



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

PATTO PER L'EXPORT

8 GIUGNO 2020

“Patto per l’Export”

1. PREMESSA

L’Italia, come il resto del mondo, sta attraversando un’emergenza sociale, economica e sanitaria senza precedenti, che ha generato un livello di incertezza mai sperimentato anche nel settore del commercio internazionale, con inevitabili ricadute negative sul sistema produttivo, sulle nostre esportazioni e sulla circolazione di persone, capitali, idee, beni, servizi.

Con l’intento di rilanciare il “Made in Italy” nel mondo nell’attuale congiuntura, su impulso del Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, Luigi Di Maio, è stato dato il via per la prima volta ad un percorso inclusivo, coinvolgendo non solo i membri della Cabina di regia per l’Italia internazionale, ma tutte le associazioni di categoria, i territori e gli Enti preposti al sostegno pubblico all’internazionalizzazione.

Questo dialogo - svolto in particolare attraverso l’organizzazione e l’ascolto di 12 Tavoli settoriali, uno per ciascuna categoria economica significativa dell’export italiano, coordinati dal Sottosegretario di Stato Manlio Di Stefano - ha messo in luce un quadro di criticità variegato. Le esigenze sono molteplici e differiscono a seconda del settore, delle dimensioni aziendali, del *modus operandi*; tutte, però, hanno in comune la richiesta di coordinamento, trasparenza, chiarezza d’intenti e tempestività.

Nello specifico, i seguenti elementi, emersi dai tavoli, sono indice di una serie di criticità che meritano particolare attenzione, quali:

- la sensibile riduzione delle quote di mercato rispetto ai nostri principali concorrenti;
- il propagarsi di pratiche commerciali discriminatorie legate al Covid-19, sotto forma talvolta di richieste di certificazione della salubrità dei prodotti italiani;
- il crollo della domanda estera nel settore turistico, che richiede interventi straordinari di rilancio dell’offerta turistica nazionale e dell’attrattiva dell’Italia come meta turistica;
- la scarsa consapevolezza, da parte di un’ampia platea di consumatori stranieri, dell’eccellenza dell’offerta italiana in comparti innovativi e ad alto contenuto tecnologico;
- l’insufficiente conoscenza degli incentivi all’internazionalizzazione già esistenti (solo lo 0,5% delle PMI italiane esportatrici, circa 800 su oltre 140.000, si è avvalsa nel 2019 dei finanziamenti agevolati SIMEST);
- la necessità per le nostre PMI di un’ormai urgente digitalizzazione delle proprie attività commerciali per superare le attuali difficoltà di accesso alle piattaforme internazionali di *e-commerce*;
- la limitata visibilità internazionale del validissimo eco-sistema delle *start-up* italiane;

- il blocco delle attività del sistema fieristico, che ha comportato il rinvio o l'annullamento di tutti gli eventi previsti nella primavera 2020;
- la necessità di affiancare al sistema fieristico tradizionale ulteriori meccanismi di incontro - anche virtuali - tra domanda e offerta.

Si rendono pertanto indispensabili un coordinamento di natura strategica e la massima collaborazione fra la Farnesina, tutti i membri della Cabina di Regia per l'Italia internazionale ed il tessuto produttivo italiano per rispondere con efficacia alla crisi in corso.

2. PRINCIPI DEL PATTO

Il "Patto per l'Export", che viene oggi sottoscritto tra il Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, il Ministro dello Sviluppo Economico, il Ministro dell'Economia e delle Finanze, la Ministra delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, la Ministra delle Infrastrutture e dei Trasporti, il Ministro dell'Università e della Ricerca, il Ministro per i Beni e le Attività Culturali e per il Turismo, il Ministro dell'Innovazione Tecnologica e della Digitalizzazione e gli altri membri della Cabina di Regia ed i rappresentanti del mondo imprenditoriale italiano (di seguito, "le Parti") segna l'avvio di un nuovo metodo di lavoro, basato su tre principi:

