

ALL. A)



**PROGRAMMA REGIONALE PER
L'INTERNAZIONALIZZAZIONE
2023/2025**



REGIONE ABRUZZO
SVILUPPO ECONOMICO

INTRODUZIONE ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE

PROMOZIONE INTERNAZIONALE

Le Regioni e le Province Autonome sono i soggetti istituzionali che, prima ancora di essere formalmente titolate ai sensi della Costituzione, si qualificano quali portatori dei fabbisogni dei territori, ne guidano i processi, ne colgono le vocazioni, le specificità, le potenzialità e criticità da cui spesso dipende, a ben vedere, il successo o l'insuccesso di molte iniziative dello Stato e della stessa capacità e immagine dell'Italia nel mondo.

Risulta di estrema l'importanza la collaborazione delle Regioni affinché le relazioni con i molteplici soggetti istituzionali che governano la materia tendano alla costruzione di reti organizzative finalizzate ad "allacciare" i territori, ottimizzare l'uso delle risorse, enfatizzare le specificità disponibili, vocazioni ed eccellenze locali che possano divenire valore aggiunto in aggregazione, costruendo alleanze tra territori.

Considerando l'approvazione dei nuovi programmi UE 2021-2027 e gli interventi previsti in attuazione del PNRR che vedono le Regioni quali principali interlocutori, è fondamentale evitare duplicazioni e garantire una fattiva integrazione degli strumenti per far crescere e sostenere le imprese nel loro processo di Internazionalizzazione. Onde permettere un'azione sinergica si rende, pertanto, sempre più necessario un rafforzamento della governance dell'Internazionalizzazione per una maggiore condivisione delle iniziative messe in campo a livello nazionale. Condivisione che potrà permettere in particolare una maggiore integrazione degli interventi attivati tramite SIMEST con la legge 394/84 con gli interventi regionali di sostegno alle imprese.

Da qui la necessità di introdurre, a valle dell'approvazione del documento annuale 2023 conclusivo della Cabina di Regia in seno alla Conferenza delle Regioni, reali meccanismi di condivisione dei programmi messi in atto da ICE-Agenzia nell'ambito del Piano Made in Italy ai fini di rendere maggiormente sinergiche le reciproche programmazioni nonché consentire la definizione di azioni comuni da co-finanziare. Ciò in attuazione dell'art. 5 del decreto interministeriale concernente il Piano triennale 2022-2024 di riparto del Fondo per la promozione degli scambi e l'Internazionalizzazione delle imprese di cui all'intesa espressa nella Conferenza Stato-Regioni del 2 marzo 2022.

In questo senso, occorre lavorare per un rafforzare il Partenariato ICE-Regioni a sostegno della promozione delle MPMI anche attraverso la definizione di progetti interregionali condivisi riferiti ai principali asset strategici nazionali (beni di lusso, casa/arredo, nautica, aerospazio...) su specifiche aree/Paesi, attivando il cofinanziamento addizionale regionale.

Con riguardo all'orizzonte 2023, la Conferenza delle Regioni (Rif. 23/12/CR7b/C11) ha chiesto un maggiore coinvolgimento delle Regioni per:

- Promozione e il sostegno a sistemi/filiere produttivi: anche in relazione all'avvio della nuova programmazione comunitaria 21-27 è necessaria una più stretta correlazione tra l'Internazionalizzazione e l'innovazione per le filiere che godono di un posizionamento saldo sui mercati internazionali ed emergenti. Puntare su proposte progettuali provenienti dalle Regioni per la costruzione ed il rafforzamento anche su base nazionale e internazionale di filiere lunghe, in stretta coerenza con i settori chiave della specializzazione produttiva dei territori e sulla spinta degli obiettivi della transizione digitale ed ecologica definiti nel PNRR e degli obiettivi ONU 2030;

