

# PIANO NAZIONALE EXPORT

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

**Roma, 16 Gennaio 2013**

**ITALIA**

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

# *Executive Summary*

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

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

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

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

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

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

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



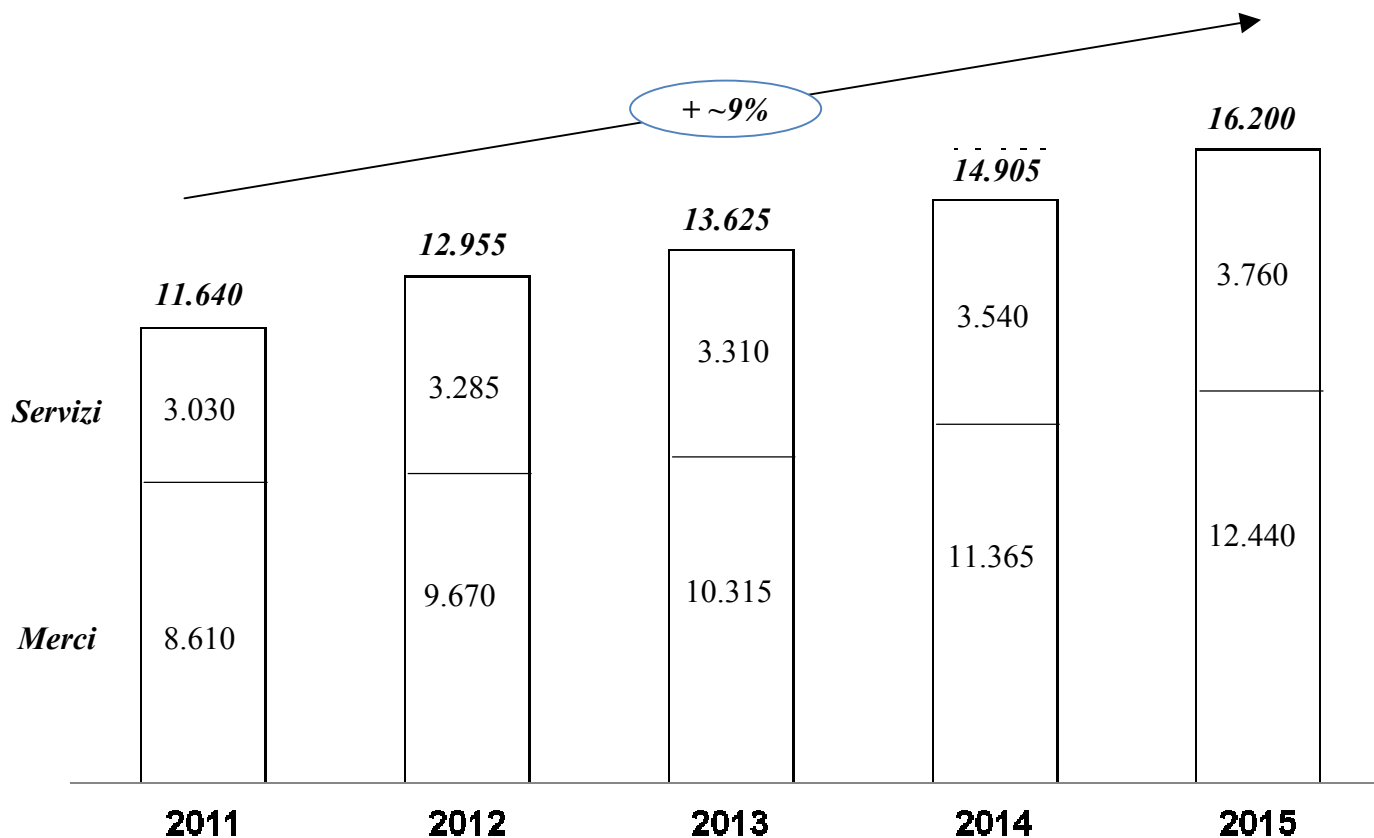
- Contesto di riferimento: evoluzione  
dell'Export globale e italiano

