



CONFERENZA DELLE REGIONI  
E DELLE PROVINCE AUTONOME

20/85/SR07/C10-C11

**PARERE, AI SENSI DELL'ARTICOLO 1, COMMA 3, DEL  
DECRETO DEL MINISTERO DEGLI AFFARI ESTERI E DELLA  
COOPERAZIONE 11 MAGGIO 2020 SULLA CONVENZIONE  
TRA IL MINISTERO STESSO E L'ICE PER LA  
REALIZZAZIONE DI UN PIANO STRAORDINARIO PER LA  
PROMOZIONE DEL MADE IN ITALY E PER L'ATTRAZIONE  
DEGLI INVESTIMENTI, DI CUI ALL'ARTICOLO 30 COMMA 5,  
DEL DECRETO LEGGE 12 SETTEMBRE 2014, N. 133,  
CONVERTITO CON MODIFICAZIONI DALLA LEGGE 11  
NOVEMBRE 2014, N. 164**

*Punto 7) Odg Conferenza Stato Regioni*

La Conferenza delle Regioni e delle Province autonome esprime parere favorevole con le modifiche ed integrazioni proposte sia allo Schema di convenzione che alle Linee di intervento del Piano Straordinario Made in Italy, riportate nei documenti allegati.

Roma, 21 maggio 2020



## CONVENZIONE QUADRO

PER LA REALIZZAZIONE DI UN PIANO PER LA PROMOZIONE STRAORDINARIA DEL MADE IN ITALY E MISURE PER L'ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI PER L'ANNO 2020, AI SENSI DELL'ART. 30 DEL DL 133/2014.

### TRA

Il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (di seguito indicato come "Ministero" o "Maeci"), Codice Fiscale 80213330584, rappresentato dall'Amb. Lorenzo Angeloni, Direttore Generale per la Promozione del Sistema Paese, domiciliato in ragione della carica e agli effetti del presente atto presso il Ministero, Piazzale della Farnesina, 1, 00135 Roma

### E

L'ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane (di seguito indicato come "ICE-Agenzia") Codice Fiscale 12020391004, rappresentata dal Direttore Generale Dott. Roberto Luongo, domiciliato in ragione della carica e agli effetti del presente atto, presso l'ICE-Agenzia, Via Liszt, 21, 00144 Roma

### VISTI

- l'art. 30 del Decreto-Legge 12 settembre 2014, n.133, convertito con modificazioni dalla Legge 11 novembre 2014, n.164, concernente il Piano per la promozione straordinaria del Made in Italy e l'attrazione degli investimenti, di seguito "il Piano";
- il comma 3 del predetto articolo 30, che affida l'attuazione del Piano all'ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane (di seguito ICE Agenzia);
- la legge del 27 dicembre 2019, n. 160, recante il bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2020 e bilancio pluriennale per il triennio 2020-2022, che ha rifinanziato la realizzazione delle attività di cui all'art. 30 del Decreto-Legge 12 settembre 2014, n. 133, con uno stanziamento complessivo per l'anno 2020 pari a 126 milioni di euro;
- l'art. 28 comma 3 del Decreto Legge 30 dicembre 2019, n. 162 convertito, con modificazioni, nella Legge n. 8 del 20 febbraio 2020, che stabilisce l'incremento di 6,5 milioni di euro per l'anno 2020 per le risorse del Piano per la promozione straordinaria del Made in Italy e l'attrazione degli investimenti in Italia, di cui all'articolo 30, comma 1, del decreto-legge 12 settembre 2014, n.133, convertito, con modificazioni, dalla legge 11 novembre 2014, n.164;
- le indicazioni strategiche e programmatiche per l'attività promozionale pubblica 2020, emanate dalla Cabina di Regia per l'internazionalizzazione tenutasi il 20 dicembre 2019, di cui al relativo verbale conclusivo, sulla cui base è definito il presente Piano;



- il Decreto del Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale 11 maggio 2020, n. 3600/939 – di seguito DI – che, d'intesa con il Ministro dello Sviluppo Economico e con il Ministro delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, ha destinato i fondi alle diverse azioni previste dal Piano per la promozione straordinaria del Made in Italy e l'attrazione degli investimenti in Italia 2020.