- Missioni internazionali: valorizzare ancor più un approccio “bottom-up”, affinché eventuali iniziative internazionali nate da sensibilità e peculiarità regionali (o interregionali) vengano condivise e sostenute istituzionalmente a livello nazionale. Andrà garantito un maggior raccordo nelle relazioni fin dalla fase di progettazione dei vari eventi e di condivisione delle informazioni, in modo tempestivo e anticipato che garantisca la programmazione delle iniziative di supporto a livello locale che amplino la platea delle aziende che partecipano alle missioni internazionali.
- Fiere internazionali: prevedere, per la partecipazione alle fiere internazionali all'estero, momenti di condivisione con il sistema unitario delle Regioni per assicurare un coinvolgimento fattivo dei territori e consentire l'attivazione di economie di scala e di scopo nella copertura degli spazi fieristici. In tal senso si potrebbero definire quote territoriali per agevolare una maggiore partecipazione delle imprese - sia in forma singola che in modalità collettiva - alle fiere internazionali all'estero;
- Rafforzare la promozione congiunta e integrata Stato/Regioni, anche valorizzando quanto già presente sul portale export.gov.it, sperimentando nuovi percorsi promozionali per filiere/produzioni a livello sovra regionale con lo scopo di affacciarsi sui mercati internazionali con ulteriore solidità e efficacia. Prevedere inoltre materiale “corporate” modulare di presentazione del sistema Italia, che costituisca una solida base di partenza nella presentazione delle singole Regioni e definire un 'pacchetto tipo' di accompagnamento attivo al processo di Internazionalizzazione per singoli territori/ singole imprese, da mettere a disposizione delle Regioni per implementare azioni su misura (procedure di analisi dei mercati di riferimento territoriali/aziendali; metodi di valutazione dei prodotti territoriali/aziendali esportabili; canali di ricerca di nuovi distributori all'estero; approcci per l'individuazione di nuovi partner commerciali esteri);
- Proseguire gli sforzi intrapresi negli ultimi anni verso la digitalizzazione e l'ammodernamento del sistema economico, puntando sull'E-commerce e sulle nuove tecnologie, quali l'Intelligenza Artificiale.

LO STATO DELL'ARTE DEGLI INVESTIMENTI INTERNAZIONALI NEL MONDO, EUROPA E ITALIA

Investimenti internazionali nel mondo

- A livello mondiale, gli investimenti internazionali (di crescita organica) rimangono a livelli elevati dopo 40 anni di fortissima crescita
- La loro sensibilità alla congiuntura economica è elevata
- Le dinamiche « regionali » in termini di destinazioni degli investimenti esteri cambiano – tra le macro-aree mondiali e al loro interno
- Gli investimenti internazionali sono oggi estremamente eterogenei – in tutte le loro caratteristiche – origine, settore, funzione, dimensioni...
- Il « mercato » degli investimenti è quindi frammentato..., un mercato nel quale ogni territorio deve/può trovare il giusto posizionamento