- Piano 2013-15

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

## Export mondiale: evoluzione 2011-2015

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

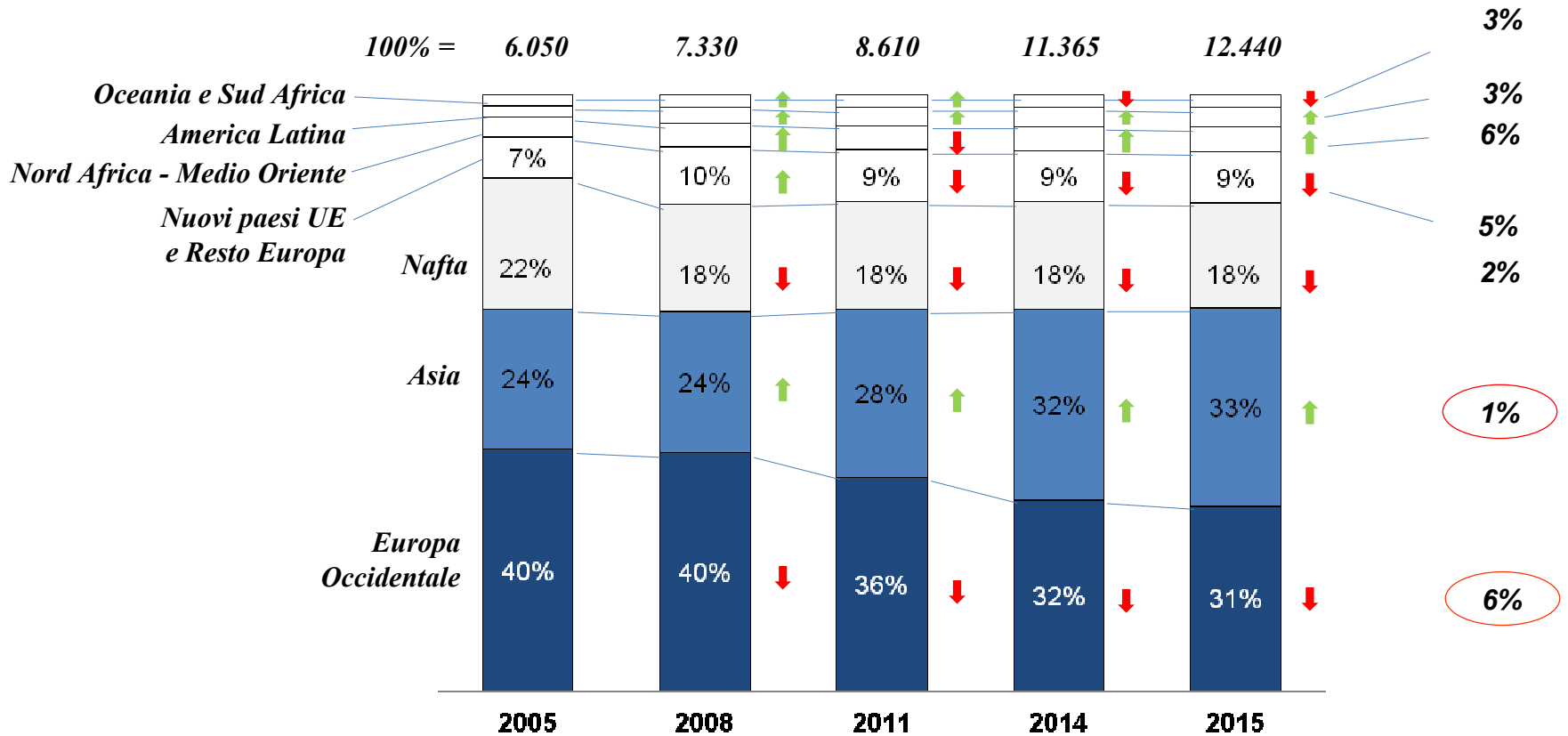


# ... ma sempre più verso mercati dove la quota di mercato italiana è meno forte

## Import mondiale merci: distribuzione assorbimento per Area Geografica

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

*QdM Italia per Area Geografica (2011)*



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

Fonte: elaborazioni ICE su dati FIPICE

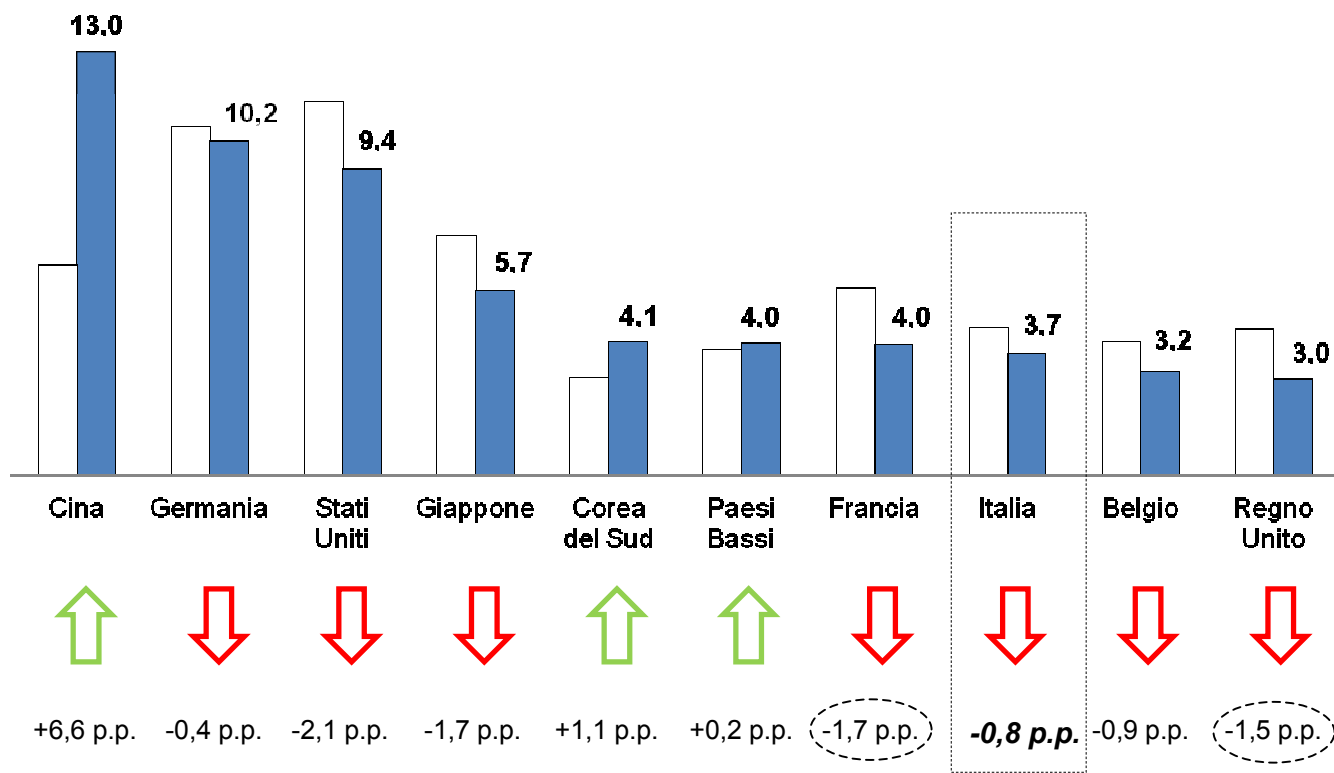
# *I tradizionali paesi esportatori hanno ceduto QdM ai paesi emergenti: l'Italia, seppur in calo, tiene rispetto ai principali concorrenti*

