



Ministero dello Sviluppo Economico

AGGIORNAMENTO PER L'ANNO 2010 DELLE LINEE DIRETTRICI TRIENNALI 2008-2010

1. CONTESTO ECONOMICO

Il ciclo economico internazionale sta dando segnali positivi: le previsioni per il 2010 del Fondo Monetario Internazionale (*World Economic Outlook, WEO, ottobre 2009*) prevedono un miglioramento del PIL mondiale intorno al 3,1%. Sul fronte del commercio mondiale le prospettive sono altrettanto incoraggianti: il volume di beni e servizi scambiati a livello globale dovrebbe crescere del 2,5%.

Il contributo determinante all'aumento del PIL mondiale nel 2010 lo daranno i mercati asiatici, in particolare Cina (9%) e India (6,4%). Di rilievo anche la crescita delle cosiddette *Newly Industrialized Asian Economies* - Hong Kong, Corea del Sud, Singapore e Taiwan (3,6 %).

Le previsioni segnalano inoltre buoni andamenti dell'Africa Subsahariana (4,1%), del Medio Oriente (4,2%), del Brasile (3,5%) e del Messico (3,3%).

La Comunità di Stati Indipendenti registrerà una crescita complessiva del 2,1%, tasso superiore a quello della sola Russia che avrà una ripresa pari all'1,5%.

In Asia centrale alcune economie daranno significativi segnali di dinamismo, in particolare l'Azerbaijan (7,4%) ed il Turkmenistan (15,3%).

Le economie avanzate registreranno una crescita più lenta: il Canada crescerà del 2,1%, l'Australia registrerà una ripresa del 2,0% ed il Giappone dell'1,7%. L'Unione europea e gli Stati Uniti dovrebbero aumentare invece in misura minore, rispettivamente dello 0,5% e dell'1,5%.

Per quanto riguarda i cosiddetti *paesi ponte*, economie ad alto potenziale che costituiscono punto di accesso su aree geoeconomiche determinate, un contributo al rilancio economico mondiale sarà dato in particolare dalla crescita del Vietnam (6%) per l'area del Sudest asiatico, del Messico (3,3%) per l'area NAFTA, della Turchia



Ministero dello Sviluppo Economico

(3,7%) per l'Asia centrale ed il Mediterraneo, degli Emirati Arabi (2,4%) e del Qatar (18,5%) per l'area del Golfo.

Le previsioni per il 2010 del Fondo Monetario Internazionale sono state peraltro riviste verso l'alto a gennaio 2010. Esse prevedono ora un miglioramento del PIL mondiale intorno al 3,9% nel 2010.

Un contributo determinante verrebbe dai mercati asiatici, in particolare dalla Cina (che tornerebbe, col 10%, ad una crescita a due cifre e che si accinge a superare il Giappone in termini di PIL diventando così la seconda economia del pianeta).

Di rilievo anche la crescita dell'India (7,7%), mentre l'andamento complessivo delle economie emergenti asiatiche viene collocato ad una media dell' 8,3%.

Più modesto, ma comunque positivo sarebbe l'andamento dei Paesi sviluppati: gli Stati Uniti dovrebbero crescere del 2.7% ed i Paesi dell'area Euro dello 0,9 (l'Italia farebbe meglio, con l'1%).

Lo scenario economico internazionale delineato ha una impronta relativamente ottimistica, mostrando un recupero della dinamica economica dopo la fase acuta della crisi finanziaria mondiale e la conseguente adozione di specifiche misure di politica economica e fiscale per contrastarla.

Occorre tuttavia guardare con prudenza ai tempi e ai ritmi della ripresa, perché molti problemi restano aperti, a cominciare dall'elevato indebitamento delle famiglie in molti Paesi che frena la ripresa dei consumi, senza dimenticare la persistente incertezza del mercato immobiliare a livello globale.

In questo quadro, è opportuno assumere una certa cautela ed ipotizzare che l'economia italiana riprenda, sì, ma lentamente: l'evoluzione positiva del PIL italiano, seppur contenuta nel 2010 (collocata attorno all'1% dalle ultime stime del FMI), sarà effetto del contributo positivo della domanda estera e del lento recupero delle componenti della domanda interna. Saranno infatti le imprese che operano sui mercati internazionali a registrare per prime un recupero del proprio fatturato, peraltro pesantemente colpito durante la fase più acuta della contrazione del commercio mondiale avvenuta tra la fine del 2008 ed il primo semestre del 2009. Occorrerà dunque del tempo per riguadagnare i livelli di attività produttiva e di export pre - crisi.

A trainare l'export nazionale saranno i mercati extra Ue. A fare da contrappeso al più scarso dinamismo delle esportazioni italiane in Europa è la capacità dell'export nazionale di sfruttare meglio le opportunità offerte dai mercati a maggiore espansione del continente asiatico, tra questi l'area del Sud Est.



Ministero dello Sviluppo Economico

Le prospettive globali di recupero del commercio internazionale, che nel 2009 per la prima volta dal secondo dopoguerra aveva conosciuto una contrazione, dipenderanno anche dalle prospettive di conclusione del Doha Round, non solo per le misure concrete che potranno così venire adottate, ma anche per il segnale di fiducia che ne potrà derivare o meno per le singole economie.

Le proiezioni sono comunque favorevoli: Congiuntura.ref colloca la crescita del commercio mondiale al 7,3%, dopo la contrazione superiore all'11% registrata nel 2009.

L'andamento del commercio internazionale dipenderà anche dall'andamento dei tassi di cambio delle principali valute. Resta sul tappeto il problema della sottovalutazione del *renminbi* cinese. Quanto all'Euro, l'attuale livello elevato del tasso di cambio col dollaro, se da un lato penalizza le esportazioni dai Paesi dell'eurozona, dall'altro facilita gli investimenti diretti all'estero.

Un Euro forte potrebbe così continuare a rappresentare una opportunità unica per colmare in parte il tradizionale gap tra l'Italia e i Paesi comparabili in tale ambito. Le incertezze sulla tenuta dei conti pubblici di taluni Paesi dell'area Euro potrebbero però indebolire quest'ultimo, con speculari ricadute positive sull'export e negative sugli investimenti diretti all'estero.