Mondo – Attività/Funzioni

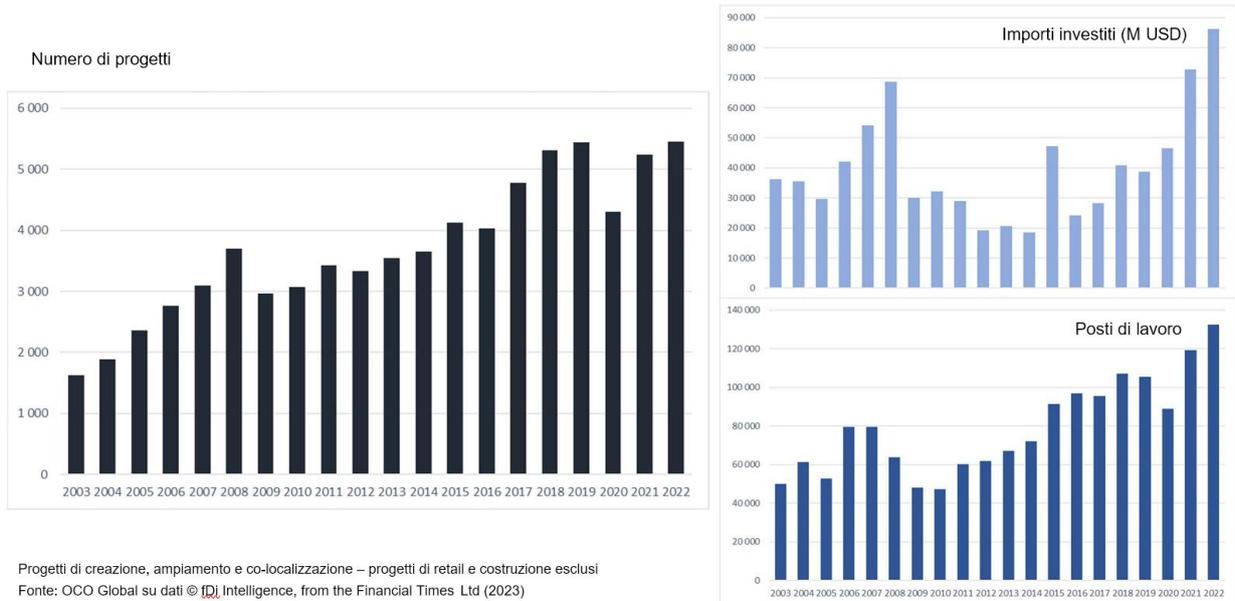
Destinazione (2020-23)	Sales, Mktg & Support	Retail	Logistics, & Distribution	Manufacturing	Research & Development	Tele-Services	Totale
Europa occidentale	40,8%	43,8%	45,2%	23,8%	36,8%	21,1%	36,9%
Europa centrale & orientale	5,2%	16,4%	14,5%	20,1%	13,5%	19,6%	10,6%
Nord America	14,3%	8,8%	13,0%	18,0%	13,1%	6,2%	14,0%
America Latina & Caraibi	6,0%	12,6%	7,4%	13,2%	6,0%	30,8%	8,0%
Asia-Pacifico	22,2%	8,3%	13,2%	17,0%	24,4%	15,6%	19,5%
Medio Oriente	7,8%	7,5%	3,1%	2,7%	4,7%	2,2%	6,9%
Africa	3,7%	2,6%	3,5%	5,2%	1,5%	4,5%	4,1%
Totale	12 064	4 304	3 052	5 851	3 606	578	46 628

Progetti di creazione, ampliamento e co-localizzazione
 Fonte: OCO Global su dati © [D] Intelligence, from the Financial Times Ltd (2023)

Investimenti internazionali in Europa occidentale

- L'attrattività dell'Europa occidentale è risalita dalla metà degli anni 2010, è rimasta ad un livello alto durante la crisi del 2020-21 ed ha fatto più che resistere alle turbolenze del 2022
- Il Regno Unito ha perso il 1° posto della classifica per numero di progetti, 2° dopo la Francia, davanti, di poco, alla Germania, ma...
- rimane 1° per numero di posti di lavoro, davanti alla Spagna...

Europa occidentale



Europa occidentale (progetti)