## Evoluzione quote di mercato sulle esportazioni mondiali di Manufatti

Percento; Esportazioni di merci

□ 2002 ■ 2011

↑↓ Variazione 2011 vs. 2002



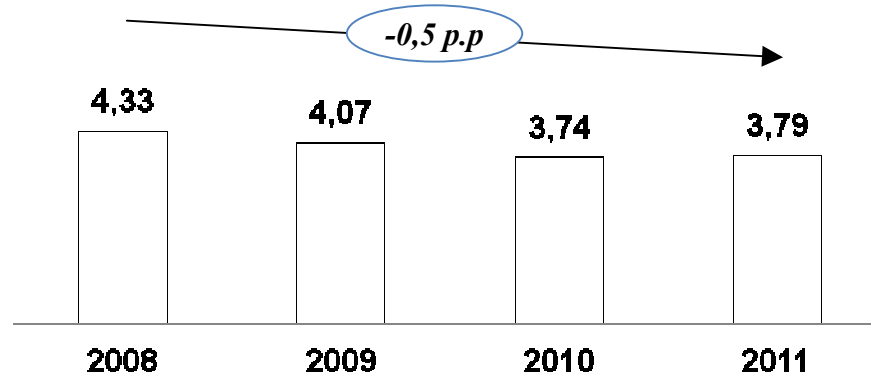
• Tra le **principali difficoltà** che hanno caratterizzato l'andamento della **QdM** dell'Export italiano si segnalano:

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

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

## Andamento della Quota di Mercato dell'Export Italia

2008-11, Percento; Mercati



Variazione complessiva vs. anno precedente

n.s.      -0,26      -0,33      +0,05

Di cui Effetto Struttura

n.s.      -0,06      -0,24      +0,03

Di cui Effetto Competitività

n.s.      -0,18      -0,09      +0,02

Di cui Effetto Adattamento

n.s.      -0,01      -0,01      -

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

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

## *Fattori abilitanti*

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

Molti di questi fattori tendono in maniera **"naturale"** a promuovere la diffusione nel mondo del nostro Export

