



**GLI STATI GENERALI DEL COMMERCIO CON
L'ESTERO**

ROMA 28/29 OTTOBRE 2011

Palazzo dei Congressi – EUR

**LE PROPOSTE DELLA SQUADRA MADE
IN ITALY**

Obiettivi

- 1) sostenere l'internazionalizzazione delle pmi italiane, puntando al MANTENIMENTO di mercati dove il Made in ITALY e' gia forte, sostenendo il posizionamento dei prodotti e aumentando la percezione del loro valore. Potenziare nel contempo la PRESENZA su NUOVI mercati, valutando di volta in volta l'interesse a seconda delle produzioni, del momento economico e dell'evoluzione dei mercati
- 2) garantire adeguato livello risorse pubbliche ed evitarne la dispersione
- 3) contrastare contraffazione e fenomeno dell'italian sounding ingannevole
- 4) comunicare meglio l'eccellenza e il valore culturale del Made in ITALY

Criticità

- 1) Scarsa propensione ad accedere e mantenere una presenza stabile sui mercati esteri a volte accompagnata da inadeguata capacita' dimensionale
- 2) scarsità di risorse finanziarie dedicate all'internazionalizzazione
- 3) difficoltà di accesso o assicurazione al credito
- 4) frammentazione ed insufficiente coordinamento del sistema della promozione del settore, sia a livello centrale che locale, fra Stato e Regioni, fra pubblico e privato
- 5) mancanza di una Grande Distribuzione Organizzata italiana o di piattaforme logistico distributive

6) barriere non tariffarie o dazi doganali elevati

Proposte Squadra Made in Italy:

1) COSTITUZIONE AGENZIA INTERNAZIONALIZZAZIONE CON ATTIVITÀ "INTELLIGENCE" COMMERCIALE

Identikit:

- 1) monitoraggio delle grandi opportunità di business, identificando priorità geografiche capacità di fornire ogni informazione tecnica e commerciale necessaria
- 2) scelta ragionata del mercato sulla base di: evoluzioni consumi, incentivi locali, accordi bilaterali di libero scambio, normative tariffarie e non, norme anticontraffazione, capitolati appalto all'estero, finanziamenti Ue
- 3) capacità di 'riordinare le idee' alle pmi con un pool di esperti che in sinergia con l'istituto italiano di tecnologia dia "chiavi in mano" la risposta ad ogni specifico problema tecnologico
- 4) capacità di promuovere il meccanismo del countertrade (scambio) sulle materie prime: identificando i bisogni dei paesi ricchi di commodities ma poveri di risorse finanziarie e offrendo in cambio beni e servizi delle nostre aziende

2) ARMONIZZAZIONE ATTIVITÀ STATO/REGIONI

Unica "sede di regia" (ad es. l'organo di governance nuova Agenzia) per Coordinamento tra politiche promozionali nazionali e locali:

- valorizzazione fiere evitando sovrapposizioni di calendario
- possibilità per Camere di commercio di assistere le reti di imprese anche attraverso la concessione di credito

- Possibilità di applicare a reti di impresa tipologia fiscalità prevista (ma mai attuata) per distretti
- avvalersi del sistema camerale in Italia e di Invitalia per le missioni di incoming
- visti agevolati per businessmen ed investitori

3) MISURE PER LA COMPETITIVITÀ

a) DI SOSTEGNO ALLA CRESCITA DIMENSIONALE

- eliminazione o riduzione sulle tasse sulla plusvalenza da fusione

b) DI SOSTEGNO ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE

- ✓ “Deducibilità fiscale delle spese promozionali all'estero
- ✓ Deducibilità fiscale spese azioni di incoming
- ✓ Sgravi fiscali per imprese che realizzano fatturati esteri tramite stabili organizzazioni in linea con i principali partners europei.
- ✓ miglioramento condizioni accesso al credito imprese minori dimensioni
- ✓ finanziamenti per singola azienda a progetti di innovazione anche di modesta entità, semplificando le procedure di deposito e rinnovo dei brevetti, abbattendone i costi
- ✓ ampliamento portafogli strumenti finanziari a disposizione del sistema pubblico (Simest innanzitutto) attraverso:
 - Finanziamenti alle Reti di impresa
 - Finanziamenti a progetti che hanno ricaduta strategica per l'Italia ma che non vedono il coinvolgimento diretto di imprese italiane
 - Incentivi agli investimenti diretti esteri in Italia (legge 100/90 per investitori esteri in Italia)
 - Operatività venture capital a tutti i paesi extra UE
 - accesso più agevole alle garanzie (anche emessa da banca del

- paese destinatario) e linearità finanziamento-garanzia con SACE,
- finanziamento franchising all'estero (D.L. n. 185/2000 - Titolo II)
 - ✓ Incentivi fiscali per Giovani volontari : EXPORT managers o e commerce manager s presso pmi per incrementare imprese esportatrici abituali, (oggi circa 180 Mila su quasi cinque milioni) : in collaborazione con Università' e Enti di formazione, inserire nelle PMI esportatrici giovani specializzati in materie connesse al commercio estero, selezionati da una banca dati nazionale in capo alla costituenda agenzia. Un provvedimento legislativo dovrebbe prevede questa particolare forma contrattuale ed incentivi fiscali tanto per il volontario che per l'impresa che lo accoglie.

4) COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

- Promozione Made in Italy attraverso network televisivi nazionali ed esteri: per per contrastare l'Italian sounding, per comunicare meglio l'eccellenza dei livelli igienico sanitari della nostra produzione
- unico portale con una banca dati aggiornata in tempo reale (con accesso gratuito ed illimitato)
- sviluppo dell' e-commerce per i prodotti del Made in Italy (attraverso il portale www.madeinitaly.gov.it) e incentivi per le singole imprese

5) A LIVELLO MULTILATERALE

- 1) Etichettatura obbligatoria per i prodotti importati da paesi extraeuropei (c.d. Made in)
- 2) Valorizzazione opportunità di accordi bilaterali conclusi da Ue in ambito internazionale
- 3) Più lobby in sede Ue per superare ostacoli culturali, procedurali e fito sanitari - le cosiddette barriere non tariffarie- di accesso a paesi terzi: porre come pregiudiziale in tutti gli accordi di libero scambio il rispetto della reciprocità degli interessi tra paesi, la salvaguardia delle nostre produzioni sensibili e il rispetto delle normativi vigenti nella ue.