Tavola 1 - Tasso di crescita della domanda interna e dell'import di beni e servizi in termini reali
(variazioni percentuali - Fonte: *Economist Intelligence Unit country data*)

Area geoeconomica	Domanda interna			Import di beni e servizi		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Mondo	-2,4	1,9	2,5	-12,1	2,4	4,6
Unione Europea a 27	-3,7	-0,1	2,5	-11,1	1,1	3,5
Area Euro	-3,3	0,0	1,4	-10,4	0,9	3,4
Asia e Oceania	0,6	3,9	4,8	-13,4	3,2	6,6
Cina	11,0	9,4	9,8	-6,9	4,0	9,9
India	6,1	6,4	8,1	2,0	7,8	9,3
Australia	-1,3	1,3	2,3	-9,9	3,8	4,0
America settentrionale	-3,1	1,6	0,8	-15,0	2,4	2,3
Stati Uniti	-3,1	1,6	0,7	-14,5	2,8	1,9
America latina	-4,2	2,6	4,1	-14,8	4,5	6,9
Brasile	-1,2	3,0	4,6	-9,5	10,1	10,2
Messico	-8,2	3,3	2,6	-21,8	5,5	4,9
Medio Oriente e Nord Africa	n.d.	n.d.	n.d.	5,4	3,6	n.d.
Egitto	6,5	6,4	7,1	7,7	8,4	10,1
Arabia Saudita	3,7	4,3	4,5	3,0	5,0	5,3
Africa sub-sahariana	0,6	4,4	n.d.	-5,5	6,4	n.d.
Sud Africa	-1,3	4,6	4,9	-13,6	9,6	9,7
<i>Memorandum</i>						
Paesi OCSE	-3,6	0,8	1,2	-12,8	1,4	3,3
Economie in transizione	-6,8	1,9	3,7	-13	2,7	5,0
Russia	-7,2	2,9	3,8	-9,5	4,1	3,4



Ministero dello Sviluppo Economico

Tavola 2 Tassi di crescita del PIL a prezzi costanti
(variazioni percentuali)

Aree geografiche	2007	2008	2009	2010
Mondo	5,2	3,0	-1,1	3,1
Economie avanzate	2,7	0,6	-3,4	1,3
Area Euro	2,7	0,7	-4,2	0,3
Stati Uniti	2,1	0,4	-2,7	1,5
NIES's ⁽¹⁾	5,7	1,5	-2,4	3,6
Maggiori economie avanzate ⁽²⁾	2,2	0,3	-3,6	1,3
Unione Europea	3,1	1,0	-4,2	0,5
Mercati emergenti e paesi in via di sviluppo	8,3	6,0	1,7	5,1
Africa	6,3	5,2	1,7	4,0
Africa subsahariana	7,0	5,5	1,3	4,1
Europa centro orientale	5,5	3,0	-5,0	1,8
CSI ⁽³⁾	8,6	5,5	-6,7	2,1
Asia	9,8	6,7	5,0	6,8
ASEAN 5 ⁽⁴⁾	6,3	4,8	0,7	4,0
Medio Oriente	6,2	5,4	2,0	4,2
America del Sud e Messico	5,7	4,2	-2,7	3,0

Fonte: FMI, World Economic Outlook, ottobre 2009

⁽¹⁾ Corea del Sud, Hong Kong, Singapore e Taiwan

⁽²⁾ Gruppo dei 7 (G7): Stati Uniti, Giappone, Germania, Francia, Italia, Regno Unito e Canada

⁽³⁾ Include Georgia e Mongolia non membre CSI per ragioni di similarità economica

⁽⁴⁾ Brunei, Cambogia, Laos, Myanmar e Vietnam

Tavola 3 - Tassi di crescita del PIL, a prezzi costanti, di alcuni mercati internazionali
(variazioni percentuali)

Paesi	2007	2008	2009	2010	Paesi	2007	2008	2009	2010
EUROPA					MEDIO ORIENTE E ASIA				
Polonia	6,8	4,9	1,0	2,2	Arabia Saudita	3,3	4,4	-0,9	4,0
Russia	8,1	5,6	-7,5	1,5	Azerbaijan	23,4	11,6	7,5	7,4
Serbia	6,9	5,4	-4,0	1,5	Cina	13,0	9,0	8,5	9,0
Turchia	4,7	0,8	-6,5	3,7	Emirati Arabi Uniti	6,3	7,4	-0,2	2,4
AFRICA					India	9,4	7,3	5,4	6,4
Algeria	3,0	3,0	2,1	3,7	Iran	7,8	2,5	1,5	2,2
Angola	20,3	13,2	0,2	9,3	Iraq	1,5	9,5	4,3	5,8
Egitto	7,1	7,2	4,7	4,5	Kazakistan	8,9	3,2	-2,0	2,0
Libia	7,5	3,4	1,8	5,2	Qatar	15,3	16,4	11,5	18,5
Mozambico	7,0	6,8	4,3	5,2	Vietnam	8,5	6,2	4,6	5,3
Nigeria	7,0	6,0	2,9	5,0	AMERICA				
Sud africa	5,1	3,1	-2,2	1,7	Brasile	5,7	5,1	0,7	3,5
Tunisia	6,3	4,6	3,0	4,0	Peru	8,9	9,0	1,5	5,8

Fonte: FMI, World Economic Outlook, ottobre 2009



2. OBIETTIVI DELLA PROMOTION PUBBLICA

Nel 2010, l'obiettivo della *promotion pubblica* - in linea di continuità con lo scorso anno - sarà di affiancare il sistema produttivo italiano nei processi di internazionalizzazione e di apertura verso mercati esteri, in particolare per quei settori nei quali può esprimersi al meglio l'eccellenza del *made in Italy*.

Le scelte pubbliche saranno dirette a sostenere la capacità delle imprese, in particolare delle PMI, di essere presenti sui mercati esteri con costanza, di essere attente alla fidelizzazione del cliente, di intercettare i canali di distribuzione più adeguati. Per far questo, è essenziale agire in un confronto continuo con il sistema associativo.

La scelta della strategia più efficace per favorire l'internazionalizzazione deve partire dal considerare le caratteristiche di fondo che il sistema economico nazionale presenta:

- con un forte ruolo, rispetto alle altre economie avanzate, del settore manifatturiero come contributo al PIL nazionale e all'occupazione (superiore al 20%);
- con una specificità dimensionale delle PMI che ne limita la capacità di presenza sui mercati esteri;
- con una presenza di fenomeni di aggregazione e di collaborazione tra imprese, soprattutto nei distretti produttivi e nelle reti;
- dove forte è il ruolo svolto dalle associazioni di impresa;
- con un progressivo affermarsi di imprese di medie dimensioni ad alto valore aggiunto ed attive internazionalmente;
- dove diverse imprese di medie dimensioni capaci di affrontare la concorrenza sui mercati esteri possono agire con funzione di traino;
- con un'assenza di una grande distribuzione nazionale nei principali mercati esteri;
- con un divario dei costi energetici a confronto con i principali partner europei;
- dove il sistema bancario si va rafforzando anche all'estero, potendosi contare ormai su almeno due grandi gruppi in grado di agire come *global player*.