### CONSIDERATO CHE

- il predetto DI 11 maggio 2020, n. 3600/939 prevede che l'ICE-Agenzia realizzi i programmi del Piano 2020;
- non sono ancora definite le modalità di gestione di parte degli interventi di cui al punto i) del medesimo decreto, in particolare delle attività finalizzate all'emissione di un bando voucher "Temporary Export Manager" (TEM), per il valore complessivo di 2 milioni di euro;

### SI CONVIENE QUANTO SEGUE

#### Articolo 1 - Oggetto

1. L'ICE-Agenzia attua i programmi di cui alla presente Convenzione, per un valore complessivo di 130,5 milioni di euro, a valere sullo stanziamento del capitolo 7959 dello stato di previsione del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale per l'anno 2020.
2. Il Ministero si impegna a trasferire i relativi fondi all'ICE-Agenzia che si impegna, a sua volta, a realizzare le attività come approvate dal Ministero con le modalità indicate all'art. 2 e all'art. 4.

#### Articolo 2 – Gestione

1. L'ICE-Agenzia, sulla base dell'assegnazione a ciascuna tipologia d'intervento stabilita dall'art. 1 del DI citato, predispone i seguenti programmi per linea di intervento:

LETTERA	DESCRIZIONE	FONDI 2020
<i>a</i>	<i>Iniziative straordinarie di formazione e informazione sulle opportunità offerte dai mercati esteri alle imprese, in particolare piccole e medie (di cui al punto a) del comma 2 dell'art.30 del DL 133/2014)</i>	<b>6.400.000</b>
<i>b</i>	<i>Supporto alle più rilevanti manifestazioni fieristiche italiane di livello internazionale (di cui al punto b) del comma 2 dell'art.30 del DL 133/2014)</i>	<b>27.000.000</b>



<i>c</i>	<i>Valorizzazione delle produzioni di eccellenza, in particolare agricole e agroalimentari, e tutela all'estero dei marchi e delle certificazioni di qualità e di origine delle imprese e dei prodotti (di cui al punto c) del comma 2 dell'art.30 del DL 133/2014)</i>	<b>8.100.000</b>
<i>d</i>	<i>Sostegno alla penetrazione dei prodotti italiani nei diversi mercati, anche attraverso appositi accordi con le reti di distribuzione (di cui al punto d) del comma 2 dell'art.30 del DL 133/2014)</i>	<b>20.000.000</b>
<i>f</i>	<i>Realizzazione di campagne di promozione strategica per i prodotti agroalimentari sottoposti ad aumento di dazi e di contrasto al fenomeno dell'Italian sounding (di cui al punto f) del comma 2 dell'art.30 del DL 133/2014)</i>	<b>10.000.000</b>
<i>g</i>	<i>Sostegno all'utilizzo degli strumenti di e-commerce da parte delle piccole e medie imprese (di cui al punto g) del comma 2 dell'art.30 del DL 133/2014)</i>	<b>11.000.000</b>
<i>h</i>	<i>Realizzazione di tipologie promozionali innovative per l'acquisizione e la fidelizzazione della domanda dei mercati esteri (di cui al punto h) del comma 2 dell'art.30 del DL 133/2014)</i>	<b>31.000.000</b>
<i>i</i>	<i>Rafforzamento organizzativo delle start up nonché delle micro, piccole e medie imprese, in particolare attraverso l'erogazione di contributi a fondo perduto in forma di voucher (di cui al punto i) del comma 2 dell'art.30 del DL 133/2014)</i>	<b>7.000.000</b>
<i>l</i>	<i>Sostegno ad iniziative di promozione delle opportunità di investimento in Italia, nonché di accompagnamento e assistenza degli investitori esteri (di cui al punto l) del comma 2 dell'art.30 del DL 133/2014).</i>	<b>3.500.000</b>
<i>l-bis</i>	<i>Sostegno alle micro e piccole imprese per la partecipazione ai bandi europei ed internazionali (di cui al punto l bis) del comma 2 dell'art.30 del DL 133/2014).</i>	<b>3.500.000</b>



Riserva	Fondo per attività strategiche	€ 3.000.000
---------	--------------------------------	-------------

per un valore complessivo di **130,5 milioni di euro**.