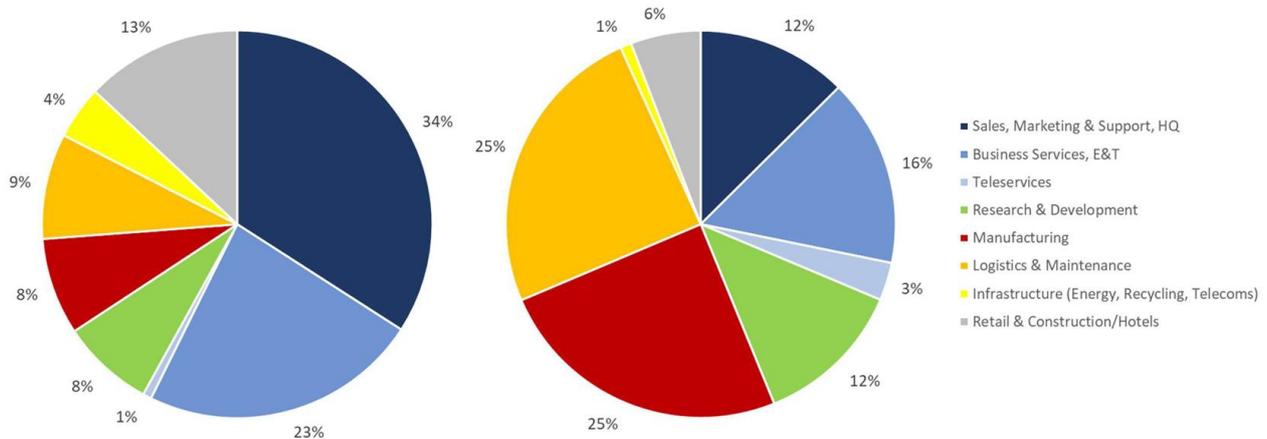


- La maggior parte degli investimenti destinati all'Europa occidentale è composta di progetti di attività terziarie immateriali
 - legati a competenze nei campi sales & marketing, finance, HR, IT... applicate a settori diversificati
- ma gli ultimi 5 anni sono anche stati segnati dall'emergere di nuovi tipi di progetti materiali di grande dimensione
 - prima logistici
 - con l'e-commerce (e Amazon), in declino dopo il picco del Covid, e
 - adesso industriali
 - nei settori auto, microelettronica, energie rinnovabili, scienze della vita...

Europa occidentale – Attività/Funzioni

Numero di progetti

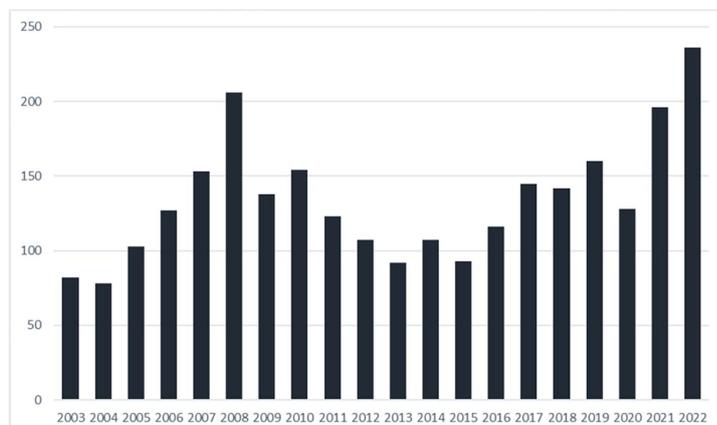
Posti di lavoro



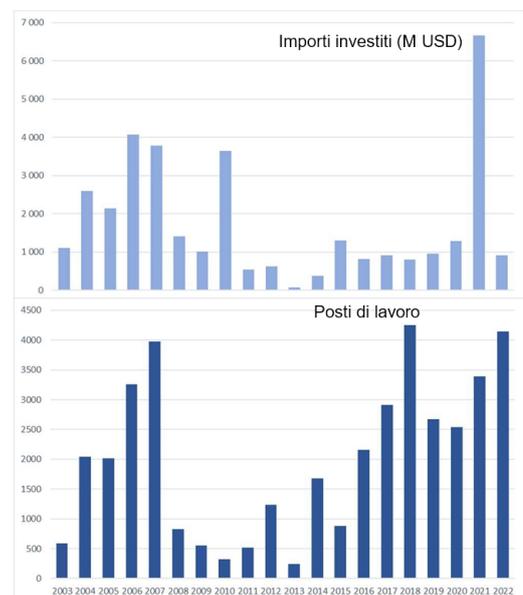
Progetti di creazione, ampliamento e co-localizzazione (2020-22)
 Fonte: OCO Global su dati © fDi Intelligence, from the Financial Times Ltd (2023)

Italia

Numero di progetti



Progetti di creazione, ampliamento e co-localizzazione – progetti di retail e costruzione esclusi
 Fonte: OCO Global su dati © fDi Intelligence, from the Financial Times Ltd (2023)



IL “MADE IN ITALY” PER LA VALORIZZAZIONE E SVILUPPO DELL’IMPRESA ITALIANA NEI SUOI DIVERSI AMBITI PRODUTTIVI – CONFERENZA STATO REGIONI (23/20/CR12b/C11)

COMMISSIONE X

(attività produttive, commercio e turismo della camera dei deputati)

Premessa di contesto

Il sistema economico italiano a partire dalla crisi finanziaria del 2008-2010 è stato messo a dura prova da un susseguirsi di eventi drammatici e non prevedibili, che ne hanno fortemente rallentato la ripresa e la crescita.