A) Nei mercati



Ministero dello Sviluppo Economico

Si identificano al riguardo un' "area di priorità innovativa" (l'Asia del SudEst); quattro "aree di priorità" (Paesi vicini; grandi Paesi emergenti; Africa; Golfo); tre "aree di presidio" (Caucaso ed Asia Centrale; America Latina; mercati tradizionali); ed infine, un' "area di priorità settoriale", quella della ricerca scientifica e delle produzioni e servizi delle nostre imprese ad alta tecnologia.

1) Area di priorità innovativa: Asia del Sud-Est

Secondo le previsioni, un contributo particolarmente rilevante alla ripresa economica mondiale verrà dalle economie dell'*Asia Sud Est*, anche per le forti manovre di sostegno alla ripresa della domanda interna varate da quei Governi. Quest'area è stata identificata per il 2010 come mercato obiettivo dell'azione pubblica, che ha predisposto per essa un progetto speciale di sostegno del *made in Italy* anche in considerazione della crescente capacità dell'export nazionale di rispondere alle richieste locali.

Missioni imprenditoriali sono previste in Vietnam e Laos, Filippine, Thailandia e Indonesia, oltre che con la non lontana Corea del Sud. In particolare col Vietnam, Paese ponte verso le economie del Sud Est Asiatico, già visitato dalla missione di sistema del 2008, sono stati firmati recentemente due protocolli di collaborazione, rispettivamente tra l'Ice e l'Agenzia vietnamita per gli Investimenti e tra Simest e la *State Capital Investment Corporation*.

Nelle Filippine si potranno approfondire specifiche tematiche finanziarie (rimesse degli emigranti, presenza a Manila dell'*Asian Development Bank*).

Con la Corea del Sud andranno valutate possibilità e rischi del nuovo *Free Trade Agreement* che l'Unione Europea si accinge a varare.

Con la Thailandia si potranno rivitalizzare gli strumenti esistenti di consultazione bilaterale e favorire ulteriori investimenti diretti.

Il Laos potrà costituire oggetto di una missione di esplorazione (*scouting mission*) per identificare nuove nicchie.

In tal modo, nel giro di poco più di dodici mesi, sarà stata visitata praticamente tutta l'area del Sudest asiatico e rivitalizzata una estesa rete di strumenti di promozione e consultazione bilaterale. L'ICE potrà pertanto contribuire alla definizione di un documento strategico per la regione, che elabori anche le esperienze maturate nel corso delle missioni effettuate nel corso del 2009 con Confindustria a Singapore (ponendo l'accento sul ruolo di "hub" commerciale e finanziario di quest'ultimo) e in Malaysia. In questo scenario di azione globale potranno essere valutate anche interazioni col Segretariato dell'ASEAN, l'Associazione delle Nazioni del Sud-est asiatico.

2) Quattro "Aree di priorità"



Ministero dello Sviluppo Economico

a) *Paesi vicini dell'Europa centro orientale e sponda Sud del Mediterraneo: con l'obiettivo di rafforzare la rete di supporto alle imprese italiane colà insediate;*

nell'area *danubiano-balcanica*, il Ministero continuerà a sviluppare il Programma Balcani che comprende attività nel comparto infrastrutture e logistica, *automotive*, promozione fiere, sviluppo di nuovi distretti industriali, servizi addizionali per le piccole e medie imprese e attività di *business scouting*.

Particolare attenzione verrà riservata allo sviluppo della grande distribuzione italiana, con iniziative specifiche in particolare nell'area balcanica. L'impegno promozionale pubblico si svilupperà anche nel quadro dei lavori dei fori economici istituzionali recentemente costituiti con Albania, Croazia e Serbia e con missioni a guida politica nell'area.

Particolare attenzione verrà riservata al processo di avvicinamento dei Paesi dell'area all'Unione Europea, in particolare a quello della Croazia che dovrebbe concludersi entro l'anno o all'inizio del 2011.

Le iniziative promozionali nei *Paesi di nuova adesione all'Ue* saranno volte in particolare a supportare le imprese italiane nella partecipazione ai piani di sviluppo territoriali finanziati con i fondi strutturali e di coesione.

Analoga attenzione verrà dedicata ai *Paesi del Mediterraneo* con l'obiettivo di per raggiungere posizioni di maggior rilievo per l'Italia in termini di partner commerciale ed investitore. E' da considerare che Paesi come Tunisia, Marocco, Egitto, Algeria presentano sorprendenti dati di crescita, vedono oltre ai settori tradizionali lo sviluppo di settori innovativi come l'aeronautica, l'ICT e la logistica e sono considerati dalle imprese italiane "una Cina ad un'ora dall'Italia".

L'Italia oggi ha una *partnership* strategica con molti di questi Paesi (in particolare con Libia, Marocco, Egitto, Turchia ed Israele), ma a fronte di una realtà in movimento, il peso relativo dell'area del Mediterraneo come mercato di destinazione del nostro export rimane ancora modesto e certamente al di sotto del 10% del totale dei volumi complessivi.

Prospettive interessanti emergono anche per gli investimenti, in particolare nei settori delle infrastrutture, delle energie rinnovabili, del turismo, del sistema abitare ed edilizia, dell'agroalimentare.

Per quanto concerne in particolare la promozione delle nostre imprese del settore dell'energia e dei segmenti delle energie rinnovabili e del risparmio energetico, si assicurerà la presenza nelle principali fiere specializzate, nelle missioni di diplomazia commerciale, le azioni di *scouting* di opportunità di *business* e/o di IDE italiani, nonché l'organizzazione di seminari tecnologico-scientifici.



Ministero dello Sviluppo Economico

Un'attenzione particolare verrà dedicata nel 2010 alla Libia, di cui l'Italia è il primo partner economico-commerciale sia come fornitore che come cliente, per dare applicazione al Trattato di Amicizia, Partenariato e Cooperazione. Verrà riservata attenzione allo sviluppo delle zone economiche e delle zone franche offerte all'Italia nell'ambito dell'apposito Gruppo di Lavoro Congiunto, nonché agli insediamenti nella zona di Misurata.