2. L'ICE-Agenzia nella realizzazione di ciascun programma ricorre all'applicazione delle modalità previste nelle Linee-Guida per la concessione di contributi, a suo tempo approvate dal CdA dell'Ente.
3. I fondi eventualmente non utilizzati incrementano il fondo di riserva, costituito in base all'articolo 1, comma 2, del decreto interministeriale del 25 luglio 2016 citato nelle premesse, a cui l'ICE Agenzia potrà attingere per strutturare modifiche o integrazioni al Piano a seguito di eventuali esigenze sopravvenute, previa richiesta ed approvazione da parte del Ministero degli affari esteri e della cooperazione internazionale. Il fondo di riserva è utilizzabile fino al 31 dicembre 2022.
4. I programmi che verranno realizzati, suddivisi per linee di intervento, dovranno rispondere agli obiettivi ed alle azioni descritte e dettagliate nell'allegato 1.
5. Una quota pari al 3% sullo stanziamento è ammessa forfetariamente a titolo di costi di gestione.
6. Nella predisposizione dei progetti e/o iniziative l'ICE-Agenzia dovrà evidenziare gli indicatori di efficienza ed efficacia con cui valutare l'attività.
7. Nello svolgimento delle attività di cui alla presente Convenzione ICE-Agenzia dovrà sempre evidenziare il ruolo svolto dal Ministero quale promotore e finanziatore del Piano per la promozione straordinaria del Made in Italy e l'attrazione degli investimenti in Italia per l'anno 2020.
8. ICE-Agenzia assicura una **preventiva** informazione delle Regioni sui programmi previsti, approvati e in corso di realizzazione, anche **al fine di consentire** azioni da cofinanziare ai sensi dell'articolo 4, commi 2 e 3 del DI 11 maggio 2020, n. 3600/939. A tale fine, il Ministero promuove l'organizzazione di incontri periodici, preferibilmente con modalità telematica, con le Regioni per la condivisione di proposte e per lo scambio di informazioni sulle attività in corso di predisposizione o di attuazione.

### Articolo 3 – Finanziamento

1. La copertura finanziaria della presente Convenzione, per l'ammontare complessivo di 130,5 milioni di euro, è assicurata a valere sullo stanziamento iscritto nel Capitolo 7959 del bilancio del Ministero per l'anno 2020;
2. Per l'avvio dei programmi il Ministero – dopo l'approvazione della presente Convenzione con



apposito DDG – ordina il pagamento di una quota del finanziamento pari a 104,4 milioni di euro pari all'80% dello stanziamento complessivo.

3. Successivamente, previa trasmissione della relazione illustrativa delle attività realizzate e dei costi sostenuti, l'ICE- Agenzia può richiedere il pagamento di ulteriori quote fino alla concorrenza del 90% del valore della Convenzione.
4. L'erogazione del saldo avviene, su richiesta dell'ICE-Agenzia a conclusione della totalità dei programmi previsti, a fronte della presentazione di una relazione finale sull'attività svolta con indicazione del totale dei costi sostenuti. La documentazione giustificativa resta presso la sede dell'Agenzia a disposizione del Ministero per i relativi controlli a campione.
5. Ugualmente, le risorse confluite nel fondo "unico" di riserva sono trasferite, su richiesta dell'ICE, fino alla concorrenza del 90% del valore del Fondo stesso, mentre l'erogazione del saldo avviene, su richiesta dell'ICE-Agenzia a conclusione della totalità dei programmi previsti, a fronte della presentazione di una relazione finale sull'attività svolta con indicazione del totale dei costi sostenuti. La documentazione giustificativa resta presso la sede dell'Agenzia a disposizione del Ministero per i relativi controlli a campione.
6. I fondi saranno accreditati sul conto di Tesoreria centrale n. 25049, intestato a ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane.

#### **Articolo 4 – Monitoraggio**

1. Al fine di monitorare l'avanzamento realizzativo dei programmi, l'ICE-Agenzia trasmette alla competente Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese del Ministero, con cadenza semestrale, i dati relativi a:
  - a) spesa effettiva:
    - ripartizione della spesa tra i programmi;
    - ripartizione della spesa per settori;
    - ripartizione della spesa per Paesi e/o aree geo-economiche;
  - b) numero delle imprese partecipanti ai progetti e/o iniziative di cui al comma 5 del precedente art. 2. A richiesta del Ministero, l'ICE-Agenzia fornirà i dati anagrafici delle predette aziende, suddivise per settore e per tipologia di iniziativa.
2. Per favorire l'esecuzione delle attività del "Piano per la promozione straordinaria del made in Italy e misure per l'attrazione degli investimenti per l'anno 2020" viene istituito un "comitato di monitoraggio" composto da: due membri della Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese del MAECI, fra cui il Direttore Generale pro-tempore della Direzione Generale medesima, che lo presiede; due membri designati dal Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale fra i componenti degli uffici di diretta collaborazione; un membro in rappresentanza dell'Agenzia-ICE. Il comitato è nominato con decreto del Direttore Generale per la Promozione del Sistema Paese del MAECI e rimane in carica per l'intera durata della presente convenzione. Il



comitato dà impulso alla realizzazione del Piano, esamina l'attuazione delle azioni da realizzare, monitora il raggiungimento degli obiettivi e coordina la comunicazione relativa alle azioni da realizzare. L'attività di monitoraggio si estende anche alle iniziative realizzate da ICE-Agenzia a valere su fondi relativi a precedenti Convenzioni per la realizzazione del Piano. Il comitato di monitoraggio si riunisce con cadenza bimestrale e quando la maggioranza dei componenti lo richieda. I membri del comitato svolgono la propria attività a titolo gratuito.

