

2015: l'anno del *Made in Italy*

**Piano Straordinario per il rilancio
internazionale dell'Italia**



MILANO 2015

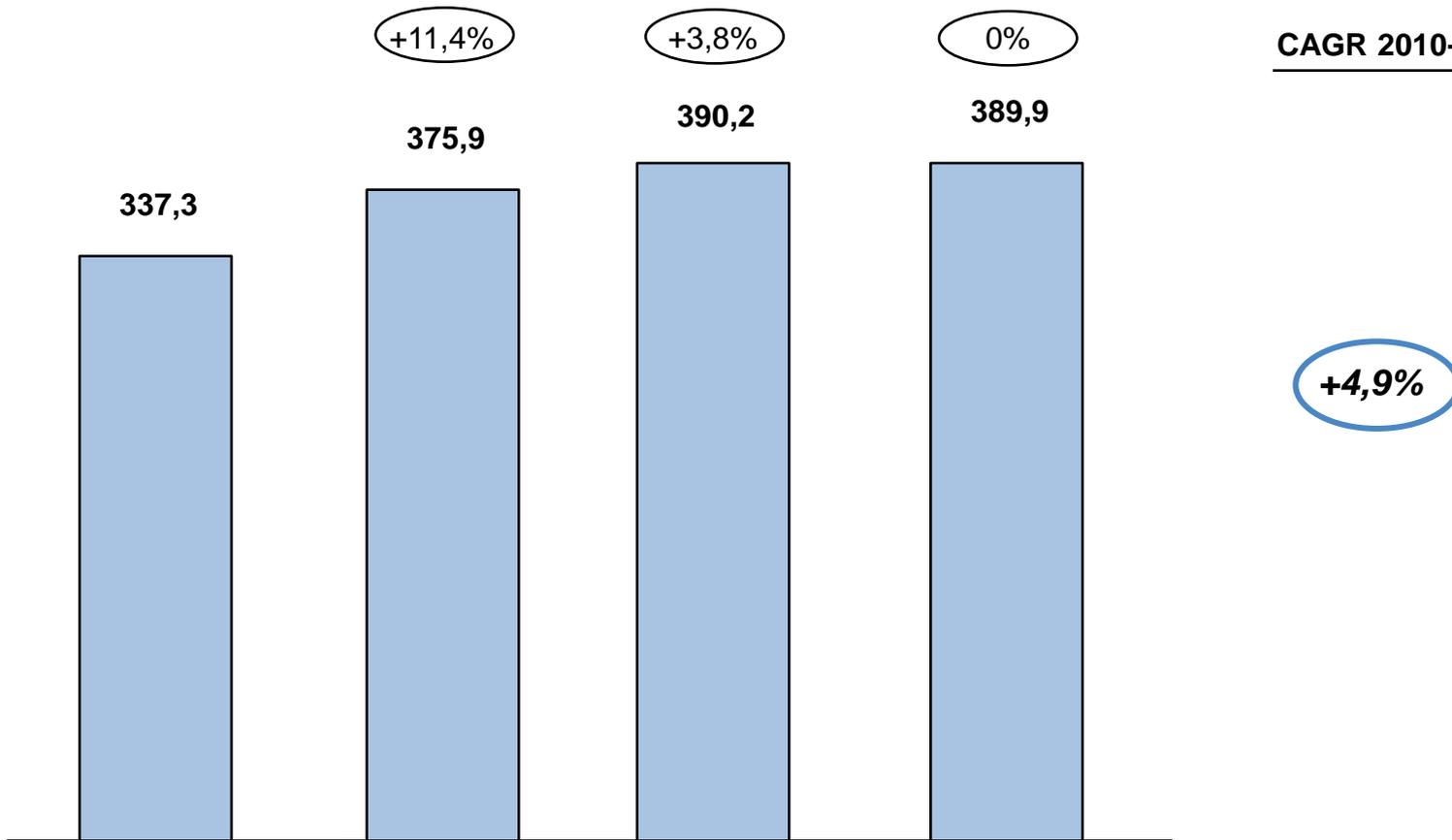
- **Cogliere l'opportunità** offerta dall'**Expo** per fare del **2015 l'anno del rilancio internazionale dell'Italia** attraverso un:
 - **Piano straordinario** (il più grande mai fatto in termini di risorse) sul **'Made in Italy'** con iniziative in Italia e all'estero
 - **Accelerazione dei percorsi di internazionalizzazione** in entrata (+ investimenti e + turismo) e in uscita (+ export)
- **Agganciare** definitivamente **l'Italia al boom della classe media mondiale** (*dividendo della globalizzazione*)
- Portare più **imprese ad esportare**

Export Italia di beni: evoluzione 2010-2013

Var. %
Vs. anno
precedente

**Export
Beni
Italia**
(Mld €)

CAGR 2010-13



Export beni

2010

2011

2012

2013

Germania
(Mld €)

949,6

1.058,9

1.093,6

1.093,8

+4,8%

+11,5%

+3,3%

0%

Francia
(Mld €)