Tra gli strumenti di promozione 2010 nell'area vi saranno: missioni imprenditoriali che toccheranno Marocco, Egitto e Libia; un Forum Mediterraneo in collaborazione con Ice, Abi e Confindustria, anche per dare seguito ai progressi registrati dal processo euro-mediterraneo di Barcellona; il Foro Mediterraneo di Milano, rientrante nelle attività dell'Unione per il Mediterraneo (UpM) e promosso da MISE, MAE e Camera di Commercio di Milano; iniziative promosse congiuntamente con Paesi partner, come il *Road Show* curato dal Marocco in diverse città italiane e l'analoga iniziativa in via di organizzazione con Israele.

b) *grandi mercati emergenti, con l'obiettivo di favorire il radicamento del sistema imprenditoriale nazionale sia in termini di export che di investimenti;*

I quattro grandi mercati emergenti, Brasile, Russia, India e Cina (BRIC) sono destinati ad avere un ruolo sempre più significativo nell'economia globale.

Attraverso azioni di *follow up* della missione di sistema realizzata in Brasile nel 2009, si punterà a far incrementare l'interscambio commerciale bilaterale e a far salire gli investimenti netti dell'Italia cogliendo le opportunità offerte dal Programma di Accelerazione alla Crescita (PAC) impostato dal Paese su grandi progetti infrastrutturali nei macro-settori: logistica, energia, infrastrutture e settore ferroviario per il collegamento ad alta velocità dei grandi centri.

A tale scopo il Ministero ha predisposto un nuovo strumento finanziario rappresentato dal fondo di *venture capital* per l'America Latina cui possono accedere le PMI italiane e ha posto in essere a fine 2009 un nuovo "Meccanismo di Monitoraggio sul Commercio bilaterale e sugli Investimenti"; il Protocollo d'intesa concluso con l'ente governativo brasiliano SEBRAE, infine, rappresenta una nuova cornice al cui interno dar vita ad iniziative di collaborazione in tema di micro e piccole aziende.

Con la *Russia* proseguirà il dialogo avviato tra due economie ad elevato grado di complementarietà, essendo l'Italia, con la sua alta specializzazione manifatturiera, in grado di soddisfare la crescente domanda interna russa di macchinari e di beni di consumo. Pertanto, nel 2010 continuerà l'azione pubblica tesa ad agganciare l'inversione di tendenza dell'economia russa la cui ripresa è già in atto. Allo scopo di



Ministero dello Sviluppo Economico

accrescere i rapporti economici bilaterali sarà dato opportuno seguito ai dossier aperti nel 2009 nel quadro dei lavori della *task force* intergovernativa che hanno identificato specifiche esigenze tecnologiche dei comparti emergenti dell'industria russa, in particolare delle infrastrutture, *automotive*, logistica, ambiente e risparmio energetico. Verrà inoltre supportata la presenza dell'imprenditoria italiana in alcune grandi manifestazioni fieristiche per promuovere la qualità del *made in Italy* nel Paese.

In *Cina*, nel 2010 (anno dell'Expo di Shanghai) l'azione pubblica mirerà a massimizzare il ritorno delle azioni avviate lo scorso anno e culminate nella missione di "shopping imprenditoriale" (*China days* in Italia), diretta a riequilibrare la bilancia commerciale bilaterale che registra un forte avanzo a favore della Cina.

La firma dell'accordo, su impulso del Ministero, tra Simest e il *Tianjin East Port*, per la creazione di un parco logistico nella zona franca di Tianjin fungerà da volano per rafforzare la presenza delle imprese italiane. Il progetto, basato sulla collaborazione coordinata fra Ice, Simest e Autorità Portuale di Genova prevede la creazione di una infrastruttura dove verranno coordinate le attività di spedizionieri italiani, imprese di logistica, operatori finanziari e assicurativi, intermediari commerciali e fornitori di servizi.

Ulteriori nuove opportunità verranno dall'Expo di Shanghai 2010: la missione di sistema MISE – MAE – ICE – ABI - Confindustria durante l'Expo costituirà un'ulteriore opportunità di presentare l'Italia anche come Paese all'avanguardia nelle tecnologie di punta. L'allestimento di un Padiglione Italia, in armonia con il tema generale della manifestazione "Better City, Better Life", costituirà una vetrina delle eccellenze italiane anche in termini di soluzioni tecniche per la qualificazione delle aree urbane, attraverso un *focus* sulle nuove tendenze sviluppate in Italia in tema di ingegneria, architettura e design, tecniche costruttive eco-sostenibili, impiego di materiali e tecnologie innovative.

Altro significativo ambito di collaborazione con il paese asiatico a livello bilaterale sarà rappresentato dalla prosecuzione delle attività a carattere promozionale commerciale previste dall'Addendum sul Tessile firmato a Pechino nel dicembre del 2008. L'accordo tra il Ministero del Commercio Cinese e il Ministero dello Sviluppo Economico potrà in questo senso costituire una quadro di riferimento estendibile ad altri settori.

Dalla Cina le iniziative pubbliche si potranno estendere alla Mongolia e svilupperanno comunque i dossier oggetto di approfondimento della Commissione mista italo - cinese, di cui è prevista nel 2010 una sessione in Italia.

Per l'Italia, l'*India* rappresenta un partner commerciale importante sia per la domanda interna crescente di beni di consumo di fascia alta che, più in generale, di



Ministero dello Sviluppo Economico

prodotti e *know how* che la struttura produttiva italiana è particolarmente in grado di fornire.

Nel corso del 2010, l'azione pubblica sarà focalizzata a sviluppare le ricadute positive della missione Governo/Regioni effettuata a fine 2009 che ha rappresentato un modello innovativo per la promozione del sistema-Paese che verrà replicato in altre aree/Paesi. Per il 2010 sono previste diverse attività di *follow up* svolte in collaborazione con le Regioni. Entro la fine dell'anno si terrà una nuova riunione della Commissione Mista. Sono previste inoltre visite in Italia di Ministri –chiave per la penetrazione economica italiana (Ferrovie, Trasporti).

c) *L'Africa subsahariana, con l'obiettivo di coglierne le opportunità di crescita;*

L'*Africa* sta cambiando rapidamente e si pone come una nuova frontiera delle relazioni economiche. L'incremento della domanda di materie prime da parte delle economie asiatiche, Cina ed India in testa, sta favorendo l'aggancio dei mercati africani ai processi di globalizzazione, permettendo nel contempo di progredire sul piano della riduzione del debito e del risanamento finanziario (al quale il nostro Governo ha contribuito e sta contribuendo con un'azione particolarmente incisiva, in sede multilaterale come bilaterale, per la cancellazione di gran parte del debito stesso).