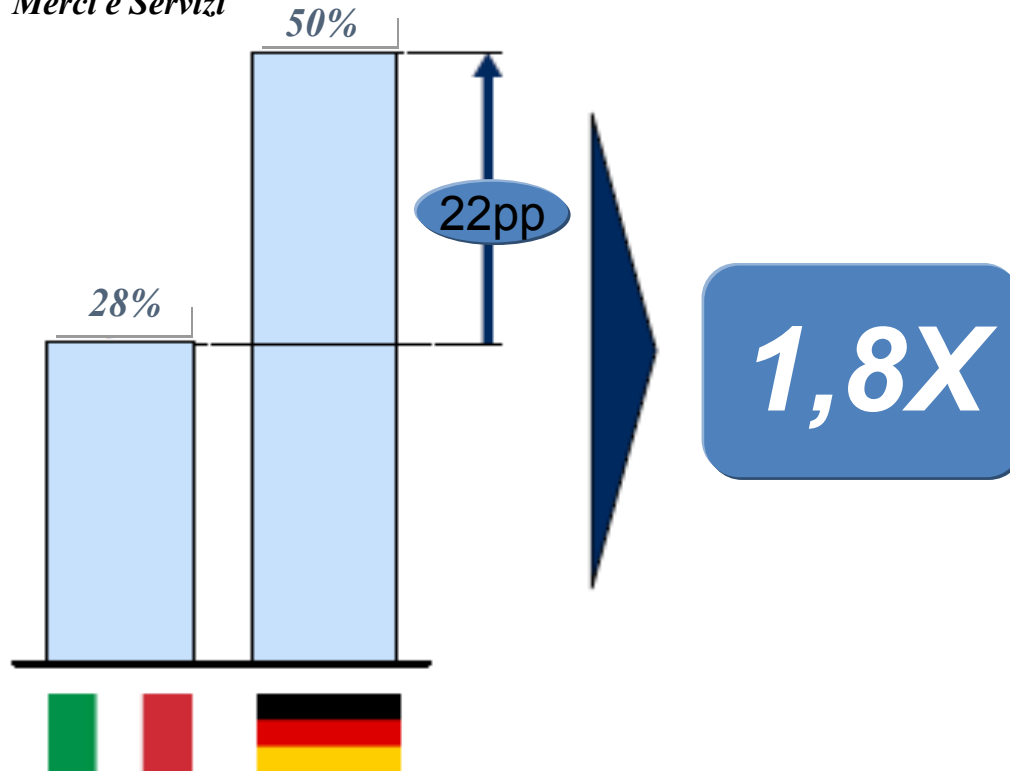


# *Una economia come la Germania ha una incidenza dell'Export superiore di circa il doppio rispetto al nostro Paese: l'Italia può quindi porsi obiettivi ambiziosi di aumento dell'Export*

Anno 2011

## *Incidenza Export/PIL*

*Merci e Servizi*



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

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



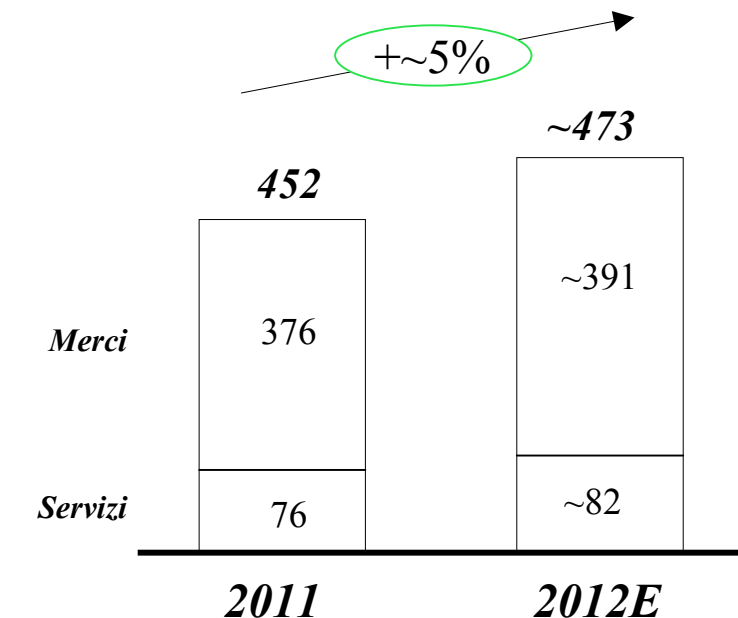
- Contesto di riferimento: evoluzione Quote di Mercato

- Il Piano 2013-15

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

## *Evoluzione valore dell'export nazionale*

Mld €, CAGR



### *Saldo commerciale*

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

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

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

## **Interventi avviati**

## **Descrizione**

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

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

## **Intervento**

## **Descrizione**

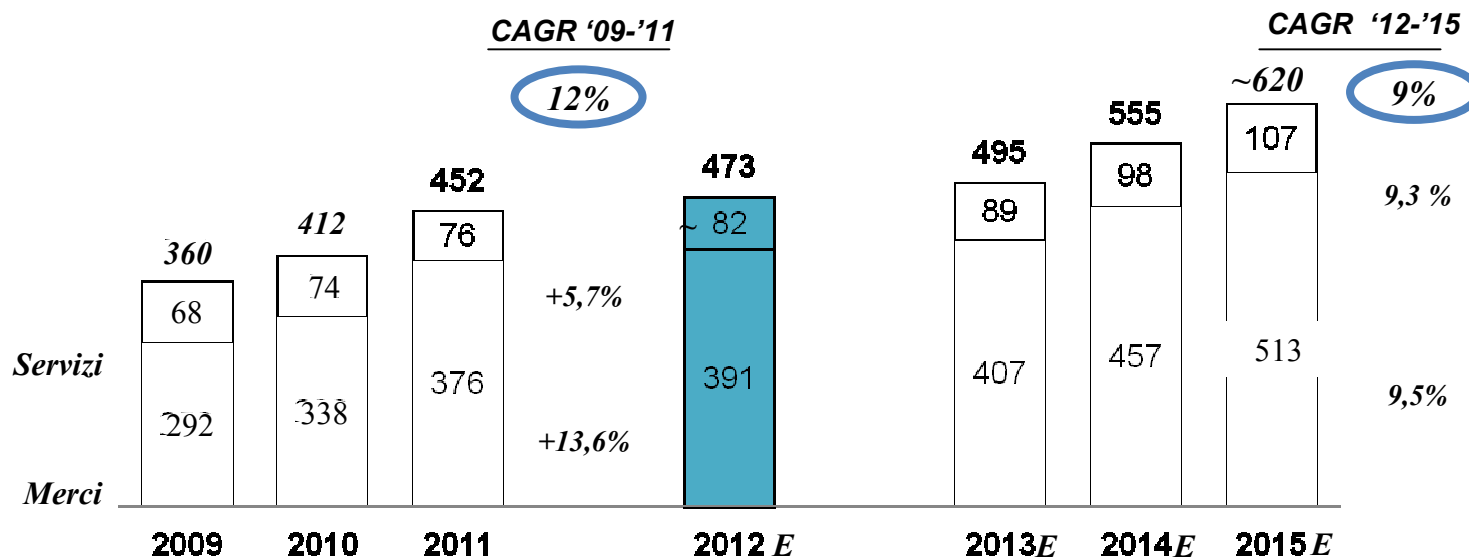
- |  |  |
|--|--|
| <b>4</b> <i>Supporto finanziario all'internazionalizzazione</i>                  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Creazione di un <b>polo della finanza per l'Internazionalizzazione CDP-SACE-SIMEST</b> che disporrà di strumenti complementari per “taglia” e settori</li><li>•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