395,1

428,5

442,6

436,5

+3,4%

+8,5%

+3,3%

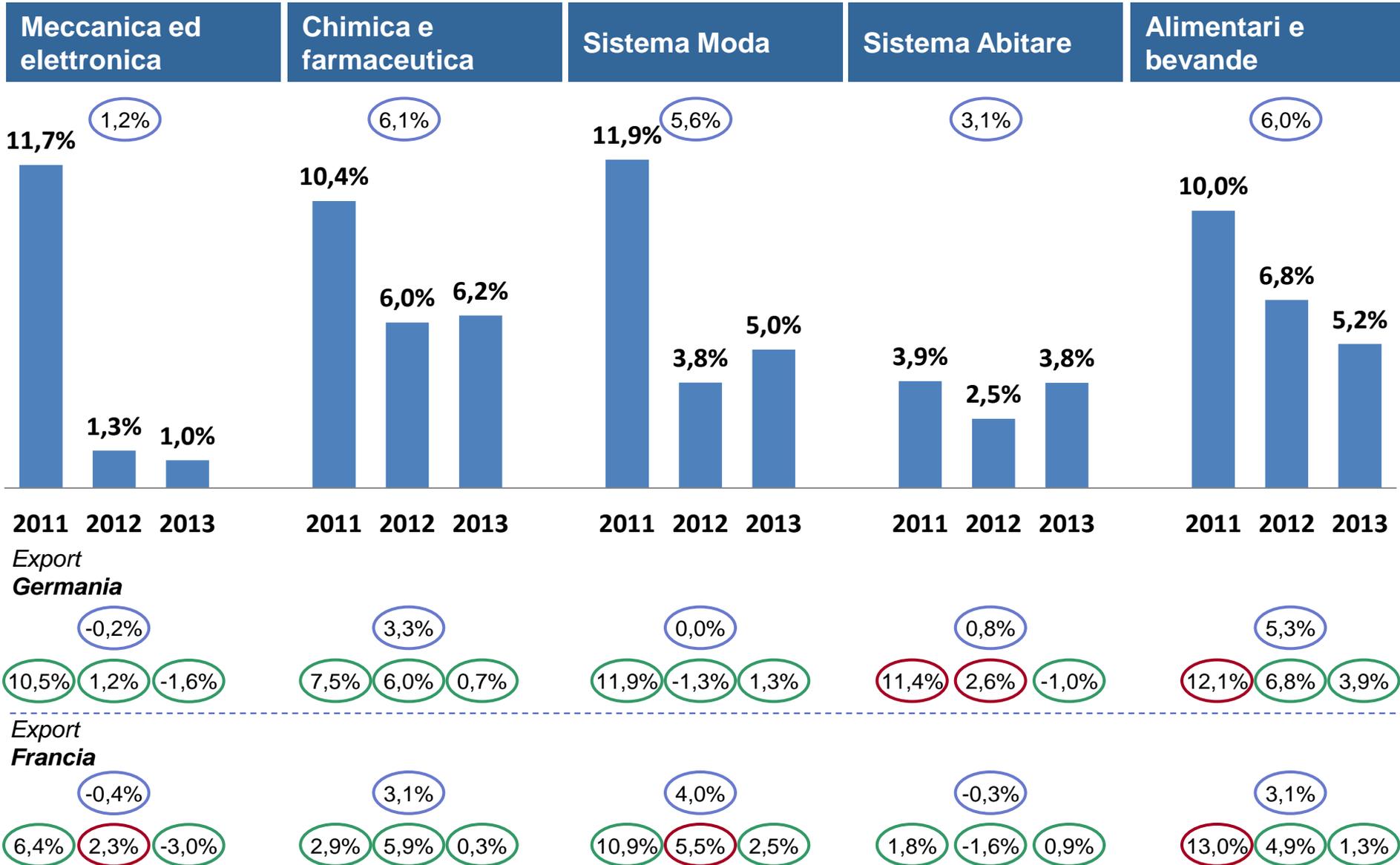
-1%

Andamento export per settore 2011-2013

○ CAGR 2011-2013

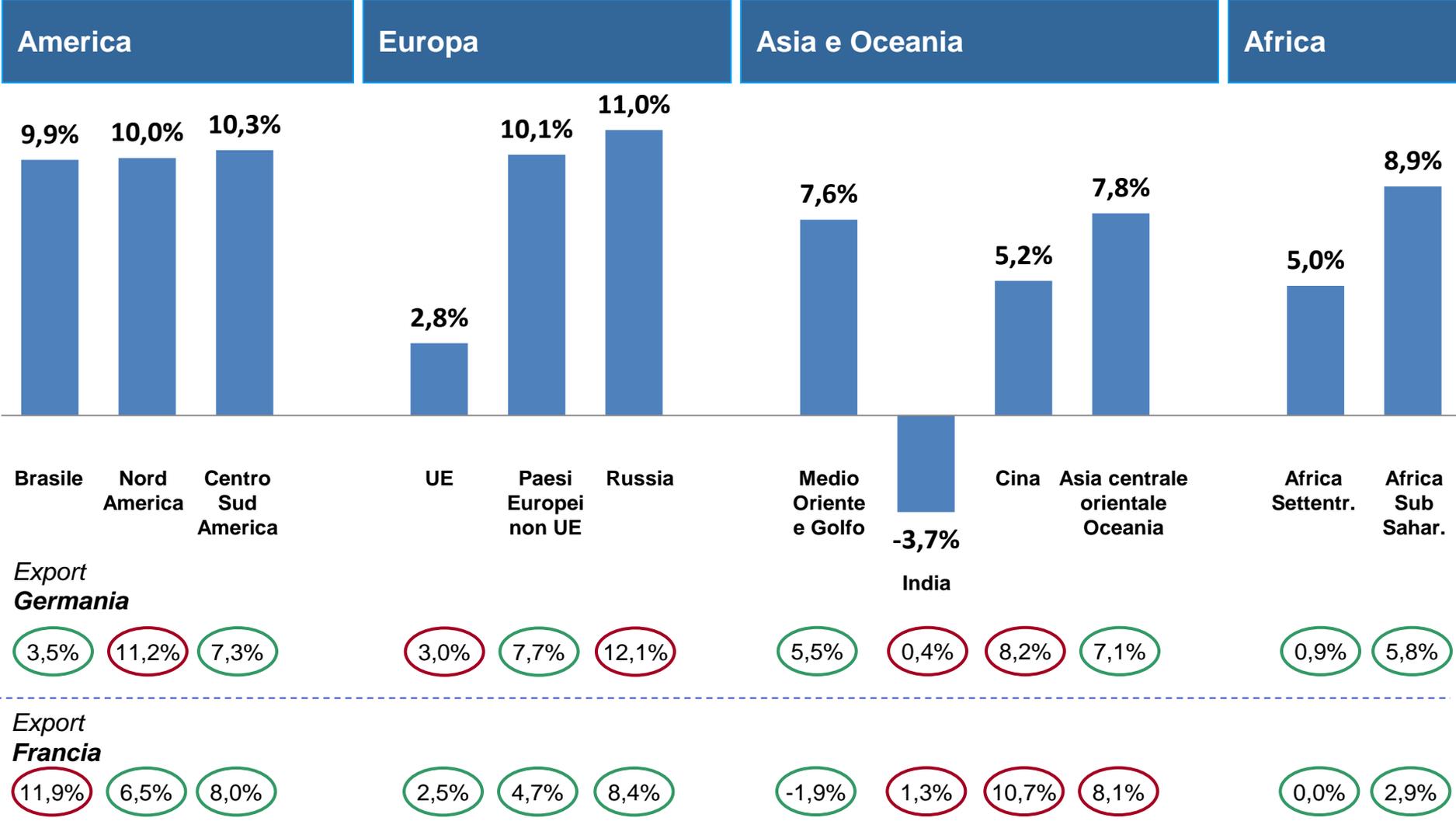
○ Var % Italia superiore a Germania o Francia