L'Africa Subsahariana in particolare sta diventando un'area di interesse per le imprese italiane. Per competere su questi mercati l'azione pubblica ha avviato un piano di iniziative mirate e concentrate su alcuni Paesi, per non disperdere risorse e promuovere la creazione di punti di presenza economica forti su economie chiave, grazie ad operazioni di sistema che consentano ad alcune imprese medio grandi di radicarsi ed incentivare l'arrivo delle PMI.

Il Piano Africa, presentato alla sede dell'Unione Africana ad Addis Abeba nel febbraio 2009 e successivamente illustrato dal Ministro alla fine del 2009, presenta un quadro dettagliato delle opportunità di business offerte dai Paesi dell'area, con proposte concrete di attività da svolgere nei prossimi anni a sostegno delle aziende italiane dopo quelle recentemente realizzate in Italia (Forum "Italy & Africa Partners in Business") in Etiopia e Tanzania (missione imprenditoriale e *Country Presentation*), in Mozambico (partecipazione alla Fiera Internazionale di Maputo) e Angola (missione imprenditoriale e *Country Presentation*).

Nel corso del 2010 le iniziative riguarderanno in particolare eventi trasversali per l'area africana in Italia; missioni imprenditoriali in Angola e Namibia, Mozambico e Malawi, Camerun e Ghana; la seconda edizione del Tavolo Africa a Roma in luglio; l'avvio di diversi fora di consultazione bilaterale.

Proseguirà l'impegno in Sudafrica, Paese oggetto di particolare attenzione internazionale nel 2010 per effetto dei campionati mondiali di calcio.



Ministero dello Sviluppo Economico

d) *I Paesi del Golfo, con l'obiettivo di andare oltre la sola dimensione energetica;*

In alcuni di tali Paesi verrà organizzata una missione di sistema MISE – MAE – ICE – ABI - Confindustria verso la fine dell'anno. Nel primo semestre potranno inoltre aver luogo ulteriori missioni in alcuni Paesi dell'area. Se ne segnalano in particolare alcuni.

L'Oman offre interessanti opportunità nei settori del turismo (restauro e sfruttamento turistico di 500 castelli), delle infrastrutture (trasporti, strade, rete elettrica) e della difesa.

Gli Emirati Arabi Uniti restano di grande interesse nonostante la crisi finanziaria di Dubai di fine 2009, che pure ha lanciato un segnale d'allarme da non dimenticare circa la effettiva sostenibilità della impetuosa crescita economica finora sperimentata in loco. Gli Emirati restano in ogni caso una via di accesso privilegiata per i paesi l'area del Golfo: si attendono ricadute dalle attività del Gruppo di lavoro costituito nel quadro della Commissione mista italo-emiratina allo scopo di favorire partenariati industriali e tecnologici soprattutto di PMI e per promuovere le eccellenze italiane del *made in Italy*. Sempre negli Emirati, il Ministero sta inoltre mettendo a punto tre progetti settoriali di valenza trasversale rispetto ai prodotti tradizionalmente esportati su quei mercati: un'azione promozionale presso la grande distribuzione organizzata (GDO); lo sviluppo di una piattaforma logistica destinata alle aziende italiane; ed iniziative di supporto alla filiera della nautica.

Il Qatar costituisce un mercato con prospettive di elevata crescita economica e domanda interna altamente ricettiva verso i prodotti italiani di alta qualità, con possibilità di sviluppi che saranno oggetto nel 2010 di una sessione della Commissione mista intergovernativa nel Paese.

3) Tre “aree di presidio”:

a) *mercati tradizionali, con l'obiettivo di presidiare la presenza del made in Italy;*

In Europa occidentale, Stati Uniti e Giappone, le economie avanzate che più di altre hanno risentito della crisi internazionale ma che costituiscono i mercati verso cui si dirige il maggiore flusso dell'export italiano, le azioni promozionali tenderanno a sostenere la presenza delle imprese italiane per cogliere, con ogni tempestività, le opportunità derivanti dalla ripresa della domanda interna.

Negli Stati Uniti, nel corso del 2010 verrà realizzata anche una iniziativa promozionale nel settore agroalimentare finalizzata a favorire una maggiore collaborazione e sinergia tra gli uffici ICE e le locali Camere di Commercio Italiane. Sulla base dei risultati conseguiti, il “progetto pilota ICE - CCIE” potrà essere replicato in altre aree geografiche/Paesi.



Ministero dello Sviluppo Economico

Proseguiranno i regolari contatti con l’Australia, con visite settoriali *outgoing* (a livello di imprese ed associazioni, ad esempio nel settore delle costruzioni) e *incoming* (a livello ministeriale), al fine di assicurare i seguiti della missione a guida politica dell’aprile 2009 e per preparare una possibile nuova missione in quel Paese nel corso del 2011.

b) *Caucaso ed Asia Centrale*

Speciali progetti promozionali saranno realizzati nelle *Repubbliche caucasiche*, nelle quali sono previste anche missioni istituzionali in Azerbaijan ed Armenia, Paesi che offrono interessanti opportunità nel settore delle infrastrutture e negli investimenti/lavori pubblici.

L’Asia centrale continua ad offrire relevantissime possibilità nel settore energetico; tuttavia l’azione per il 2010 punterà anche a diversificare i rapporti economici e commerciali, con missioni in Turkmenistan (dando seguito della visita in Italia del Presidente turkmeno nel 2009) e in Kazakhstan, e della Commissione Mista con l’Uzbekistan a Roma.

c) *America Latina*

Nei mercati dell’*America Latina*, la promozione pubblica intende valorizzare, attraverso una missione imprenditoriale - istituzionale, il mercato di Panama, dove la presenza di imprese italiane, storicamente abbastanza esigua, ha evidenziato nell’ultimo periodo una sensibile crescita in particolare nelle infrastrutture, energia, costruzioni, servizi finanziari e arredamento; si intende valorizzare l’eccezionale slancio assunto da ultimo dalle relazioni bilaterali (ed evidenziato nella commessa per il raddoppio del Canale di Panama affidata ad un consorzio con forte presenza italiana) anche con una missione a guida politica.

Verrà effettuata una missione in Messico, che presenta un’economia in espansione con capacità di proiezione sull’Area Nafta, con focus anche sul settore agroalimentare. Si intende inoltre monitorare alcuni mercati dell’area tramite la partecipazione al Forum economico Italia - Paesi del Centro America e dei Carabi in Belize e al Forum Economico-Commerciale Ecuador - Italia a Quito.