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

## Evoluzione valore dell'Export nazionale

Mld €;

Valori medi dei due scenari realizzati (base e ottimistico)



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

3,1%

3,8%

Rilevanza dell'Export  
nazionale (% sul PIL)

25%

27%

28%

29%

31%

32%

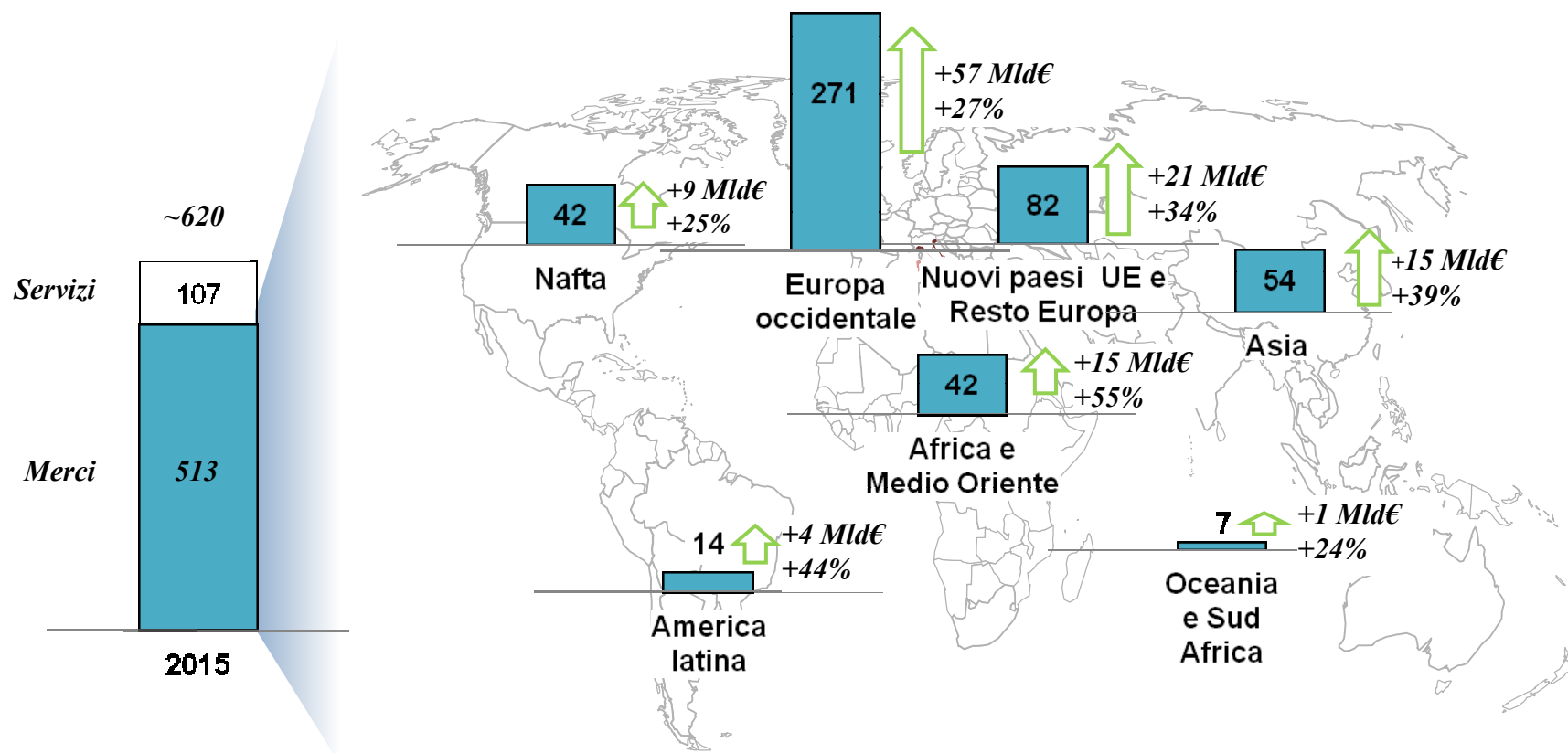
32%

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