○ Var % Italia inferiore a Germania o Francia



○ Var % Italia superiore a Germania o Francia
 ○ Var % Italia inferiore a Germania o Francia

Andamento export per area 2011-2013



Media aritmetica delle variazioni annuali nel periodo 2011-2013.

Fonte: elaborazioni su dati Eurostat – Commercio Estero

Punti di forza e debolezza dell'Italia internazionale

Punti di forza



- **2^ economia** manifatturiera **d'Europa e tra le prime 5 per surplus manifatturiero**
- **Negli ultimi anni l'Export cresce** più di Francia e Germania
- **Crescente domanda** globale per il **Made in Italy** (*macchine, moda, abitare, food & beverage, ad es. beverage +8% vs. '12*)
- **Nuovi settori emergenti** e dinamici (*aerospazio, biomed, ad es. farmaceutico +14% vs. '12*)
- Italia tornata **nel radar degli investitori stranieri** (*dopo 9 anni nuovamente nel Confidence Index degli investitori internazionali*)

Punti di debolezza



- Posizionamento mercati non ottimale: **esposizione verso aree a rischio e scarsa presenza** in aree ad alto potenziale
- Troppo **poche imprese stabilmente esportatrici** sul potenziale (*di circa 70.000*)
- **Export Italiano/PIL al 30% vs. Germania al 49%** (2013)
- **Scarsi investimenti** in promozione **e poco concentrati** rispetto ai nostri competitors
- Le **PMI** hanno un livello **insufficiente** di **preparazione manageriale** al **mercato globale**
- Unico paese avanzato **senza una struttura dedicata specificamente all'attrazione degli investimenti**

Piano straordinario Made in Italy: obiettivi

Obiettivi

- 1 **Cogliere le nuove opportunità** legate alla crescita della domanda globale e all'**incremento della classe media**
- 2 Favorire le PMI **nell'accesso ai mercati internazionali**
- 3 **Espandere la presenza** nei paesi in cui il **potenziale è maggiore**
- 4 **Attrarre capitali di crescita** /buyers e investimenti stranieri e italiani (*reshoring*)

Key figures

+ 800 mln
(Tot 1,800)

Classe media mondiale
nei prossimi 15 anni

+ 22K

imprese esportatrici aggiuntive

+ 50 mld \$

export aggiuntivo al 2016 *

+ 20 mld \$

di flussi aggiuntivi di investimento in Italia **

* Su 5 paesi avanzati e 30 mercati emergenti: studio *Prometeia* per Cabina di Regia 2014

** Dato stimato come la differenza fra la media Italia degli ultimi 10 anni vs. paesi direttamente confrontabili per livello di industrializzazione, caratteristiche del tessuto produttivo, dimensioni macro-economiche, ... (per ulteriori dettagli allegato a tavola 16)

Export: il potenziale

Variazione Export in Milioni di Euro, Flussi 2013, Percento

Metodo	Mercati strategici		Settori		Ipotesi		Previsione +50.5€ Mld al 2016
	<ul style="list-style-type: none"> Scelta dei mercati per crescita domanda e posizionamento italiano Clusterizzazione per grado di sviluppo e rischio 		<ul style="list-style-type: none"> Individuazione dei settori via indicatori di specializzazione Analisi performance e scelta concorrenti benchmark 		<ul style="list-style-type: none"> Mercati di presidio (paesi con quota elevata): difesa posizionamento alla crescita del mercato Mercati d'attacco (paesi con spazio di crescita per la quota); performance in linea con il miglior concorrente fra i 15 fornitori più simili 		
Risultati	Maturi da valorizzare		Economie emergenti		Nuove opportunità		
	<p>Mondo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Stati Uniti 9 176 (+34.9) ✓ Giappone 1 872 (+31.6) • Corea 1 821 (+52.0) ✓ Canada 1 666 (+55.5) • Polonia 1 460 (+16.2) • Australia 1 288 (+34.5) <p>Europa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Germania 4 246 (+9.2) • Francia 1 730 (+4.2) • Regno Unito 814 (+4.2) • Spagna 728 (+4.4) <p>25€ Mld (+14%)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cina 8 933 (+92,5) ✓ Messico 1 852 (+58,9) ✓ Turchia 1 565 (+19,0) • Brasile 1 477 (+29,8) ✓ Emirati Arabi 1 431 (+30.0) ✓ Indonesia 1 251 (+116.9) ✓ Malesia 1 166 (+111.3) ✓ Arabia Saudita 1 124 (+31.4) • India 1 064 (+37.8) ✓ Vietnam 886 (+134.8) ✓ Singapore 805 (+43.6) • Filippine 563 (+135.4) ✓ Kazakistan 426 (+59.0) • Perù 294 (+65.0) • Colombia 279 (+46.5) <p>23€ Mld (+52%)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nigeria 603 (+75.7) • Iran 487 (+46.8) • Marocco 399 (+30.5) • Qatar 322 (+32.1) • Etiopia 222 (+81.7) • Angola 196 (+58.1) • Ghana 186 (+83.5) ✓ Mozambico 42 (+74.9) <p>2.5€ Mld (+49%)</p>				