- **Punto di riferimento istituzionale unitario, al servizio del Sistema Paese:** il Patto conferma l'esistenza e la validità di un canale di comunicazione permanente ed unitario fra le Parti. Nel rispetto della complementarietà delle competenze in materia di internazionalizzazione, la Farnesina s'impegna a massimizzare l'impatto esterno complessivo delle strategie concordate, invitando tutte le Parti a collaborare con trasparenza, lealtà ed efficacia al miglioramento di norme, strumenti, schemi organizzativi e della loro attuazione.
- **Coordinamento delle azioni ed esecuzione tempestiva:** il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI), attraverso il coordinamento della rete diplomatico-consolare, l'indirizzo e la vigilanza esercitati su ICE-Agenzia, ed il Ministero dell'economia e delle finanze, attraverso il coordinamento ormai consolidato con SIMEST e SACE, nonché la collaborazione col sistema camerale italiano e la rete delle Camere di Commercio italiane all'estero, condivide con le Parti i pilastri strategici della politica di internazionalizzazione del Paese, favorendo con rapidità la realizzazione di azioni ed obiettivi, con l'impegno reciproco a renderne l'impatto il più efficace e tempestivo possibile.
- **Monitoraggio trasparente e adeguamento costante:** il MAECI si impegna a condividere periodicamente l'evoluzione di politiche, strategie, azioni e programmi. Le Parti si impegnano a collaborare reciprocamente all'adeguamento delle misure e degli obiettivi alle eventuali mutate esigenze, anche in considerazione dello scenario generale particolarmente fluido.

3. PILASTRI STRATEGICI

Le Parti riconoscono che il rilancio economico del Paese e la sua rinnovata affermazione sui mercati internazionali passano attraverso l'adozione di strategie commerciali e modelli innovativi: ad esempio, il percorso verso la digitalizzazione del nostro sistema imprenditoriale non è più una opzione futura, ma s'impone come una necessità immediata.

Proposte e contenuti condivisi ispirano ora la nostra azione comune: è tempo di adottare soluzioni nuove e di dotarsi del più ampio ventaglio di strumenti per affrontare nuove e inedite sfide, tanto consapevoli delle nostre numerose eccellenze, quanto sensibili all'appello di chi sta subendo gli effetti più gravi di questa fase. Le Parti individuano i seguenti sei pilastri sui quali costruire, nel corso dei prossimi mesi, le necessarie azioni:

- I. **COMUNICAZIONE.** Realizzare campagne di comunicazione strategica e integrata a favore del *made in Italy* e di tutte le nostre filiere, della loro qualità e sicurezza, con l'utilizzo massiccio di piattaforme digitali e il coinvolgimento di personalità note al grande pubblico in Italia ed all'estero. Promuovere la conoscenza estesa dell'Italia, del suo territorio e delle sue eccellenze, in tutti i settori.
- II. **PROMOZIONE INTEGRATA.** Coniugare in una logica di sistema le eccellenze del *made in Italy* nei diversi profili: economico, culturale, scientifico e tecnologico, per massimizzare l'impatto dell'azione promozionale e contribuire a veicolare un'idea d'Italia, i cui punti di forza tradizionali si affianchino all'innovazione, alla tecnologia, alla bellezza e qualità del *made in Italy*. Oltre a rinnovare l'impegno promozionale su settori consolidati come design, cucina, cinema, cultura ed editoria, la nuova strategia di promozione integrata è chiamata pertanto a puntare su due assi prioritari: da un lato, la valorizzazione dell'eccellenza italiana nei settori innovativi e ad alto contenuto tecnologico (es.: industria aerospaziale; meccanica avanzata; *green economy*, economia circolare; *blue economy*); dall'altro, l'"integrazione verticale" della domanda di *made in Italy*, in particolare attraverso la promozione dell'offerta italiana in filiere produttive adiacenti (moda e tessile, macchinari per la lavorazione del legno e design, turismo, *automotive* ed agroalimentare).
- III. **FORMAZIONE/INFORMAZIONE.** Facilitare ed incentivare l'accesso della più ampia platea di PMI, anche non ancora esportatrici, all'intera gamma di strumenti pubblici a sostegno dell'internazionalizzazione. Un'attenzione speciale andrà rivolta al deficit di cultura digitale delle PMI, anche tramite l'offerta di corsi *online* in collaborazione con il mondo universitario italiano. Bisogna altresì investire sulle ormai indispensabili competenze di nuove figure professionali - come i *Temporary Export Manager* (TEM) e i *Digital Export Manager* - per sostenere l'accesso delle imprese italiane nei mercati esteri. Va creato un unico portale pubblico di accesso ai servizi per l'export, nazionali e

regionali, che consenta un utilizzo personalizzato per settori e mercati prioritari. La rete diplomatico-consolare diviene la “Casa delle imprese italiane” nel mondo, punto di riferimento strutturale per acquisire informazioni e dialogare con i mercati e le istituzioni locali.