4) *Una “area di priorità settoriale”: ricerca scientifica ed alta tecnologia*

Sui mercati avanzati, si punterà anche ad accompagnare lo sviluppo di progetti in settori ad alta tecnologia per promuovere le eccellenze italiane.



Ministero dello Sviluppo Economico

Si seguirà in particolare la Fiera di Hannover, leader nel settore della tecnologia industriale, dove l'Italia sarà Paese partner e che sarà aperta il 18 aprile dal Presidente del Consiglio e dal Cancelliere tedesco.

In cooperazione con università, centri di ricerca scientifica e tecnologica ed imprese interessate, si promuoverà la partecipazione dell'Italia ad alcune iniziative di portata mondiale, ad esempio nel settore dell'astronomia, che avranno ricadute non solo scientifiche ma anche industriali nelle telecomunicazioni, nei sistemi di controllo e più in generale nei comparti high-tech ed ICT.

In tali comparti potranno avere un ruolo di alto significato sia le nostre grandi imprese che, nella loro scia, le nostre PMI per la realizzazione di opere ad elevato valore aggiunto. Si seguiranno in particolare i due progetti ESO (per la costruzione di un nuovo grande osservatorio europeo in Cile) e SKA (per la realizzazione di due progetti-pilota in Australia e Sudafrica per la futura realizzazione di un gigantesco radiotelescopio).

B) Per le imprese

Le scelte operative, in continuità con l'obiettivo dato per il 2009 e tenendo conto dei segnali di ripresa dei mercati esteri per il 2010, dovranno mirare prioritariamente a sviluppare il portafoglio-ordini delle imprese italiane.

E' preoccupante registrare che oltre il 43% opera con una visione mono-mercato estero: tale aspetto evidenzia l'estrema volatilità del *cash-flow* aziendale nel contesto attuale e la necessità di alimentare politiche imprenditoriali più performanti sul lato della domanda estera.

Pertanto va rafforzato un sistema pubblico-privato capace di dare risposte in termini di informazione/formazione/assistenza alle imprese per orientarle tempestivamente su un ventaglio di potenziali mercati esteri interessati al proprio prodotto.

L'impegno, inoltre, dovrà essere volto ad accrescere il numero di imprese internazionalizzate e ad assicurare il loro consolidamento nei flussi del commercio internazionale, invertendo la tendenza alla contrazione registrata a seguito della crisi economica generalizzata.

In questo contesto, è importante dedicare un'attenzione particolare alle micro e piccole imprese, anche artigiane, con iniziative strutturate *ad hoc*.

Tenendo conto della valenza delle PMI nel tessuto produttivo nazionale e coerentemente con le analisi svolte dal Tavolo istituito presso il MiSE allo scopo di dare seguito alle politiche europee espresse nello *Small Business Act*, gli interventi



Ministero dello Sviluppo Economico

andranno sintonizzati per contrastare le fragilità delle piccole-micro imprese: queste ammontano a circa 176.000 - sul totale nazionale di 189.400 imprese esportatrici - ma rappresentano solo lo 27,7% delle entrate export nazionali, pur contando in maniera significativa in termini di forza-lavoro occupata.

Va prestata attenzione alle potenzialità di valorizzazione sui mercati esteri delle imprese coinvolte nello sviluppo di tecnologie innovative nell'ambito dei macro-progetti di innovazione industriale avviati dal Ministero dello Sviluppo Economico nel quadro del Programma "Industria 2015"; ed a quelle delle imprese che si caratterizzano per produzioni artigianali di alta qualità.

Occorre nel contempo intervenire affinché le visioni aziendali si aprano ad una logica di *impresa integrata nel quadro di un' economia di rete* anche al di fuori della stretta esperienza territoriale.

Le imprese, le associazioni di categoria, le istituzioni rappresentative degli interessi del mondo produttivo locale, i consorzi considerando le potenzialità legate agli strumenti informatici, devono cooperare con approccio più consapevole verso i mercati esteri, in modo da inquadrare il significato strategico delle funzioni che accompagnano la singola operazione di export del prodotto, allargando l'attenzione all'intero *processo esportativo*: logistica, tempestività e certezza della consegna presso l'acquirente finale rappresentano fattori non meno importanti di competitività.

Sul piano della lotta alla contraffazione e della tutela della proprietà intellettuale, anche attraverso un'efficace riorganizzazione dei Desk di orientamento e assistenza alle imprese, collocati presso gli uffici ICE nei dieci Paesi maggiormente interessati (Cina, Taiwan, India, Corea del sud, Vietnam, Emirati Arabi Uniti, Turchia, Russia, Stati Uniti e Brasile) e che dovranno avviare nuove specifiche azioni per aiutare i nostri imprenditori a meglio contrastare la concorrenza illecita.

3.DIRETTIVE OPERATIVE

PREMESSA

La nuova struttura del Ministero dello Sviluppo Economico si è definita e completata dal punto di vista formale nel corso dell'anno 2009, riorganizzando tutte le funzioni dipartimentali e di staff intorno ad una strategia unitaria di politica economica, che non può trascurare i profili di interesse internazionale.

Ne consegue che anche l'azione dell'ICE deve essere coerente con tale strategia unitaria, che deve tener conto delle politiche industriali, commerciali, energetiche e delle telecomunicazioni.



Ministero dello Sviluppo Economico

Ma soprattutto, l'Istituto deve svolgere la sua funzione di servizio come rete estera del Ministero dello Sviluppo Economico con riguardo a tutte le sue competenze.

Questo sia nell'area della promozione, aperta a tutte le problematiche che emergono dall'azione di sviluppo economico, sia nel funzionamento della struttura sempre più chiamata a conoscere e seguire tutte le materie comprese nella missione del Ministero.

In relazione a quanto precede, verranno definiti anche formalmente successivi indirizzi e linee guida.

- STRATEGIA DI RETE

Missioni istituzionali di sistema

Continueranno a rappresentare un momento significativo nella strategia di intervento, in stretta cooperazione e sinergia con gli altri attori che operano nel sistema dell'internazionalizzazione.

Periodicamente il Ministero diffonderà i calendari delle missioni politiche nei paesi esteri dove si intende mettere in atto un'attività di diplomazia economica che faccia da *apripista* agli affari delle imprese, ne consolidi la presenza, rafforzi la rete di supporto alle stesse ed affronti, avviandole a soluzione, eventuali criticità.

Tale funzione si esprimerà nel quadro della collaborazione di Governo che vede altri Ministeri interessati a condividere in singoli mercati obiettivi e programmi promozionali.