NB ✓ Paesi già interessati da missioni di sistema

Fonte: Studio Prometeia su potenziale di mercato

Attrazione investimenti: il potenziale

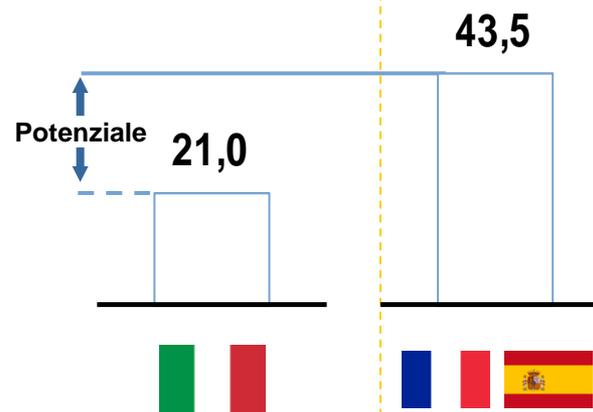
L'Italia nei radar degli investitori...

Per la prima volta **dopo 9 anni** l'Italia è **rientrata** nelle **prime 25 posizioni** della classifica del **Confidence Index degli investitori internazionali** ricoprendo il **ventesimo** posto

... con un grande potenziale da aggredire

Flussi IDE
(Bln \$)

2002-'12



"GAP vs
paesi
confrontabili

Media '02-'12

N° occupati da
IDE

14 997*

84 594*

N° progetti

1 219

3 258

N° progetti
manifatturiero

179

772

Budget prom.
centrale (2011-13)

0,4

12,5

Governance
efficace (2011-13)

NO

SI

* Stima bassa – dati molto parziali (fDi Markets – calcoli OCO Global)

Piano Straordinario Made in Italy: azioni e strumenti

Azioni

5 azioni in Italia

Potenziamento grandi eventi in Italia

Voucher Temporary Export Manager

Formazione Export Manager

Roadshow per le PMI

Piattaforma E-Commerce per le PMI

5 azioni all'estero

Piano GDO

Piano speciale mercati d'Attacco (es. USA)

Piano "Road to Expo"

Piano comunicazione contro *Italian Sounding*

Roadshow attrazione investimenti

Strumenti

2 iniziative

Modernizzazione ICE Agenzia

Accorpamento strutture dedicate all'attrazione degli investimenti

Le 5 azioni in Italia

Iniziativa	Descrizione	Stanziamiento
Potenziamento grandi eventi in Italia	Rafforzamento su scala globale, anche utilizzando il volano dell'Expo, dei 15 principali eventi fieristici in cui l'Italia è già leader riconosciuto, ma spesso sotto attacco da competitors internazionali, sul modello realizzato per Pitti. Gli eventi comprendono, ad esempio: Salone Nautico, EMO, MARMOMACC, Salone del Mobile, Vinitaly, Tuttofood, Milano Unica,, Panoramico/Altagama	✓ 30Mio€
Voucher Temporary Export Manager	I voucher consentono alle PMI di accedere a management specializzato nell'export a costi ridotti . Singoli voucher da 10.000 euro consentono di coprire una platea di 2.500 imprese	25Mio€
Formazione di Temporary Export Manager	Il piano prevede di formare fino a 2.000 manager in co-finanziamento con le Regioni Un singolo export manager temporaneo è in grado di seguire fino a 8-9 aziende.	✓ 2Mio€
Roadshow per le PMI	Iniziativa di formazione sui territori e servizio customizzato per ogni azienda che vuole iniziare a esportare. Le prime 4 tappe hanno visto la partecipazione di 1.400 aziende con il 95% di livello di soddisfazione	✓ 4Mio€
Piattaforma E-Commerce per le PMI	Potenziamento degli strumenti a disposizione della digitalizzazione delle PMI per favorire l'accesso alle piattaforme digitali; attenzione strategica alla proprietà dei dati e all'accesso al mercato digitale	<1Mio€
Totale		62Mio€

NB ✓ Le iniziative segnate sono già state testate su scala ridotta durante l'anno in corso (vedi allegati)