Le principali cause di tale flessione possono imputarsi alla crisi pandemica, all’attuale situazione di conflitto ucraino, nonché all’aumento straordinario dei costi energetici e delle materie prime che, unitamente alle difficoltà del loro reperimento e a fenomeni speculativi, spingono al rialzo l’inflazione ed impongono alle imprese la ricerca di forniture alternative con maggiori costi e incertezze di approvvigionamento.

Di conseguenza, la congiuntura economica negativa si è manifestata in tutte le filiere. In questo scenario globale, non sono stati risparmiati neanche i settori economici che negli ultimi anni hanno evidenziato le performances migliori e più resilienti. Tra di essi, infatti, quelli che hanno subito maggiori impatti negativi sono il turismo o settori ad esso riconducibili come il trasporto aereo, soprattutto con riferimento al segmento internazionale.

Sul fronte dell’export, nel periodo gennaio-novembre 2022, rispetto ai primi undici mesi dell’anno precedente, le esportazioni italiane segnano una crescita del 20,58% per un valore di 573 miliardi di euro ed un aumento anche in volume, seppur contenuto, dello +0,3%. Nel confronto con i principali partner europei, l’aumento delle esportazioni italiane nei primi dieci mesi del 2022 (+20,8%) è superiore a quello della Germania (+14,4%) e della Francia (+19,6%), mentre si mantiene leggermente inferiore a quello della Spagna (+23,6%). Guardando, tuttavia, ai saldi della bilancia commerciale nello stesso periodo, l’Italia registra un disavanzo di -33 miliardi a fronte di un disavanzo di circa -62 miliardi della Spagna.

Per quanto riguarda gli scenari di previsione, Oxford Economics stima una crescita del PIL mondiale del +1,3% nel 2023 e la domanda internazionale di beni e servizi in volume dovrebbe rallentare al +2,3% nel 2023. Secondo le ultime previsioni dell’Istat per il commercio estero, si prevede per 2023 un rallentamento del commercio mondiale che dovrebbe portare ad una frenata sia per le esportazioni (+2%) sia per le importazioni (+2,2%).

È su tale crinale che si gioca l’autonomia strategica dell’Europa, intesa quale adeguata capacità di reazione dinanzi ai sempre più frequenti shock sistemici e, in particolare, di quelli che incidono su robustezza e resilienza delle catene del valore, con la finalità di agire come un effettivo global player atto a bilanciare le singole leadership mondiali con la crescita e lo sviluppo dei commerci.

Negli ultimi anni si è assistito ad un accorciamento dell’estensione geografica delle catene del valore, anche per far fronte alle fragilità delle interdipendenze produttive e si registra un incremento del già elevato fenomeno del commercio mondiale riguardante i beni intermedi, mentre sul versante europeo vi sono ambiti di forte dipendenza extra-UE che rischiano di essere particolarmente critici laddove si tratta di materie prime di base.

Da questo punto di vista appare necessario definire un nuovo approccio, più complesso, articolato e integrato, di politica industriale strategica europea che contempli anche la gestione del rischio delle forniture, specialmente di quelle che incidono in maniera particolare sulla transizione digitale e green. E, sotto tale profilo, è palese come la gestione migliore delle catene del valore non possa limitarsi alla ricollocazione di produzioni estere nei singoli Paesi (*reshoring*) o all'avvicinamento dei fornitori strategici (*nearshoring*), ma vada impostata a livello europeo in modo strettamente collegato e integrato con le azioni dei singoli Stati membri, anche al fine di evitare che vi siano vantaggi solo per alcuni Paesi, acuendo di fatto le divisioni e le spinte competitive.