# L'Italia può generare crescite importanti in tutte le principali Aree Geografiche...

## Distribuzione per Aree Geografiche e crescita a fine periodo 2012-15

Mld€, % - Delta 2015 - vs. 2012

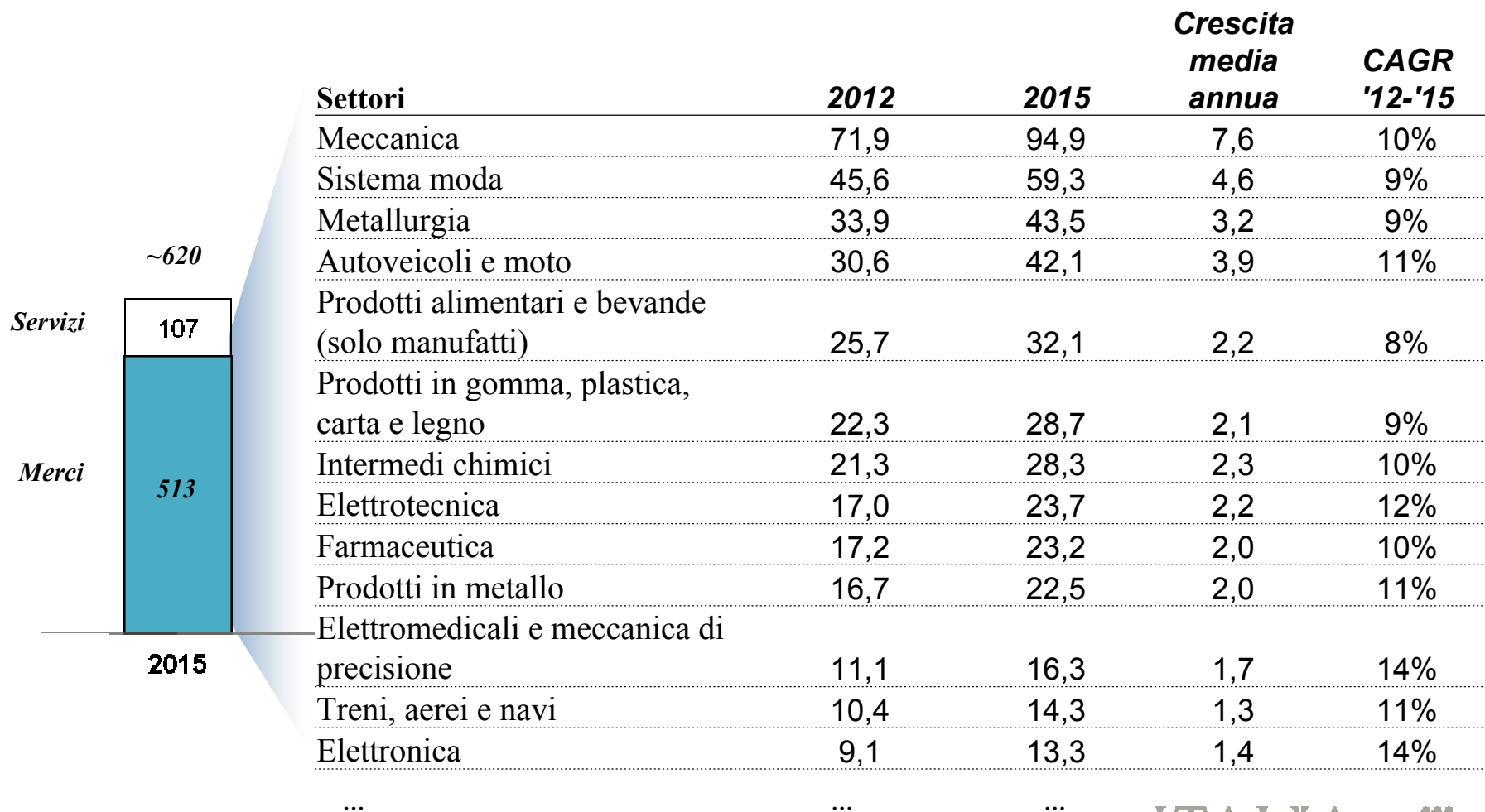


Fonte: elaborazioni dati ICE

## ... e nei principali Settori: Merci

### Distribuzione per settore e crescita media annua

Mld€; CAGR '12-'15 (%)



Fonte: elaborazioni dati ICE



## ... e nei principali Settori: Servizi

### Distribuzione per settore e crescita media annua

Mld€; CAGR '12-'15 (%)