3. In corso di esercizio, per eventuali esigenze sopravvenute, possono essere effettuate modifiche alle caratteristiche degli interventi dei programmi (linee di intervento) e dei progetti nonché compensazioni di costi anche tra le diverse linee di intervento, sulla base di motivata richiesta di ICE-Agenzia, previa approvazione da parte della competente Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese del Ministero. Non sono ammesse modifiche riguardanti i fondi destinati alle azioni di cui al comma 2, lettere c) ed f) dell'articolo 30 del decreto-legge 12 settembre 2014, rivolte al settore agricolo ed agro-alimentare.
4. Il Ministero può incaricare propri dipendenti di svolgere missioni ispettive allo scopo di vagliare la rispondenza dell'attività svolta alle modalità e agli obiettivi dell'iniziativa, fino alla concorrenza dello 0,3% del valore complessivo della presente Convenzione.

#### **Articolo 5 - Termini di validità**

1. La presente Convenzione, la cui validità decorre dal momento della sua sottoscrizione, è efficace a partire dalla registrazione da parte dell'Organo di Controllo.
2. Ai fini della realizzazione delle attività, la presente Convenzione è valida fino al 31 dicembre 2022, data entro cui devono anche essere presentate le relazioni finali sull'attività di cui al comma 4 del precedente articolo 3.
3. Eventuali proroghe della validità del presente provvedimento, a fronte di specifiche richieste dell'ICE-Agenzia, sono approvate con decreto del Direttore Generale della Direzione competente del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale.

Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione  
Internazionale

Il Direttore Generale  
per la promozione del  
Sistema Paese  
Amb. Lorenzo Angeloni

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

Il Direttore Generale  
Dott. Roberto Luongo



*Ministero degli Affari Esteri  
e della Cooperazione Internazionale*

*(Documento sottoscritto con firma digitale ai sensi del  
D.Lgs. n. 82 del 7 marzo 2005 e successive modifiche)*



**ITALIAN TRADE AGENCY**

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

*(Documento sottoscritto con firma digitale ai sensi del  
D.Lgs. n. 82 del 7 marzo 2005 e successive modifiche)*

**PIANO PER LA PROMOZIONE STRAORDINARIA DEL MADE IN ITALY E MISURE PER  
L'ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI – ANNO 2020  
AI SENSI DELL'ART. 30 DEL DL 133/2014.**

**LINEE DI INTERVENTO**

- A) Iniziative straordinarie di formazione e informazione sulle opportunità offerte dai mercati esteri alle imprese, in particolare piccole e medie
- B) Supporto alle più rilevanti manifestazioni fieristiche italiane di livello internazionale
- C) Valorizzazione delle produzioni di eccellenza e tutela all'estero dei marchi e delle certificazioni di qualità e di origine delle imprese e dei prodotti
- D) Sostegno alla penetrazione dei prodotti italiani nei diversi mercati, anche attraverso appositi accordi con le reti di distribuzione
- F) Realizzazione di campagne di promozione strategica per i prodotti agroalimentari sottoposti ad aumento di dazi e di contrasto al fenomeno dell'*Italian sounding*
- G) Sostegno all'utilizzo degli strumenti di *e-commerce* da parte delle piccole e medie imprese
- H) Realizzazione di tipologie promozionali innovative per acquisizione e fidelizzazione della domanda nei mercati esteri
- I) Rafforzamento organizzativo delle *startup* nonché delle micro, piccole e medie imprese, in particolare attraverso l'erogazione di contributi a fondo perduto in forma di *voucher*
- L) Sostegno ad iniziative di promozione delle opportunità d'investimento in Italia, nonché di accompagnamento e assistenza degli investitori esteri.
- L bis) Sostegno a micro- e piccole imprese per la partecipazione ai bandi europei ed internazionali

*Si evidenzia che tutte le linee evidenziate sopra sono dedicate in toto o in parte ai beni di consumo rappresentando una parte preponderante del piano. Sarebbe opportuno dedicare maggiore attenzione anche ad altre filiere rilevanti nell'economia del paese es. beni industriali che vede moltissime PMI in sofferenza.*

## **A) Iniziative straordinarie di formazione e informazione sulle opportunità offerte dai mercati esteri alle imprese, in particolare piccole e medie**

### **OBIETTIVI**

Più efficace comunicazione degli strumenti a sostegno dell'internazionalizzazione per facilitare l'incremento del numero di imprese stabilmente esportatrici.