IV. E-COMMERCE. Analisti e consulenti internazionali sono unanimi nell’attribuire alle piattaforme digitali, anche al termine dell’emergenza in corso, un ruolo trainante nella crescita del commercio globale. Bisogna pertanto sfruttare appieno le opportunità che la rivoluzione digitale offre alla creatività ed alla solidità industriale del nostro Paese. La dimensione fieristica tradizionale va quindi accompagnata con modelli complementari di fiere “virtuali” e con la creazione di appositi eventi promozionali digitali per l’offerta del *made in Italy* in mercati-chiave. Va previsto già nel breve periodo un maggior numero di intese con le piattaforme internazionali di commercio elettronico, secondo la formula: *più contratti, più prodotti, più paesi*. Gli accordi con la Grande Distribuzione Organizzata (GDO), anch’essi da ampliare per paesi coinvolti e merci da inserire, dovranno per gli stessi motivi privilegiare un approccio *offline-online*. Dovrà essere facilitato l’accesso delle PMI alle piattaforme di *e-commerce*, anche tramite un accompagnamento a cura di intermediari digitali, non trascurando le potenzialità di sviluppo che risiedono anche in *marketplace* “minori” (su un totale di 450 piattaforme esistenti al mondo).

V. SISTEMA FIERISTICO. Andrà anzitutto rafforzata la partecipazione delle PMI alle Fiere internazionali in calendario in Italia, tramite un ampliamento dell’utilizzo della finanza agevolata per le nostre aziende, così come andranno lanciati sia programmi speciali per *buyer* e VIP stranieri, che prevedano la visita delle fiere insieme a programmi personalizzati nei territori che le ospitano, sia campagne promozionali strategiche del calendario fieristico italiano, sia l’opportuno coordinamento degli appuntamenti fieristici nazionali. Il sistema fieristico tradizionale andrà inevitabilmente modernizzato, favorendone la digitalizzazione, organizzando B2B virtuali e promuovendo la partecipazione di start-up alle fiere internazionali in Italia e all’estero. Andrà sempre più ricercata la creazione di partenariati con i principali sistemi fieristici europei. La ripartenza del comparto andrà altresì perseguita attraverso la collaborazione tra i poli fieristici nazionali, l’organizzazione di “mini-fiere” di settore (che compensino la cancellazione delle attività imposta dall’emergenza Covid-19), l’organizzazione all’estero di eventi di filiera per valorizzare i settori in forma integrata, così come le possibili sinergie tra settori complementari (es. tessile e moda, agroalimentare e turismo).

VI. FINANZA. Potenziare le risorse pubbliche destinate all’offerta di finanziamenti a tassi agevolati e sistemi di garanzia, assicurandone il completo ed efficiente utilizzo da parte del sistema imprenditoriale. Ampliare e semplificare le opportunità della finanza agevolata a favore della giovane imprenditoria e delle *start-up*. Occorre integrare quanto più possibile il ciclo

virtuoso tra internazionalizzazione delle imprese ed attrazione degli investimenti esteri di qualità in Italia, grazie anche ai nuovi strumenti resi disponibili dal Governo.

4. RISORSE FINANZIARIE

Consapevole della rilevanza che l'apertura del Paese al mondo ha per l'economia e la società italiane, su impulso del MAECI e del MEF sono state messe a sistema risorse significative, anche attraverso gli ultimi provvedimenti normativi e gli strumenti che ne derivano, quali:

- Piano straordinario per la promozione del Made in Italy dell'ICE, rifinanziato dall'ultima legge di bilancio (L. 160 del 27 dicembre 2019) e dal Decreto "Milleproroghe" (D. L. 162 del 30 dicembre 2019, convertito in legge dalla L. 8 del 28 febbraio 2020);
- Decreto "Milleproroghe" (D. L. 162 del 30 dicembre 2019, convertito in legge dalla L. 8 del 28 febbraio 2020);
- D.L. "Cura Italia" (D.L. 18 del 17 marzo 2020, convertito in legge dalla L. 27 del 24 aprile 2020);
- D.L. "Liquidità" (D.L. 23 dell'8 aprile 2020);
- D.L. "Rilancio" (D.L. 34 del 19 maggio 2020);
- Fondo 394/81 SIMEST, rifinanziato dal Decreto "Milleproroghe" (D. L. 162 del 30 dicembre 2019, convertito in legge dalla L. 8 del 28 febbraio 2020), dalla legge di conversione del D.L. "Cura Italia" (L. 27 del 24 aprile 2020) e dal D.L. "Rilancio" (D.L. 34 del 19 maggio 2020).

