e Paesi competitori che possa fornire utili proposte al legislatore in tema di maggiore attrattività;

- completamento del progetto “Eccellenze italiane nelle istituzioni e nelle imprese estere; *Young italian brains*” in *partnership* con LinkedIn per l’individuazione tra gli italiani che all’estero ricoprono posizioni di responsabilità, di figure apicali in aziende, in istituzioni internazionali o professionisti, che possano imprimere ulteriore spinta ad attrarre capitali esteri;
- organizzazione dell’evento “*Make It in Italy*” (nome provvisorio) per la presentazione dell’attrattività italiana nel mondo con la previsione di incontri diretti tra CEO di imprese internazionali e Ministri assieme a Governatori regionali e vertici di entità pubbliche italiane;
- realizzazione di un video promozionale sullo sviluppo dell’Italia prima e post PNRR da presentare all’evento di cui sopra.

Nell’anno in corso, sono previsti una serie di eventi internazionali in materia di attrazione degli investimenti, tra i quali sono stati calendarizzati i seguenti:

- roadshow internazionale in corrispondenza del “Giro del mondo Amerigo Vespucci” nei seguenti porti: Los Angeles, Tokio, Darwin, Singapore, Mumbai, Abu Dhabi, Doha e Alessandria. In queste tappe del tour, verrà organizzato un evento per la promozione del nuovo sistema di attrazione degli investimenti esteri;
- partecipazione ai principali eventi fieristici (es. *Key Energy*, MIPIM 2024, Fruit Logistica 2024, *Bio International Convention* 2024).

Alle attività già citate, se ne aggiungono altre più recenti, che sono in fase di avvio e impegneranno il CAIE nell’annualità in corso:

- mappatura degli strumenti finanziari presenti a livello regionale e nazionale;
- ricognizione delle principali norme attualmente in vigore in materia di attrazione investimenti, di interesse per potenziali investitori esteri che intendono avviare e gestire un’impresa in Italia;
- realizzazione di una piattaforma di *business matching* per l’attrazione degli investimenti, la raccolta delle opportunità di investimento delle PMI e delle start up innovative italiane;
- *Italy-US Tech Business Investment Forum*, da organizzare nel mese di ottobre a Washington in collaborazione con la Conferenza delle Regioni e la *Transatlantic Harmonic Foundation*;
- creazione di un *network* volto ad attrarre investimenti qualificati lungo la supply chain delle rinnovabili, in collaborazione con le principali associazioni di categoria del settore;
- realizzazione di un progetto di “*carbon credit*” mediante l’attrazione di capitale estero;
- progetto *Italy - Golf Destination Country*. L’iniziativa mira a sviluppare un circuito che mette insieme strutture sportive e ricettive di altissimo livello, nonché servizi turistici e logistici, per attrarre investitori esteri;
- studio di settore in materia di attrazione degli investimenti, con una rassegna delle principali norme attualmente in vigore e di interesse per potenziali investitori esteri che intendono avviare e gestire un’impresa in Italia;
- istituzione del Tavolo per la redazione di un Testo Unico per lo sblocco e l’attrazione degli investimenti esteri presso il Ministero per le riforme istituzionali e la semplificazione normativa, che tra le varie misure possa elaborare proposte in materia fiscale nonché un riordino normativo in materia di visti e permessi di lavoro necessari agli investitori e la creazione di un *fast track* per l’implementazione e la gestione dell’investimento;
- rafforzamento della governance in materia di Attrazione Investimenti Esteri, in particolare attraverso il rinnovo del Protocollo di Intesa firmato nel settembre 2020 tra ICE Agenzia, Invitalia e i rispettivi Ministeri vigilanti, con l’obiettivo di concretizzare con la massima efficienza e rapidità le opportunità di investimento nelle varie fasi di insediamento, accompagnamento ed *aftercare*, garantendo al tempo stesso una efficace promozione esterna dell’offerta italiana negli eventi sopra menzionati e nelle quotidiane attività di *scouting* e *lead generation* all’estero. Il protocollo consente alle Agenzie e ai rispettivi Ministeri vigilanti di operare in modo coordinato attraverso la denominazione “InvestinItaly”. È inoltre prevista

l'integrazione in un nuovo *customer relationship management* ICE-Invitalia della gestione dei *lead* con lo scopo di accompagnare l'investitore dal primo contatto all'estero all'avvio della sua attività in Italia;

- sviluppo di rapporti costanti e continui con i principali investitori anche al fine di alimentare un *database*, gestito nell'ambito del CRM "InvestinItaly" con contatti diretti di: (i) fondi finanziari (fondi sovrani, fondi di *private equity* e *venture capital*, fondi pensionistici, grandi gruppi bancari, *family office*); (ii) aziende di media-grande dimensione interessate a investimenti *greenfield* e *brownfield*, acquisizioni di minoranza o di controllo e joint venture; (iii) soggetti con un elevato patrimonio interessate a trasferirsi in Italia.

La legge Made in Italy (L. 206/2023) da, inoltre, al MIMIT la possibilità di subentrare gratuitamente nella titolarità di marchi di particolare interesse e valenza nazionale (con registrazione o uso continuativo da almeno 50 anni), in caso di cessazione dell'attività o di inutilizzo del marchio da almeno 5 anni, ed utilizzarlo in favore di imprese che intendano investire in Italia, grazie alla Disciplina di dettaglio con decreto MIMIT.

\*\*\*

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