Predisposizione di percorsi formativi, soprattutto digitali, personalizzati per le aziende che intendono affacciarsi per la prima volta sui mercati esteri.

### **AZIONI**

- Realizzazione di un “e-book” sull'internazionalizzazione a beneficio di PMI non ancora familiari con gli strumenti di sostegno all'export.
- Realizzazione di una piattaforma integrata di informazione ed accompagnamento per le PMI sugli strumenti ed incentivi per l'internazionalizzazione forniti dai vari soggetti della Cabina di Regia per l'Italia internazionale. In prospettiva, creazione di “e-desk” in grado di guidare - con uso di sistemi di intelligenza artificiale - le PMI nella selezione e scelta degli strumenti più idonei al proprio percorso di internazionalizzazione.
- Azioni di formazione a favore delle PMI per favorire l'accesso alla GDO.
- Azioni di formazione a favore delle PMI per migliorarne la capacità di utilizzare le piattaforme digitali.
- Webinar geografici dedicati a settori/mercati prioritari, in collaborazione con rete diplomatico-consolare e uffici ICE all'estero.
- Webinar tematici dedicati agli strumenti previsti dal Piano Straordinario 2020 ed in particolare dalla strategia di internazionalizzazione “post-covid19”.
- Moduli formativi digitali gratuiti a favore delle PMI, organizzati in collaborazione anche con il mondo universitario su temi prioritari quali:
  - commercio digitale;
  - futuro del sistema fieristico;
  - ruolo della finanza agevolata;
  - gare internazionali;
  - nuovo ruolo di SACE;
  - protezione della proprietà intellettuale e lotta alla contraffazione.
- Organizzazione di una giornata di riflessione, aperta al mondo imprenditoriale, accademico e della ricerca, sui processi e gli strumenti a supporto dei percorsi di internazionalizzazione delle PMI.
- Nel contesto del Piano speciale per l'Africa, rafforzamento delle attività di formazione previste dai progetti “Lab Innova Africa” (formazione di giovani manager africani sulle tecnologie italiane per promuovere partenariato commerciale e joint venture) e “Africa business Lab” (percorso integrato di accompagnamento delle PMI italiane sui mercati dell'Africa Sub-sahariana). **Si sottolinea l'esigenza di un collegamento con le attività in corso di cooperazione decentrata.**
- Realizzazione, laddove possibile, delle Missioni di Sistema previste dal documento conclusivo della cabina di regia per l'Italia Internazionale del 20 dicembre 2019.
- Prosecuzione dei Flying Desk ICE, con un team di professionisti pronti a formare le aziende sul territorio, per guidare le PMI nel percorso di internazionalizzazione, **in raccordo con analoghe azioni che le Regioni realizzano sui territori**

## **B) Supporto alle più rilevanti manifestazioni fieristiche italiane di livello internazionale**

### **OBIETTIVI**

Incrementare la partecipazione di *buyer* stranieri alle principali manifestazioni fieristiche in Italia, nonché la partecipazione straniera in termini di acquisto di spazi espositivi.

Migliorare l'offerta fieristica italiana nei confronti dei sistemi stranieri più concorrenziali (principalmente tedeschi, francesi, inglesi), che possono contare su economie di scala maggiori.