In tale quadro, le Regioni hanno definito le proprie strategie di sviluppo territoriale in perfetta coerenza con i Programmi UE su cui occorre concentrare anche con la nuova programmazione tutti gli sforzi in coerenza con le linee del PNRR. La nuova programmazione dei fondi comunitari 2021-2027 (con un pacchetto di risorse pari a 75,622 mld di euro tra risorse UE e cofinanziamento nazionale), ha infatti previsto la definizione di priorità in continuità con le precedenti strategie di specializzazione intelligente (S3). D'altra parte il Piano nazionale di ripresa e resilienza (PNRR) con i suoi 191,5 MLD di euro rappresenta un'opportunità imperdibile di sviluppo, investimenti e riforme - tra cui la semplificazione della legislazione, la promozione della concorrenza, la riforma della pubblica amministrazione - per rafforzare il sistema produttivo, modernizzare la pubblica amministrazione e intensificare gli sforzi nel contrasto alla povertà e alle disuguaglianze, con un'attenzione al riequilibrio territoriale del Mezzogiorno.

Riscontri alle linee di indagine e agli obiettivi

Con riferimento all'indagine conoscitiva promossa dalla Camera dei Deputati, le Regioni e le Province Autonome sono **i soggetti istituzionali** che, prima ancora di essere formalmente titolate ai sensi della Costituzione, si qualificano quali **portatori dei fabbisogni dei territori, ne guidano i processi, ne colgono le vocazioni, le specificità, le potenzialità e criticità da cui spesso dipende, a ben vedere, il successo o l'insuccesso di molte iniziative dello Stato e della stessa capacità e immagine dell'Italia nel mondo.** Ulteriore e specifico valore aggiunto, che ben può derivare da una stretta e puntuale collaborazione fra lo Stato e le Regioni, è dato dalla valenza dell'approccio e della visione trasversale nelle azioni e Programmazioni delle Regioni su molte filiere e aree di intervento strategico nazionale.

In questo senso, anche in coerenza con le conclusioni della Cabina di Regia per l'Italia internazionale dello scorso 16 febbraio, si fornisce un contributo di merito ad alcuni obiettivi dell'indagine conoscitiva, nei seguenti aspetti:

- **Analizzare i diversi comparti produttivi, approfondendo quelli di principale interesse nazionale**

Nell'ambito delle strategie finalizzate a ridurre le dipendenze tecnologiche, industriali ed energetiche, si potrebbe impostare con le Regioni una strategia di medio-lungo termine di politica industriale del sistema Paese, al fine di favorire prima la creazione sui territori di nuove catene del valore e di filiere e poi assicurarne il sostegno attraverso policy ed investimenti coordinati e massivi, sia nazionali che regionali. Sotto tale profilo la Trasformazione digitale, la Transizione verde, la Crescita intelligente, le infrastrutture e la mobilità sostenibile, la ricerca rappresentano grandi aree di intervento strategico. Ad un livello complessivo giova comunque ricordare che ogni Regione si avvale di Istituti, Centri di ricerche, Università, Fondazioni, Scuole di specializzazione che possono fornire dati, attraverso i propri studi di settore e/o report annuali.

- **Richiamare l'attenzione sul fenomeno del Made in Italy nel mondo e sulla sua incidenza sul mercato nazionale e internazionale**

Su questo obiettivo si evidenzia l'importanza delle politiche regionali per lo sviluppo ed il rilancio dei sistemi produttivi territoriali soprattutto alla luce dell'attuale scenario geopolitico e di uscita dalla

pandemia, nonché le straordinarie opportunità offerte dalla nuova programmazione UE dei fondi strutturali e dal PNRR, al fine di assicurare una celere ripresa e favorire la modernizzazione del Paese. Si pensi alla promozione e al sostegno a sistemi/filiere produttivi, anche in relazione all'avvio della nuova programmazione comunitaria 21-27, dove è necessaria una più stretta correlazione tra l'internazionalizzazione e l'innovazione per le filiere che godono di un posizionamento saldo sui mercati internazionali ed emergenti. Si potrebbe puntare anche su proposte progettuali provenienti dalle Regioni per la costruzione ed il rafforzamento anche su base nazionale e internazionale di filiere lunghe, in stretta coerenza con i settori chiave della specializzazione produttiva dei territori e sulla spinta degli obiettivi della transizione digitale ed ecologica definiti nel PNRR e degli obiettivi ONU 2030.