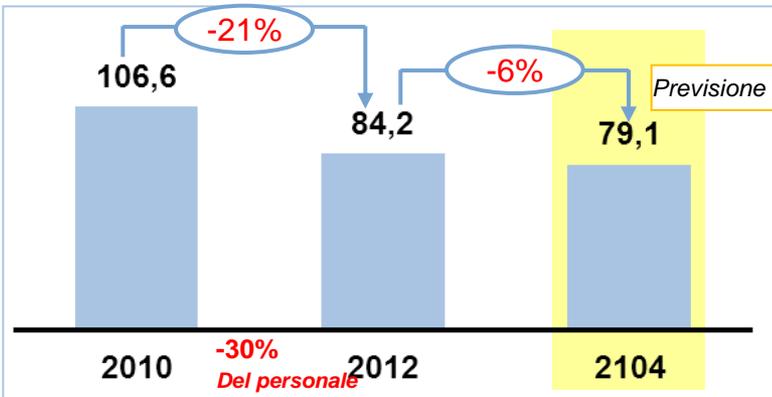
Le 5 azioni all'estero

Iniziativa	Descrizione	Stanziamiento
Piano GDO	Prevede accordi con la grande distribuzione per inserire a scaffale più prodotti del <i>Made in Italy</i> . In particolare l'obiettivo è di inserire marchi di qualità appartenenti ad aziende di piccole dimensioni	✓ 25Mio€
Piano speciale mercati d'attacco	In vista della chiusura recente o prossima di nuovi accordi di libero scambio , o al carattere strategico di alcune aree in crescita, è necessario prevedere dei " Piani Speciali " per aggredire quei mercati e sfruttare le nuove opportunità per le aziende italiane. Su questi paesi, oltre alle azioni di promozione identificate dai Piani Speciali saranno attivate anche Missioni settoriali di imprenditori a guida politica	✓ 18Mio€
Piano "Road to Expo"	Ha l'obiettivo di concretizzare la ricaduta commerciale dell' Expo nei settori dell' agroindustria e di tutti i settori industriali ad essa legati attraverso il proseguimento della collaborazione con le 5 principali fiere italiane dei rispettivi comparti	✓ 2Mio€
Piano comunicazione contro <i>Italian Sounding</i>	Con il <i>Ministero dell'Agricoltura</i> , si introdurrà un segno distintivo unico che corrisponde alle nostre DOC/DOP e IGP/IGT. La diffusione internazionale di questo nuovo segno distintivo attraverso un piano di <i>advertising</i> consentirà la riconoscibilità dei prodotti italiani dalle numerose imitazioni	18Mio€
Roadshow attrazione investimenti e accorpamento in un'unica struttura delle competenze sul tema	Le risorse saranno necessarie alla prima raccolta e sistematizzazione (per settore/tipologia) delle opportunità di investimento in Italia; la creazione di un Database degli investitori internazionali; la formazione del personale e l'organizzazione in raccordo con le Ambasciate d'Italia del primo roadshow globale "Invest in Italy" che tocchi le prime 20 piazze finanziarie mondiali	5Mio€
Totale		68Mio€

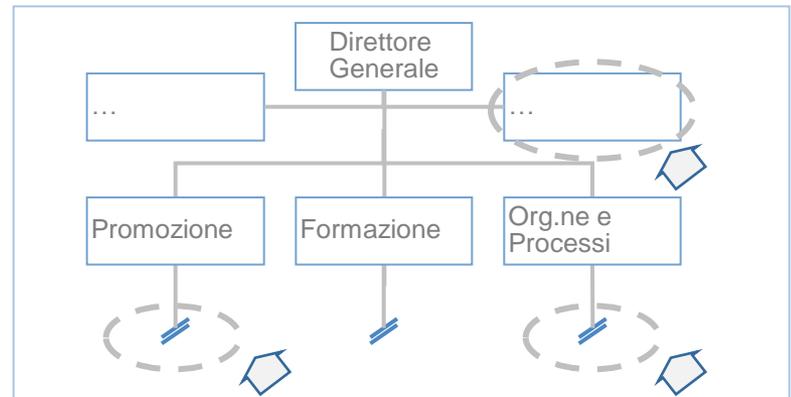
NB ✓ Le iniziative segnate sono già state testate su scala ridotta durante l'anno in corso

Gli strumenti: miglioramento *governance* dell'ICE-Agenzia

Riduzione costi di funzionamento



Efficientamento struttura/ processi



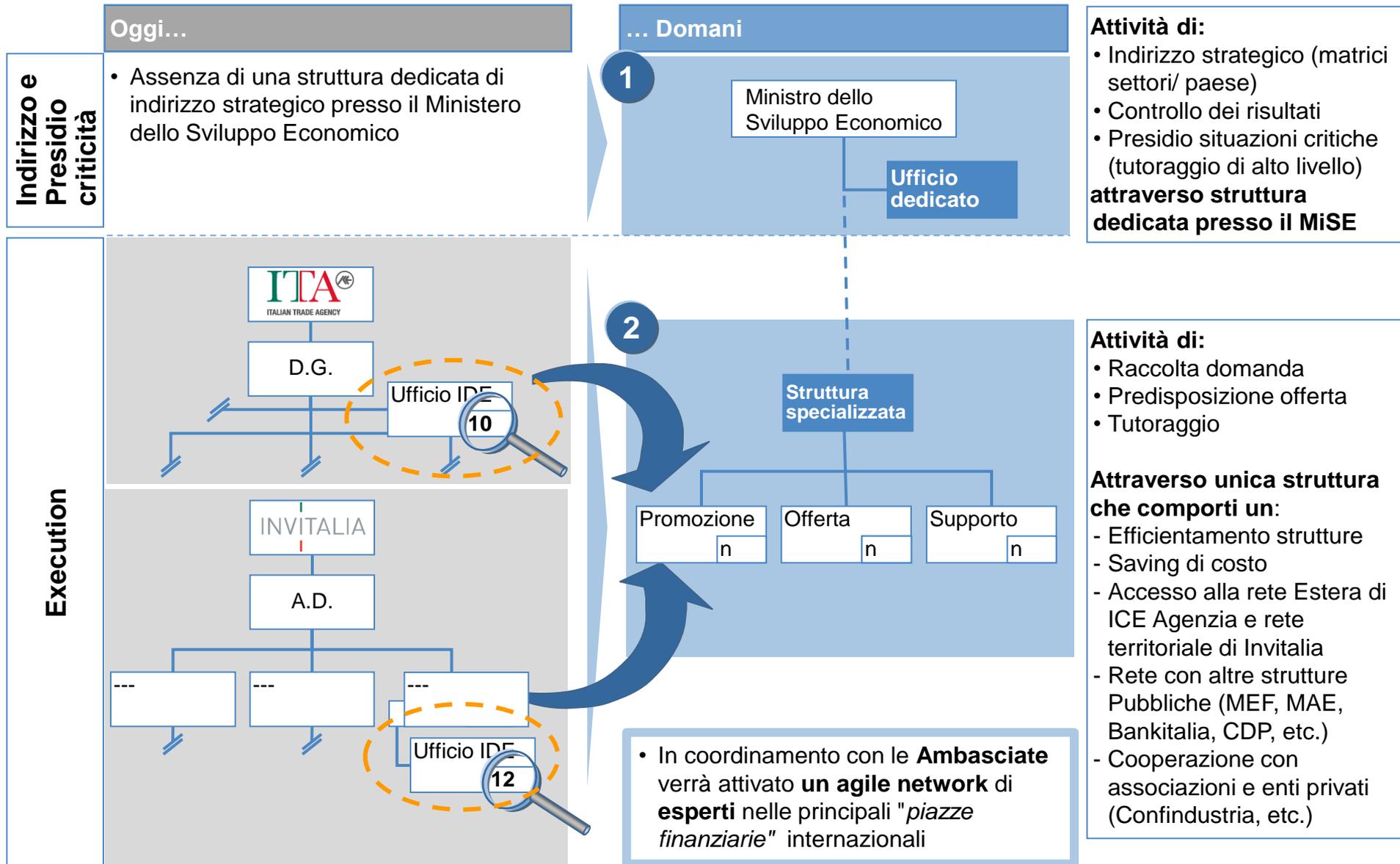
Deliverables

- Razionalizzazione della **spesa** intervenendo sugli **acquisti** (attualmente polverizzati su diversi centri di costo e non pianificati)
- Ricorso all'**outsourcing** delle attività che si prestano a tale procedura (a basso VA)
- **Dismissione asset immobiliari** cedibili
- **Razionalizzazione degli Uffici della Rete Estera**
- **Revisione della indennità di sede estera**