Programmi di attività e contatti con le controparti estere - politiche, istituzionali, imprenditoriali - saranno proposti alla partecipazione delle imprese e saranno volti a raggiungere la domanda locale di beni di consumo e di investimento e, tendenzialmente in via prioritaria, le commesse pubbliche e le grandi collettività.

Attività in partenariato

Proseguendo nello sforzo di razionalizzare l'investimento pubblico finalizzato ad ampliare il grado di internazionalizzazione del sistema produttivo nazionale, andrà perseguito con la massima attenzione l'obiettivo di specializzare nei contenuti la programmazione delle attività.

A tal fine, avrà particolare rilievo quell'attività di confronto e raccordo con le Regioni, il sistema associativo e della rappresentanza e la rete camerale, orientata a meglio concertare dal punto di vista progettuale e programmatico l'azione promozionale.



Ministero dello Sviluppo Economico

In particolare :

a) gli accordi di programma con le Regioni

dovranno riguardare un numero ristretto e selezionato di progetti, rispondenti agli interessi regionali anche a fini di investimento per lo sviluppo dell'economia locale, quali le azioni di *formazione ed assistenza alle imprese, marketing del territorio, internazionalizzazione di distretti produttivi e imprese collegate in logica di rete, produzioni artigianali, servizi fieristici*, escludendo iniziative promozionali isolate di tipo tradizionale;

b) gli accordi di settore con le associazioni di categoria

dovranno sviluppare gli obiettivi programmatici individuati nei nuovi accordo-quadro condivisi con i soggetti *partner*, dedicando un'attenzione particolare alla finalità di accrescere, in generale, il numero delle imprese esportatrici nei rispettivi settori produttivi e di stimolare una più moderna capacità manageriale, sintonizzata su logiche di "*reti di impresa*" - anche di filiera produttiva - che mirano ad abbattere i costi, a diffondere vantaggi e a favorire il posizionamento competitivo su scala internazionale, nonché a favorire i rapporti con la *distribuzione estera*; il partenariato potrebbe, inoltre, rappresentare la cornice in cui esprimere nuove forme di collaborazione pubblico-privato da agganciare alla programmazione straordinaria *made in Italy*;

c) l'accordo-quadro con il sistema camerale

specializzandone i contenuti, può rappresentare uno strumento efficace per favorire progetti condivisi da più *sistemi produttivi territoriali*, articolabili anche con approccio di filiera produttiva; deve tendere a favorire *l'integrazione - sia in Italia che all'estero* - tra le capacità progettuali e di assistenza alle imprese espresse dal fronte camerale e quelle espresse dall'Istituto commercio estero; può essere utile indirizzato a promuovere *missioni imprenditoriali*, coerenti con il programma di attività del Ministero, anche nell'ambito della progettualità straordinaria del *Made in Italy* o quali *follow-up* di altre iniziative di Sistema - Paese; in questo contesto, è auspicabile una più stretta collaborazione con il sistema delle Camere di commercio italiane all'estero, in una logica di sussidiarietà.

d) l'accordo con la CRUI

alla luce delle esperienze già maturate, dovrà trovare continuità di applicazione per alimentare un rapporto più stretto tra mondo produttivo e ricerca e contribuire a favorire il migliore posizionamento nel contesto internazionale dell'offerta italiana in termini di qualità di processo/prodotto e di capacità di risposta personalizzata alla domanda estera.



Ministero dello Sviluppo Economico

Considerazioni a parte richiede il partenariato a suo tempo avviato con il sistema fieristico d'intesa con le Regioni per l'internazionalizzazione dei servizi fieristici italiani.

Fermo restando l'impegno del Ministero più volte dichiarato in sede di Osservatorio fieristico nazionale, va "disegnato" con le controparti interessate un piano di azione che permetta di ottimizzare l'impiego delle risorse attivabili a livello centrale, individuando specifici progetti promozionali di spessore, da realizzare in mercati prescelti o con il fine di rafforzare "filieri produttive" e specifiche iniziative fieristiche italiane che ambiscono ad essere leader di settore nel calendario internazionale.

Ciò allo scopo di evitare la polverizzazione delle limitate disponibilità economiche in una serie di iniziative di tipo tradizionale, come le missioni di operatori esteri in occasione delle maggiori fiere italiane (abituamente realizzate nell'ambito di altre iniziative promozionali pubbliche).

- MODALITA' PROMOZIONALI

Le singole iniziative si articoleranno in progetti di Sistema - Italia che dovranno sempre tenere conto dell'esigenza di:

a) rafforzare la strutturazione all'export delle imprese favorendone la crescita attraverso iniziative di assistenza personalizzata e l'utilizzo degli strumenti pubblici di sostegno; sarà utile a tal fine definire una programmazione di interventi sul territorio che consideri i possibili apporti del Ministero attraverso i propri enti strumentali, IPI, ICE, SIMEST, operando d'intesa con le Regioni anche attraverso la rete nazionale degli *SPRINT* (Sportelli regionali per l'internazionalizzazione); in tale contesto, assicurare un adeguato coordinamento e sinergia con gli strumenti attivati dal MISE per il monitoraggio e comunicazione strategica dei progetti di innovazione industriale finanziati nell'ambito del Piano "Industria 2015", al fine di promuovere l'export delle imprese ivi coinvolte, anche allo scopo di rafforzare nel mondo l'immagine dell'Italia che innova;

b) pianificare nell'anno la presenza dell'offerta italiana nei singoli mercati sulla base di una "regia" promozionale articolata tenendo conto delle opportunità settoriali e della possibilità di aggregare momenti promozionali allo scopo di amplificare l'attenzione verso il *made in Italy*;



Ministero dello Sviluppo Economico

c) impostare i programmi di attività dando la massima attenzione all'individuazione delle controparti estere, siano esse operatori-importatori, la rete distributiva, o potenziali partner di iniziative di collaborazione.

- NUOVE MODALITA' DI PRESENZA

Verrà prestata attenzione al miglior coordinamento tra le linee d'azione della politica industriale attuata nel Paese e gli obiettivi delle politiche di promozione all'estero, fattori che possono e debbono alimentarsi sulla base di una strategia unitaria.

Inoltre, la capacità dell'Italia di penetrare sui mercati esteri è legata anche alla ulteriore valorizzazione dell'immagine - Paese, già fortemente caratterizzata, attraverso l'utilizzo di "valori" materiali ed immateriali, quali il patrimonio artistico - culturale, le eccellenze dello stile e della tecnologia italiani.

In quest'ambito, ad es., potranno trovare spazio iniziative specifiche, come quella in collaborazione con la Triennale di Milano che punta sull'apertura di nuovi spazi espositivi all'estero, anche in collaborazione con altri partner pubblici e privati. O quelle legate alla valorizzazione a fini promozionali di eventi di particolare richiamo e visibilità.