### **AZIONI**

- Studio su miglioramento delle modalità di attrazione dei *buyer* alle manifestazioni fieristiche in Italia; programmi speciali per l'attrazione di categorie più ampie di visitatori qualificati (oltre a *buyer*, anche stampa, influencer, opinion leader);
- Analisi comparata con il sistema fieristico tedesco, per valorizzare il posizionamento del maggior numero di fiere italiane nel novero di quelle leader a livello europeo o mondiale.
- valorizzazione negli eventi fieristici della partecipazione delle start-up e delle PMI innovative, con spazi dedicati per ottimizzarne la visibilità e rendere più efficace l'interazione con gli operatori stranieri.
- azioni di supporto con apposito piano di comunicazione sui media nazionali e internazionali, *incoming* di *buyer*, inviti a stampa straniera, organizzazione di eventi collaterali con coinvolgimento dei territori e dei marchi più prestigiosi del "Made in Italy".
- Supporto alla digitalizzazione del sistema fieristico, anche attraverso la creazione di fiere virtuali per allargare il bacino di utenza dei visitatori delle manifestazioni italiane a carattere internazionale.
- Organizzazione di "mini-fiere", come vetrina/anticipazione di appuntamenti fieristici rinviati
- Campagna di comunicazione strategica del calendario fieristico italiano collegata alla promozione dei territori, mostre ed eventi culturali che coincidono con il calendario fieristico
- Fiere "di filiera", capaci di sfruttare "adiacenze utili" come tessile/moda; meccanica/lavorazione del legno/design; valorizzazione del territorio/agro-alimentare/turismo/*automotive*;
- Incentivi all'aggregazione sistemica di poli fieristici nazionali, con calendari e attività condivisi.

**C) Valorizzazione delle produzioni di eccellenza, in particolare agricole e agroalimentari, e tutela all'estero dei marchi e delle certificazioni di qualità e di origine delle imprese e dei prodotti**

**OBIETTIVI**

Sostegno ai prodotti alimentari e vitivinicoli italiani, con focus speciale su quelli DOP/IGP, anche in ottica del rafforzamento del “Made in Italy” successivo alla fase acuta di espansione del coronavirus.

**AZIONI**

- Campagne di comunicazione su canali audiovisivi e digitali per valorizzare le eccellenze agricole ed agroalimentari italiane.
- Utilizzo di approcci innovativi (es.: blockchain) per favorire la tracciabilità dei prodotti dell'agro-alimentare italiano, anche in funzione di contrasto al fenomeno dell'”Italian sounding”.
- Promozione di diverse tipologie di attività finalizzate a promuovere la presenza italiana presso alcune delle più significative manifestazioni fieristiche straniere del food&wine e a potenziare l'immagine del *made in Italy* e la conoscenza dei prodotti agroalimentari italiani all'estero.

## **D) Sostegno alla penetrazione dei prodotti italiani nei diversi mercati, anche attraverso appositi accordi con le reti di distribuzione**

### **OBIETTIVI**

Incremento della presenza delle produzioni italiane di qualità nelle catene della Grande Distribuzione Organizzata su scala globale, inclusi i mercati emergenti, anche in ottica del rafforzamento del “Made in Italy” successivo alla fase acuta di espansione del coronavirus.

Ampliamento del numero di intese da sottoscrivere con le più importanti catene operanti su tutti i mercati. Incremento del novero di prodotti *made in Italy*, soprattutto di aziende non presenti e di medio-piccole dimensioni, ricompresi nelle intese già sottoscritte.

### **AZIONI**

- Ampliamento numerico e quantitativo degli accordi con la Grande Distribuzione Organizzata (GDO), da estendere ad un novero più ampio di Paesi.
- Ampliamento della gamma di prodotti di qualità “Made in Italy” su ogni rete distributiva prescelta.
- rinnovo di alcuni degli accordi di maggior successo (Giant Eagle, Walmart e HEB negli USA; Hema e Suning e Carrefour in Cina; Biedronka in Polonia). Finalizzazione di accordi con nuovi soggetti, come ad esempio il gruppo Hyundai in Corea del Sud; Galeries Lafayette in Francia; la Federazione dei Supermercati in Giappone. Più in generale, si continueranno ad esplorare nuove opportunità con le GDO a livello globale, sia nei mercati avanzati, sia nei mercati in via di sviluppo.
- Promozione di campagne rivolte a decisori ed *opinion maker* a sostegno della dieta mediterranea e dei prodotti ivi utilizzati, come pure del sistema di etichettatura nutrizionale adottato dall’Italia.

**F) Realizzazione di campagne di promozione strategica per i prodotti agroalimentari sottoposti ad aumento di dazi e di contrasto al fenomeno dell'Italian sounding**

**OBIETTIVI**

Mantenimento delle quote di mercato delle eccellenze agroalimentari italiane nei Paesi sottoposti ad aumento di dazi, attraverso la valorizzazione dell'immagine e della qualità del prodotto italiano. Rafforzamento del "Made in Italy" agroalimentare nel periodo successivo alla fase acuta di espansione del coronavirus.