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

~620

Servizi

107

513

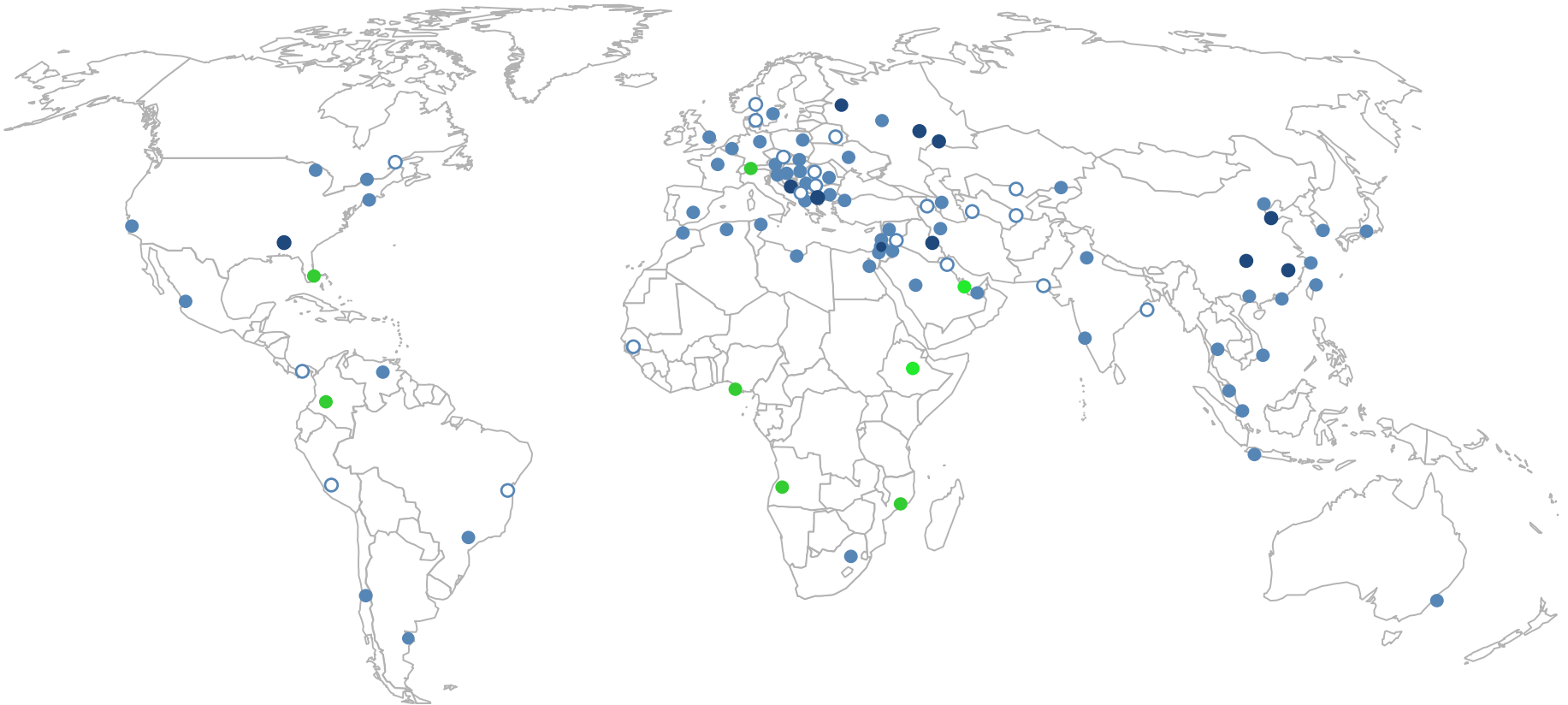
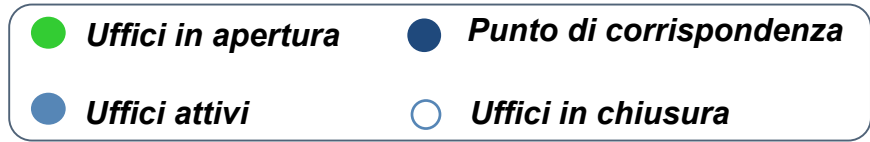
2015

Fonte: elaborazioni dati ICE

\* Per Viaggi si intende il Turismo: il fatturato generato dagli acquisti dei turisti in Italia (Analisi Banca d'Italia)

\*\* Per Trasporti si intende il fatturato entrante da Trasporto Merci (Es: Fatturato ad un'azienda straniera da parte di carrier italiano)