Analogamente, il complesso delle azioni e degli strumenti di promozione all'estero possono costituire veicoli per la valorizzazione delle opportunità di partenariato, anche in relazione agli investimenti diretti esteri da parte di imprese straniere nel nostro Paese; a tal fine, sarà necessario assicurare il coordinamento tra le azioni promozionali dei diversi enti ed istituzioni.

- MONITORAGGIO

Occorre altresì che lo sviluppo di una strategia pluriennale sia impostato sulla base di una verifica costante dei risultati nel tempo raggiunti; a questo proposito, è importante che venga realizzato - anche implementando modelli e format già esistenti - un sistema di monitoraggio - con cadenza quadrimestrale - delle iniziative promozionali attivate, nonché dei Gruppi di lavoro e delle varie Commissioni miste, al fine della ricalibratura continua degli obiettivi delle attività e per la verifica dell'efficacia dei risultati conseguiti.

Verrà anche messo a regime un efficace sistema di "customer satisfaction" d'intesa con i soggetti attuatori e co-attuatori delle iniziative promozionali pubbliche, che valga anche come "banca dati" delle imprese esportatrici utenti.



4. DIRETTIVE ALL'ICE

- Programmazione

Occorre premettere come l'ICE resti l'organismo nazionale perno della strategia promozionale sin qui delineata; in questo scenario, nell'articolare la propria attività nel corso dell'anno, l'Istituto si occuperà di:

- a) predisporre coerenti progetti improntati ad una maggiore specializzazione settoriale, in particolare privilegiando le iniziative a minor costo per le imprese e/o ricercando una politica di compartecipazione finanziaria da parte delle imprese stesse; a questo riguardo, sarà importante assicurare il costante raccordo tra l'ICE ed il mondo imprenditoriale;
- b) lavorare al fine di valorizzare, ad integrazione dei progetti definiti all'interno del piano annuale, le programmazioni derivanti dai rapporti di partenariato con il Ministero;
- c) enucleare gli interventi promozionali prioritari tenendo conto delle proposte emerse in occasione dei convegni d'area geografica da organizzare su impulso del vertice politico, interessato alla migliore definizione della strategia promozionale con il coinvolgimento delle istituzioni italiane presenti nell'area ed attive in materia di internazionalizzazione;
- d) curare, con particolare attenzione i progetti promozionali di valenza interregionale.

Un miglior esito delle attività promozionali potrà derivare da un più puntuale esercizio della funzione di assistenza degli uffici Ice in loco verso gli operatori stranieri, sia al fine di creare le giuste condizioni di *matching* tra domanda ed offerta, sia con l'obiettivo di favorire il consolidamento della presenza italiana nei mercati.

La programmazione delle attività, inoltre, dovrà prioritariamente perseguire finalità di *scouting* della domanda anche con riferimento ai mercati tradizionali alla luce delle modifiche nei consumi prodotte dalla crisi economica internazionale.

Nel contempo, l'Istituto è chiamato ad assicurare i necessari seguiti alle opportunità di affari venutesi a creare con le missioni istituzionali e imprenditoriali svolte all'estero, anche collaborando a tal fine a livello territoriale con il sistema delle Camere di commercio; e a dare contenuto operativo a Mou, intese bilaterali, accordi recentemente conclusi con controparti estere, assicurando la massima attenzione ai Paesi che stanno avviando processi di sviluppo nell'area africana, medio-orientale, caucasica, del centro-sud America.



Ministero dello Sviluppo Economico

La programmazione dovrà essere proposta sottoforma di “progetti mercati/settori” - che ruoteranno intorno ad una iniziativa “pilota” individuata nell’anno nei singoli Paesi - tendenzialmente capaci di declinare una comunicazione visiva con elementi costanti che contraddistinguano il *made in Italy*.

- Struttura

Gli organi di gestione dell’Istituto vorranno assicurare una più puntuale corrispondenza tra obiettivi operativi ed organizzazione della struttura:

all'estero andrà favorita ogni possibile sinergia con le altre istituzioni italiane presenti, anche in funzione del processo riorganizzativo della rete degli uffici; più in generale, andrà assicurato il coefficiente di risorse professionali adeguato alle previsioni di crescita dei singoli mercati, anche ridefinendo la rete, sia nell’ottica di massimizzare le ricadute in termini di benefici per le aziende, sia in ottemperanza con le prioritarie esigenze di contenimento della spesa pubblica;

a livello nazionale dovrà proseguire il processo di valorizzazione del rapporto con Regioni, enti territoriali, Camere di commercio ed associazioni di categoria al duplice scopo di assicurare l’efficienza operativa (non sempre le informazioni sulle iniziative nazionali utili alle imprese arrivano tempestivamente per orientare la loro attività all’estero) ed il contenimento dei costi di funzionamento nella fornitura dei servizi promozionali e di assistenza alle imprese;

presso la sede centrale andrà snellito l’iter decisionale/autorizzativo interno per sveltire i processi di gestione/adattamento dei progetti promozionali, proseguendo nel processo avviato di semplificazione dei rapporti tra gli uffici gestori delle iniziative.



Ministero dello Sviluppo Economico

- Modulazione della spesa promozionale

Si indicano le seguenti percentuali di riferimento per la ripartizione degli stanziamenti pubblici all'interno del piano promozionale 2010, al netto dell'accantonamento da operare per il partenariato.

24%	Europa, con attenzione all'area est-europea
16%	Americhe
24%	ASIA e Pacifico (con riferimento alle economie emergenti)
8%	Nord Africa e Medio Oriente
3%	Africa Subsahariana
16%	Per iniziative pluri-Paese
9 %	Per iniziative di formazione, informazione, assistenza, comunicazione Italia nel mondo.

Tra le iniziative promozionali andranno privilegiate - in base alle opportunità dei mercati - quelle a maggior ritorno commerciale, quali i *BtoB* all'estero e le *missioni incoming* in Italia, le *fiere specializzate* o *campionarie* e i *Punti Italia*, o quelle che realizzano obiettivi di investimento quali la *formazione* (anche di target stranieri), *missioni imprenditoriali*, azioni di *comunicazione* e le *attività via web*.

Ai *programmi di partenariato* sarà dedicato fino al 37% del totale dello stanziamento del fondo promozionale del Ministero trasferito all'Ice per accordi con Regioni, agli accordi con le associazioni di categoria e i sistemi camerale e fieristico, e con la CRUI.