- Spostamento delle **Risorse umane** dal **back office al front end** (*flessibilizzazione*)
- **Eliminazione ridondanze** di processo trasversali alla struttura
- Declinazione dei **processi in ottica di risultato** (*customer driven*)
- Revisione processo di **Pianif.ne e Controllo di gestione**
- Revisione dei **processi di acquisto**
- **Dematerializzazione** dei flussi di info. e rendicontazione
- Revisione **requisiti di assegnazione e criteri per la rimozione da incarichi di sede estera**

**Piano presentato da Ice Agenzia il
16 giugno 2014**

Gli strumenti: One-Stop-Shop per Investitori Stranieri



Allegati

I test già compiuti

Processo di supporto all'internazionalizzazione

MAE-MISE

Cabina di Regia:

- Regioni
- Associazioni e Camere
- MIPAF
- MIBAC
- MEF
- CdP

- Mercati focus
- Obiettivi
- Attività
- Progetti speciali
- Ruoli

Indirizzi

MISE-Associazioni

- Decisione su allocazione delle risorse con le 20 principali Associazioni di settore e di rappresentanza
- Identificazione KPI
- Declinazione distribuzione delle risorse

Attività

ICE Agenzia - MAE

Attuazione di:

- Iniziative mercati
- Progetti speciali
- Supporto ai progetti con associazioni
- Supporto istituzionale sui mercati

Organizzazione e Realizzazione di:

- Missioni di sistema

Implementazione

MAE- MISE

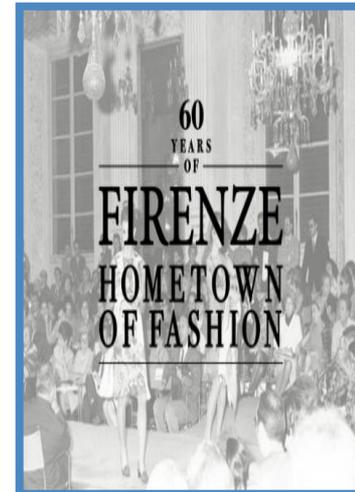
- Verifiche puntuali di Customer Satisfaction sulle singole iniziative
- Una volta l'anno analisi di Customer Satisfaction complessive e benchmarking su ICE-Simest-SACE
- Follow-up visite coordinate da Capo Missione Diplomatico-Consolare

Verifica

✓ Potenziamento grandi eventi in Italia: il test Pitti

Il test Pitti

- Molti Paesi mobilitano **ingenti risorse su strumenti promozionali** mirati a “minacciare il primato italiano”, spesso sovrapponendosi ai nostri tradizionali appuntamenti internazionali: il «caso» Pitti è un esempio di questa accresciuta competizione.
 - E' apparso quindi fondamentale concentrare le risorse nei settori che presentano un chiaro **vantaggio competitivo** dell'industria nazionale.
-
- Il «modello Pitti» è l'esempio di un'iniziativa straordinaria che unisce innovazione, cultura e tradizione. In dettaglio sono state **attivate - sulla base** di una attenta e **rigorosa selezione dei desiderata delle imprese** - forti **azioni di**:
 - **Comunicazione** (sui media nazionali e internazionali);
 - **piano di ospitalità per buyer in *incoming***;
 - **eventi speciali** (ad es. **4 sfilate di campioni della moda *born in Florence***, rappresentazione scenica dello stile italiano in strutture museali fiorentine, ecc.).
-
- Lo stanziamento pubblico ammonta a **2 mio €** e coprirà le spese organizzative, gestite dal team di Pitti Immagine in coordinamento con il Comune di Firenze, le Soprintendenze e i team delle case di moda: affitto spazi e opere di sistemazione/ripristino, gestione infrastrutture, trasporti, catalogo/presentazione per ospiti, ecc.



✓ Roadshow italia per le imprese: iniziato un programma di successo

Roadshow “Italia per le Imprese”

4 tappe già concluse - Biella, Bari, Milano e Ancona*

* Entro il 7 luglio saranno concluse anche le tappe di Mantova e Reggio Emilia e aggiornati di conseguenza i dati seguenti

Roadshow “Italia per le Imprese”

Riunire tutte le istituzioni e le organizzazioni preposte all'internazionalizzazione del sistema produttivo italiano e presentare alle aziende, nel loro territorio, le soluzioni più adeguate per esportare (marketing, finanziarie, formative, assicurative, logistiche, bancarie e e-commerce)

Format individuato

• **Vicino alle aziende.** Le 14 tappe in programma estese a 27 a su richiesta dei partner del progetto in virtù del gradimento riscontrato sul territorio

1. Insieme per informare e guidare nella scelta degli strumenti più adeguati per cogliere le opportunità più promettenti:
→ **Sessione plenaria tecnica** con la partecipazione di tutte le istituzioni dedite al sostegno dell'internazionalizzazione.
2. Il primo passo verso soluzioni operative e concrete per l'export
→ **Sessione di incontri individuali e checkup aziendali**

Risultati

1.360 aziende partecipanti **95%** il grado di soddisfazione



ROADSHOW PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE
ITALIA PER LE IMPRESE
CON LE PMI VERSO I MERCATI ESTERI
BIELLA, 27 GENNAIO 2014
Città Silvio Biele - Corso G. Pella, 2
La registrazione inizierà alle ore 9.00