**AZIONI**

- Promozione di iniziative di formazione e fidelizzazione di categorie professionali direttamente coinvolte nell'orientamento delle scelte di consumo di prodotti italiani di qualità (responsabili *food & beverage* delle grandi catene alberghiere/*sommelier/influencer*).
- Realizzazione di campagne di sensibilizzazione e di pubblicità tramite i tradizionali mezzi di comunicazione, ma con un forte coinvolgimento anche di *social network, blog e influencer*.
- Potenziamento della Settimana della cucina italiana nel mondo e sviluppo di una app specifica per la promozione del *made in italy* nel mondo.

## **G) Sostegno all'utilizzo degli strumenti di e-commerce da parte delle piccole e medie imprese**

### **OBIETTIVI**

Incremento del numero di aziende italiane presenti nei *market place* digitali.

Incremento del numero di intese con le principali piattaforme digitali di carattere strategico in grado di operare sui più importanti mercati internazionali. Rafforzamento del “Made in Italy” e della presenza italiana sulle piattaforme digitali nel periodo successivo alla fase acuta di espansione del coronavirus.

Diversificazione degli strumenti per incentivare e facilitare l'ingresso delle PMI in ambiente digitale.

### **AZIONI**

- Formazione digitale *on-line* per le PMI;
- Intese con intermediari digitali che favoriscano l'accesso delle PMI a piattaforme internazionali
- Assistenza alle PMI per l'accesso a piattaforme minori, ma molto popolari in mercati prioritari (es: India);
- Realizzare su base pluriennale investimenti promozionali strutturali in grado di presidiare i canali digitali ed intercettare il forte incremento della domanda previsto sulle piattaforme di *e-commerce*, attraverso lo sviluppo di collaborazioni con catene di distribuzione digitale e marketplace globali.
- Ampliamento degli accordi di partnership con i principali player del commercio digitale. Tali accordi hanno consentito la diffusione dell'offerta italiana, in particolare nei mercati USA, Cina ed Europa, attraverso piattaforme quali Amazon, Ocado, Yoox, Alibaba, Cofco.
- Proseguire tale strategia espandendo la collaborazione con Amazon anche al Giappone e all'India - dove si valuterà anche una partnership alternativa con Flipkart - oltre ad attivare nuovi canali digitali sul mercato cinese (in particolare WeChat e JD.com). Sono già in corso trattative per valutare le opportunità offerte da altri *marketplace* digitali (Zalando in Europa, G-Market in Corea del Sud, Monopoli di Stato in Canada).
- Creazione di piattaforme di marketplace specificamente rivolte all'interlocuzione B2B su settori italiani innovativi e ad alta tecnologia, soprattutto in considerazione della necessità a seguito della crisi epidemiologica da Covid 19, di una rivisitazione delle supply chain anche in termini geografici.

## **H) Realizzazione di tipologie promozionali innovative per l'acquisizione e la fidelizzazione della domanda dei mercati esteri**

### **OBIETTIVI**

Fidelizzazione della domanda estera tramite iniziative di varia tipologia su un ventaglio di aree geografiche a beneficio dei principali settori dei beni di consumo, della tecnologia industriale e del F&B, comparti strategici della bilancia commerciale nazionale. Azioni che consentano un rafforzamento di visibilità dei prodotti del "Made in Italy" sui principali Paesi nel periodo successivo alla fase acuta di espansione del coronavirus.

### **AZIONI**

- massiccio intervento, allorché reso possibile dalla fine dell'emergenza in corso, su tutte le aree geografiche, presidiando i principali eventi fieristici settoriali consolidati, con numerose azioni a supporto delle imprese italiane, molto richieste dalle associazioni di categoria e dal mondo delle PMI nel suo complesso. Tali interventi includono anche partecipazioni collettive a carattere nazionale, seminari e workshop, missioni imprenditoriali, incoming di operatori stranieri ed altre modalità di promozione del Made in Italy.
- Particolare focus in favore della promozione delle start-up italiane, selezionate sulla base delle prospettive di *scale up* delle singole aziende sui mercati individuati e dei settori più innovativi della tecnologia italiana (aerospazio, ambiente, nanotecnologie) che assorbono circa il 50% dei fondi della linea.
- Vista la complessa situazione epidemiologica a livello globale, sono stati previsti interventi a sostegno dell'imprenditoria nazionale a cominciare dai mercati cosiddetti tradizionali/"maturi" che pur tuttavia rappresentano quote rilevanti dell'export italiano, per esempio: Germania, Francia, Regno Unito, USA, etc.  
L'azione promozionale si svilupperà soprattutto nei settori ad alta innovazione tecnologica.
- Il supporto alle start up nazionali avverrà anche attraverso un consistente piano di azioni promozionali all'estero, focalizzati in paesi più avanzati quali USA, Regno Unito, Israele, Giappone, etc e nei settori high-tech (IA, cybersecurity, robotica, aerospazio, cloud computing, ITC, etc.)