- **Valutare i principali ostacoli alla competitività delle imprese italiane in relazione sia al mercato interno che a quello internazionale**

Nell'ambito delle strategie di sviluppo economico e di rilancio produttivo si condivide l'importanza della creazione delle condizioni economiche, finanziarie e amministrative tese a favorire la competitività e l'attrattività dei territori anche a partire dalla valorizzazione delle ZES e delle ZLS, sostenendo a tal fine lo sviluppo di aree portuali, retroportuali e industriali. Si propone, quindi, un più stretto collegamento tra lo sviluppo logistico del paese ed i piani di *reshoring* per assicurare anche una reale riduzione dei divari infrastrutturali territoriali. E' necessario puntare su un nuovo protagonismo diffuso dei porti italiani, anche in una logica di complementarità tra gli stessi, nella prospettiva di costruzione di veri hub logistici, energetici e produttivi affinché le rotte commerciali dell'Estremo Oriente e dell'Atlantico possano trovare in Italia una porta di ingresso verso l'Europa e un accesso privilegiato con le aree del Nord Africa così da assicurare il rilancio dell'intero Paese.

- **Individuare tutte le possibili semplificazioni burocratiche che possano aiutare le imprese del Made in Italy**

Da tempo le Regioni sono chiamate ad attuare semplificazioni legislative e burocratiche con un impegno collegiale con il Governo.

Si tratta, in altre parole, di rafforzare l'azione di *multilevel governance*, già avviata con l'Agenda per la Semplificazione 2020-2023, per la realizzazione di interventi strutturali di semplificazione che incidano in modo mirato sulla legislazione anche attraverso un costante monitoraggio dei risultati raggiunti, per evitare stratificazione di norme e moltiplicazione di oneri burocratici.

Di notevole impatto per le imprese si valuta, inoltre, la Riforma della Pubblica Amministrazione, sulla "Buona amministrazione", pilastro del PNRR che prevede interventi diretti a semplificare e accelerare le procedure complesse, anche attraverso la digitalizzazione delle procedure, lo sviluppo della interoperabilità, il sostegno ai SUAP sul territorio.

Infine, in coerenza con le "opzioni di costo semplificate", previste dal Regolamento sulle Disposizioni Comuni (RDC) inerenti ai Fondi Strutturali 2014-2020 (Reg. UE) 2013/1303, va perseguita l'efficienza degli interventi, cioè la capacità di eseguirli minimizzando i costi e/o i tempi di attuazione.

- **Individuare tutte le attività che possano aiutare l'espansione all'estero del Made in Italy**

In questa direzione si segnala l'esperienza delle missioni internazionali, ove valorizzare ancor più un approccio "*bottom-up*", affinché eventuali iniziative internazionali nate da sensibilità e peculiarità regionali (o interregionali) vengano condivise e sostenute istituzionalmente a livello nazionale. Andrà garantito un maggior raccordo fra lo Stato e le Regioni nelle relazioni fin dalla fase di progettazione dei vari eventi e di condivisione delle informazioni, in modo tempestivo e anticipato che garantisca la programmazione delle iniziative di supporto a livello locale che amplino la platea delle aziende che partecipano alle missioni internazionali.

Rispetto alla partecipazione a fiere internazionali si propongono momenti di condivisione con il sistema unitario delle Regioni per assicurare un coinvolgimento fattivo dei territori e consentire l'attivazione di economie di scala nella copertura degli spazi fieristici o virtuali. In tal senso si

potrebbero definire quote territoriali per agevolare una maggiore partecipazione delle imprese - sia in forma singola che in modalità collettiva - alle fiere internazionali all'estero. Sul piano della governance occorre rafforzare la promozione congiunta e integrata Stato/Regioni, anche valorizzando quanto già presente sul portale export.gov.it, sperimentando nuovi percorsi promozionali per filiere/produzioni a livello sovra regionale con lo scopo di affacciarsi sui mercati internazionali con ulteriore solidità e efficacia. Prevedere inoltre materiale “*corporate*” modulare di presentazione del sistema Italia, che costituisca una solida base di partenza nella presentazione delle singole Regioni e definire un 'pacchetto tipo' di accompagnamento attivo al processo di internazionalizzazione per singoli territori/ singole imprese, da mettere a disposizione delle Regioni per implementare azioni su misura (procedure di analisi dei mercati di riferimento territoriali/aziendali; metodi di valutazione dei prodotti territoriali/aziendali esportabili; canali di ricerca di nuovi distributori all'estero; approcci per l'individuazione di nuovi partner commerciali esteri).