SAVE THE DATE
Le istituzioni pubbliche, le organizzazioni private delle imprese e i principali player della finanza incontrano le aziende sui temi dell'internazionalizzazione nel corso di un road show promosso e sostenuto dal Ministero dello Sviluppo Economico.
Al primo evento inaugurato di Biella seguiranno le tappe di Bari, Ancona, Udine, Catania, Reggio Emilia, Napoli, Potenza, Perugia, Siena, Padova, Cagliari, Genova, Monza, Mantova e L'Aquila.
Il format di ogni evento prevede una sessione plenaria con ospiti di rilievo del mondo istituzionale e finanziario, che illustreranno gli strumenti e le strategie a sostegno delle imprese sui mercati globali. A seguire, gli imprenditori potranno dialogare con gli specialisti di settore su tematiche di proprio interesse.

ISCRIVITI ONLINE
Per ulteriori informazioni potete contattare la segreteria dell'evento roadsnow.biella@spes.it - Tel. 06.5992.7760 - 02.56601.007

Partner Territoriali: Regione Piemonte, Regione Lombardia, Regione Veneto, Regione Emilia-Romagna, Regione Marche, Regione Toscana, Regione Lazio, Regione Campania, Regione Puglia, Regione Basilicata, Regione Calabria, Regione Sicilia, Regione Abruzzo, Regione Molise, Regione Umbria, Regione Marche, Regione Toscana, Regione Lazio, Regione Campania, Regione Puglia, Regione Basilicata, Regione Calabria, Regione Sicilia, Regione Abruzzo, Regione Molise, Regione Umbria.

Sponsor: DHL, UniCredit.

Media Partner: Spide.





Piano GDO: il test Karstadt

Obiettivo

L'obiettivo è quello di prevedere **accordi** con la grande distribuzione per **inserire a scaffale** più prodotti del *Made in Italy*. In particolare l'obiettivo è di inserire **marchi di qualità** appartenenti ad **aziende di piccole dimensioni**

Il test

KARSTADT
SEIT 1881

ICE ha firmato nel settembre scorso un **contratto con la GDO tedesca** stabilendo di intervenire con un **finanziamento di 2,1 mio di €** per una campagna promozionale da realizzare nei tre GGMM Premium della catena (Ka.De.We. di Berlino, Oberpollinger di Monaco; Alsterhaus di Amburgo)

A fronte dell'impegno pubblico italiano, **Karstadt, oltre ad effettuare acquisti di prodotti italiani, per assicurare alla promozione la massima pubblicità**, svilupperà un composito piano marketing, **investendo a tale scopo 3,5mio €.**

I prodotti oggetto della promozione sono quelli relativi al total look (abbigliamento maschile e femminile, borse, scarpe, accessori), i complementi d'arredo, gli articoli da regalo, la cosmesi, i vini e i prodotti alimentari.

Le aziende italiane coinvolte sono: 368, di cui nuovi fornitori: 70 (19%)

La **campagna STUDIO ITALIA** presenterà le eccellenze italiane di cui il logo rappresenta l'immagine grafica. Gli strumenti che saranno utilizzati sono:

PROMOZIONE SU RIVISTE E STAMPA E CAMPAGNA DI ILLUMINAZIONE A BERLINO, AMBURGO E MONACO (Rivista del KADEWE, principali riviste di moda e quotidiani nazionali)

COOPERAZIONE CON FIAT

15 Fiat 500 saranno utilizzate per gli eventi di inaugurazione e la promozione nelle città.

PROMOZIONE INSTORE

In aggiunta agli eventi di inaugurazione della campagna, ci saranno aree dedicate ai prodotti italiani a partire dall'ingresso (con una mostra sul Made in Italy) fino agli stand presenti nei 4 segmenti merceologici

DEGUSTAZIONI

Sono previste 3 degustazioni presso i Grandi magazzini di Berlino, Monaco e Amburgo



Il Piano Comunicazione

✓ Piani speciali strategici: il test USA

Supportare PMI Italiane in un mercato ad alto potenziale

Mercato ad altissimo potenziale sfruttato solo parzialmente

- USA rappresentano il più grande mercato il largo consumo mondiale, e costituiscono il principale mercato per l'export italiano fuori da UE
- Negli ultimi 4-5 anni, l'export italiano di prodotti finiti agroalimentari e fashion verso gli USA ha continuato a crescere, facendo guadagnare all'Italia quote di mercato nei confronti dei concorrenti europei

TTIP in corso di negoziazione darà una forte spinta agli scambi

- Riduzione delle tariffe di import-export
- Abbattimento delle barriere doganali per tutte le categorie merceologiche, in misura potenzialmente variabile
- Armonizzazione delle norme di omologazione

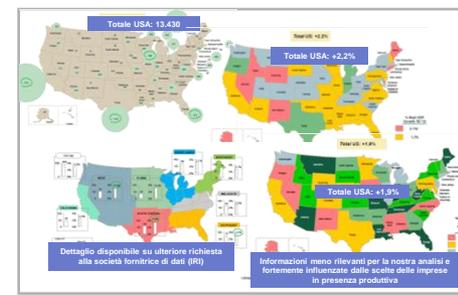
Mercato complesso ed evoluto che necessita di un approccio maggiormente strutturato per sfruttare appieno il potenziale:

- Limitata distribuzione dei prodotti italiani presso la GDO
- Parziale copertura di aree geografiche al di fuori dei grossi conglomerati urbani e della costa orientale
- Limitato utilizzo di risorse volte alla promozione dei prodotti italiani, soprattutto da parte degli organi istituzionali

- **Rafforzamento della base geografica**, incrementando la presenza dei prodotti italiani nelle **aree meno coperte** (es. Texas e costa occidentale)
- **Miglioramento e stabilizzazione** della **presenza** dei prodotti Italiani nella **GDO** e nelle piattaforme di e-commerce (6% dei consumi USA)
- **Educazione/Formazione** del mercato alla comprensione del valore prodotto «**Made in Italy**», in particolare nell'**alimentare** (Italian sounding)