L'insieme delle risorse al momento disponibili per l'attuazione dei pilastri strategici ammonta a circa 1,4 miliardi di euro, così distinti:

- **316 milioni di Euro** per il Piano straordinario *Made in Italy* e per gli altri programmi promozionali dell'ICE (comprensivi di economie derivanti da annualità precedenti);
- **600 milioni di Euro** per il rifinanziamento del Fondo 394/81 (al netto dei rientri attesi sul fondo rotativo);
- **fino a 300 milioni di Euro** per il finanziamento della componente a fondo perduto del Fondo 394/81, fino al 31.12.2020;
- **82 milioni di Euro** per le attività di promozione integrata ed il piano di comunicazione previsti dal D.L. "Cura Italia";
- **30 milioni di Euro** per un nuovo bando in materia di *temporary export manager* e *digital export manager*, a cura di MAECI e Invitalia;
- **oltre 8 milioni di Euro**, in favore della rete delle Camere di commercio italiane all'estero, a valere sulle annualità del programma "True Italian Taste", per attività di promozione delle eccellenze agroalimentari italiane e di contrasto all'*Italian sounding*;
- **fino a 200 miliardi di Euro** di garanzie statali per le imprese italiane attivabili attraverso la SACE, ai quali si aggiunge il potenziamento del sostegno finanziario all'export mediante l'assicurazione degli impegni in favore delle imprese italiane esportatrici da parte di SACE per il 10 per cento e da parte del

Ministero dell'economia e delle finanze, per conto dello Stato, per il 90 per cento.

Le Parti, condividendo la strategia qui delineata, si attivano per contribuire sin d'ora alla migliore allocazione di tali risorse, assicurando il massimo impegno a incrementare e rendere strutturale l'impatto delle azioni programmate in termini di produttività, reddito, occupazione, competitività per il Paese.

5. TEMPISTICHE E PROSSIMI PASSI

Queste sono le fondamenta di una strategia chiara e determinata, che le Parti si impegnano ad attuare mediante molteplici iniziative, azioni, linee d'intervento e programmi condivisi con gli operatori economici di ogni settore e dimensione. Le Parti vaglieranno con cadenza mensile l'attuazione delle iniziative scaturenti dal Patto, a partire dalle seguenti:

- adozione delle misure del Piano Straordinario di promozione del *made in Italy* sia a sostegno del Sistema Fieristico, sia per ampliare le intese nel mondo con la Grande Distribuzione Organizzata e le piattaforme internazionali di *e-commerce*; sia per favorire in generale l'accesso delle PMI all'economia digitale;
- incremento delle operazioni a valere sul Fondo 394/81, grazie anche ai vantaggi ulteriori derivanti dalla creazione, in questa situazione di emergenza, di una componente a fondo perduto, dall'elevazione dei limiti massimi di finanziamento e dalle concrete facilitazioni promosse in materia sia di esenzione dalla prestazione di garanzie, sia di aumento della quota di aiuti *de minimis*;
- lancio del Piano straordinario di Comunicazione strategica;
- pubblicazione del bando su *Temporary/Digital Export Manager*
- avvio, in collaborazione con primarie Università italiane e con il coinvolgimento di esperti aziendali, di corsi *online* per PMI sui temi della digitalizzazione delle imprese;
- avvio delle attività di promozione integrata all'estero, con particolare *focus* sui settori più colpiti dall'emergenza in corso;
- rafforzamento delle attività di contrasto al falso *made in Italy* ed all'*Italian sounding* anche attraverso azioni di tutela legale e con campagne specifiche rivolte ai consumatori.

Insieme, con il coraggio e la laboriosità delle italiane e degli italiani, con la forza dei nostri valori, la ricchezza delle nostre tradizioni e la spinta all'innovazione, riusciremo ad affermare ancora sui mercati internazionali il successo che il nostro Paese merita.

Roma, 8 giugno 2020