**I) Rafforzamento organizzativo delle start up nonché delle micro, piccole e medie imprese, in particolare attraverso l'erogazione di contributi a fondo perduto in forma di voucher**

**OBIETTIVO**

Ridurre le difficoltà strutturali e i costi di accesso ai mercati esteri per PMI e *start up*.

**AZIONI**

- Con l'ottica di potenziare i programmi formativi, si prevede di realizzare la seconda edizione del *Global Start Up Program* con misure mirate al sostegno delle imprese innovative italiane e con un numero crescente di *start up* partecipanti.
- Creazione di collaborazioni con i principali Innovation center all'estero, per permettere alle start up italiane di entrare in contatto con un maggior numero di investitori esteri di qualità

*Le azioni descritte appaiono rivolte esclusivamente alle start up mentre non sono esplicitate quali siano le azioni a favore delle PMI*

## **L) Sostegno ad iniziative di promozione delle opportunità di investimento in Italia, nonché di accompagnamento e assistenza degli investitori esteri**

### **OBIETTIVI**

Incremento degli investimenti esteri in Italia attraverso una serie di misure finalizzate alla promozione delle opportunità-paese, all'assistenza tecnica all'operatore estero ed al suo stabile radicamento sul territorio, **da svolgersi in collaborazione con le Regioni.**

Potenziamento della rete dei "Desk attrazione Investimenti Esteri" all'estero

### **AZIONI**

- Sviluppo di una app per migliorare la facilità di accesso a tutte le informazioni sulle opportunità di investimento in Italia agli operatori esteri.
- Proseguimento dell'attività dei "Desk Attrazione Investimenti Esteri" all'estero, con il compito di acquisire informazioni sull'esistenza di potenziali investitori esteri, sviluppare conoscenza delle opportunità di investimento sul mercato italiano, seguire in loco i primi contatti con gli investitori che hanno manifestato interesse ad investire in Italia e supportarli nella fase di *due diligence* e curare le attività promozionali di attrazione investimenti esteri nei propri Paesi di competenza.
- Continuazione, quando nuovamente possibile, dei Roadshow "Invest in Italy", che comprendono attività di promozione delle ZES all'estero, il finanziamento della Vetrina Web per l'offerta di *asset* immobiliari pubblici e la partecipazione alle principali fiere del settore, nonché la realizzazione di materiali informativi finalizzati ad attrarre investimenti esteri.
- **Prosecuzione dell'attività di accompagnamento dell'ICE al sistema delle Regioni mediante la programmazione congiunta di attività con la Conferenza delle Regioni in materia di attrazione degli investimenti esteri.**
- **Ricerca/invito ospitalità di investitori stranieri in occasione delle manifestazioni in Italia**

## **L bis) Sostegno a micro- e piccole imprese per la partecipazione ai bandi europei ed internazionali**

### **OBIETTIVI**

Incremento del numero di aziende italiane partecipanti ai bandi finanziati dalla Commissione Europea e dagli Organismi Internazionali (Agenzie ONU; Banche multilaterali di Sviluppo) e della relativa acquisizione di contratti.

### **AZIONI**

- Ampliamento dei desk ICE presso le Banche Multilaterali di Sviluppo come interfaccia con le aziende italiane interessate ai bandi di gara e come alimentatori della piattaforma EXTENDER del MAECI, dedicata alla diffusione di *early warnings* e bandi di gara internazionali.
- Inserimento di figure professionali di *procurement officer* negli uffici ICE nei Paesi di maggior interesse per l'export italiano, oggetto peraltro di appositi "piani industriali".
- Realizzazione sul territorio nazionale dell'edizione 2.0 del programma "In gara con noi – Tender Lab" di accompagnamento delle PMI alle gare internazionali, la cui prima edizione nel 2018 è stata ideata e finanziata dal MAECI e realizzata con ICE-Agenzia. In tale ambito verranno sviluppate attività formative sui contenuti dei bandi e sulle tecniche di progettazione e stesura delle risposte ai bandi di gara.
- Apertura di uno sportello permanente di assistenza in Italia, rivolto specificatamente alle PMI, sulla predisposizione della documentazione di gara.