Complessità del mercato e approccio poco strutturato

Soluzione: Piano speciale USA significativo salto di qualità dell'export italiano

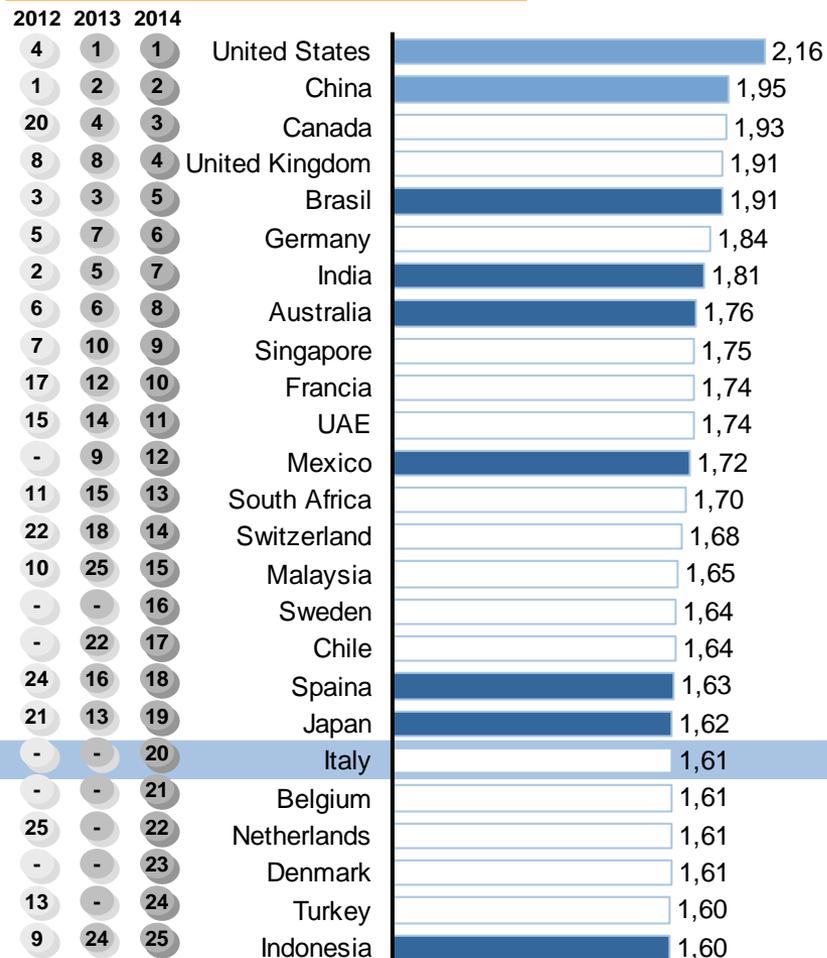


Attrazione investimenti: il potenziale in dettaglio

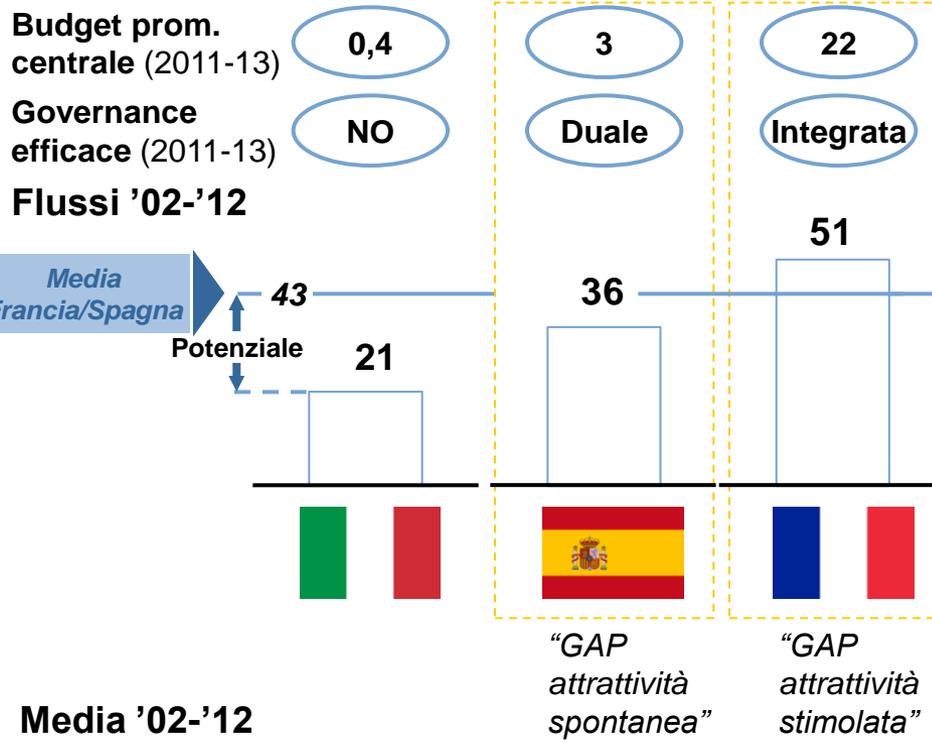
L'Italia nei radar degli investitori...

Per la prima volta dopo 9 anni l'Italia è nel Confidence Index degli investitori

■ Posizione stabile
■ In salita
■ In discesa



... con un grande potenziale da aggredire



Media '02-'12			
N° occupati da IDE	14 997*	75 560*	93 628*
N° progetti	1 219	2 715	3 801
N° progetti RES	83	195	236
N° progetti manifatturiero	179	597	946

* Stima bassa – dati molto parziali (fDi Markets – calcoli OCO Global)
 Fonte: UNCTAD World Investment Report 2013

* Valori calcolati in una scala da 0 a 3
 Fonte: A.T. Kearney Foreign Direct Investment Confidence Index, 2014