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

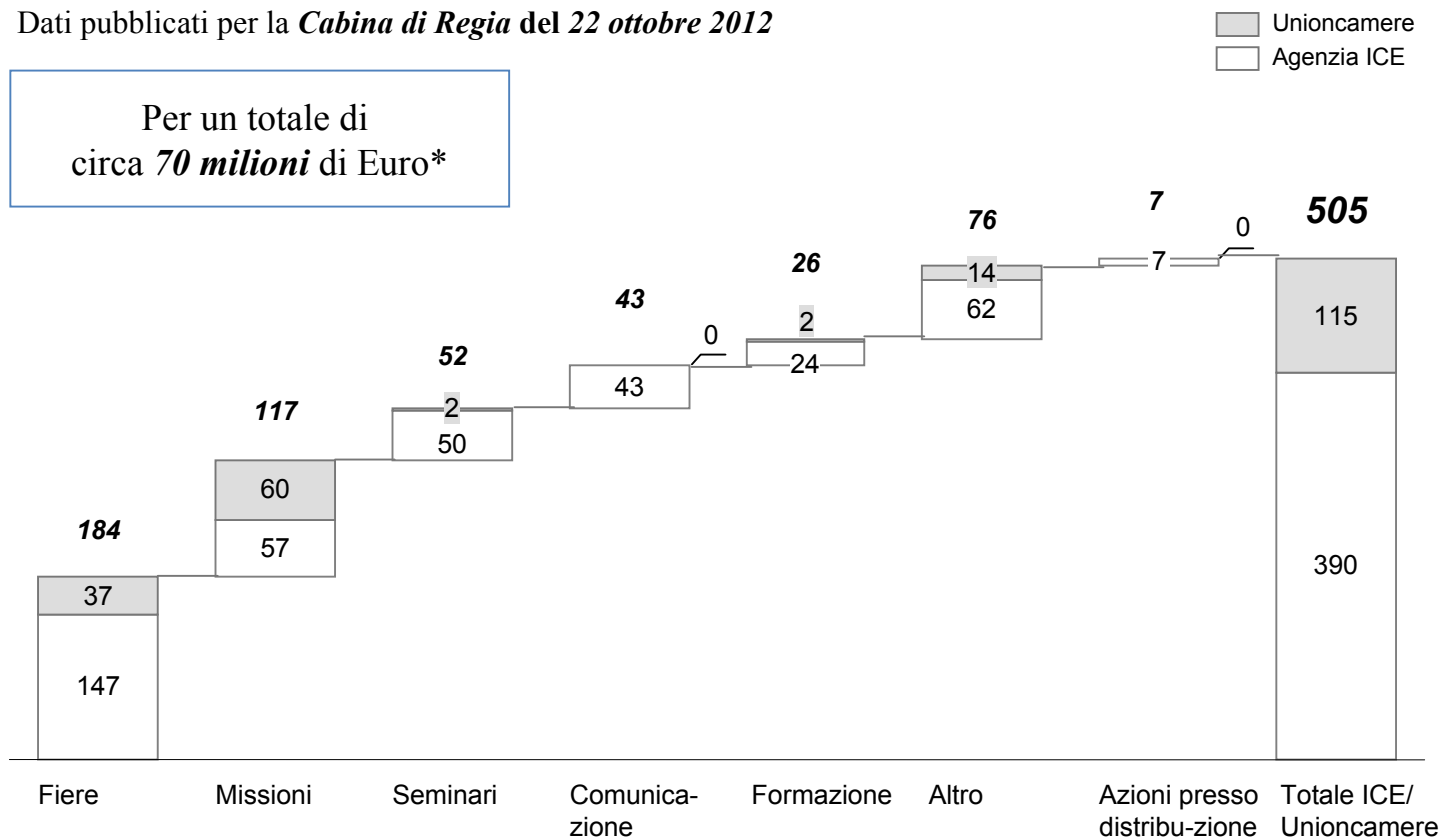


- **8** *Uffici di nuova apertura*
- **15-20** *Strutture in chiusura grazie a razionalizzazioni con altre parti del Sistema*

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

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

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



\* Somma di Ice e Sistema Camerale, stanziamento pubblico e privato

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

## Esempi di azioni puntuali

## Descrizione

### Aumento delle risorse per la Promozione

- **Aumento delle risorse finanziarie dell'Agenzia Ice** per la Promozione Nazionale da circa **30 milioni** di euro del 2012 a circa **60 mln** di euro nel 2013 (la media 2008-10 era di circa 80 milioni di euro (compreso il contributo privato a carico delle imprese, nel 2010 era pari a 122 milioni di euro)

### Sgravi fiscali per imprese

- **Incremento soglia deducibilita' fiscale** delle spese di rappresentanza all'estero e per iniziative di "**incoming**" (invito a **buyers, giornalisti etc**) e ammortamenti accelerati per costituzione di stabili organizzazioni all'estero. **Varo di un Testo Unico** per le normative in materia di internazionalizzazione (esigenza di semplificazione manifestata dalle imprese).

### Potenziamento dell'E-Commerce

- Avvio di **misure di diffusione dell'E-Commerce** come *ad esempio* la piattaforma in fase di sviluppo "**Vetrine Virtuali**" dell'**Agenzia Ice** (cataloghi elettronici in cui e possibile promuovere la propria offerta produttiva ed entrare in contatto con potenziali partner) e Programma Google-Unioncamere

### Superamento limitazioni barriere non tariffarie

- Azioni di sostegno alla tutela del Made in Italy vs. ostacoli derivanti da **barriere non tariffarie** (specialmente nel settore agro-alimentare).
- Avvio di campagne su "Italian sounding", con sensibilizzazione delle istituzioni internazionali e nazionali alla tutela dei prodotti tipici e delle indicazioni geografiche, maggiore supporto legale e fiscale alle imprese esportatrici attraverso la creazione di reti di professionisti, formazione sulle regolamentazioni multilaterali (WTO) sulle barriere non tariffarie

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

## *Esempi di azioni puntuali*

## *Descrizione*

***Potenziamento strumenti per la crescita dimensionale e aggregazione/reti***

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

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

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

***Attivazione sistemi informativi a supporto dell'export***

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