Infine, si ritiene fondamentale proseguire gli sforzi intrapresi negli ultimi anni verso la digitalizzazione e l'ammodernamento del sistema economico, puntando sull'E-commerce e sulle nuove tecnologie, quali l'Intelligenza artificiale, la realtà virtuale.

• Individuare tutte le attività che possano aiutare i settori del turismo, dell'artigianato e del commercio

Su questo obiettivo si ritiene fondamentale la realizzazione di attività formative delle MPMI che svolgono o che intendono svolgere attività di internazionalizzazione (temi gestionali, *international marketing & sales*, normativa, competenze digitali, altro). Ciò al fine di ampliare la base delle imprese esportatrici, favorendo una maggiore consapevolezza delle opportunità e dei rischi.

D'altra parte, occorre proseguire nello sviluppo di strategie atte a valorizzare le produzioni di eccellenza regionali con il coinvolgimento dei principali soggetti della distribuzione (canali Ho.Re.Ca., GDO e DO) e sostenere l'organizzazione di visite all'estero e incontri con i responsabili acquisti di imprese e intermediari commerciali (distributori). Ciò al fine di sviluppare la conoscenza dei mercati, dei servizi all'estero, delle caratteristiche dei potenziali clienti e dei criteri di selezione dei fornitori.

• Valutare l'incidenza dei nuovi fenomeni globali, anche in considerazione del recente conflitto Russia – Ucraina, sul comparto produttivo italiano.

Va rilevata la necessità che la odierna difficoltà di approvvigionamento delle forniture deve essere trasformata in occasione per ricreare posti di lavoro attraverso filiere corte, partendo da alcuni ambiti prioritari già promossi a livello europeo ed impostare una strategia di politica industriale comune che abbracci la ricerca e l'innovazione tecnologica, la difesa, la cyber security, l'aerospazio, i settori a forte intensità energetica, le energie rinnovabili, la digitalizzazione, l'elettronica e la salute.

D'altra parte, un ruolo rilevante può essere svolto delle Regioni nelle indagini statistiche, anche grazie alle analisi territoriali.

• Verificare lo stato di avanzamento della digitalizzazione dei processi produttivi, logistici e di stoccaggio, e dell'introduzione delle nuove tecnologie dei processi produttivi, volti all'efficientamento energetico e all'innovazione

A livello complessivo occorre investire e con urgenza nelle politiche per il rafforzamento delle competenze soprattutto quelle digitali, poiché l'Italia stando alle ultime stime dell'indagine della Commissione Europea con riferimento all'indice DESI (digital economy and society index) si trova nella parte inferiore della classifica europea, a fronte della crescita notevole della domanda per le professioni emergenti ad alto livello di digitalizzazione dovuta all'adozione continua di nuove tecnologie nei processi di produzione di beni e servizi. Pertanto, a partire dalla scuola occorre puntare su un piano complessivo per le competenze digitali che si ponga in coerenza con *i trend* di crescita del mercato del lavoro, per non essere tagliati fuori dalle sfide globali. Sempre in tema di competenze

è necessario un investimento maggiore sui giovani e sulla loro formazione sui profili professionali innovativi e specializzati in modo da rispondere alle esigenze delle imprese e delle filiere strategiche nazionali.

Un secondo tassello fondamentale per lo sviluppo delle imprese è rappresentato dalla **transizione digitale sul 5G**. Si tratta della rivoluzione del futuro che cambierà radicalmente il contesto socioeconomico in cui viviamo, introducendo numerose opportunità in ogni ambito: guida autonoma, smart cities, filiere produttive connesse, telemedicina, sanità ecc. Per evitare di incorrere negli errori del passato con riferimento alla pianificazione energetica, si ha oggi la possibilità di intervenire prontamente per favorire questa nuova tecnologia fondamentale. E' necessario procedere ad una modifica della normativa italiana in materia di emissioni elettromagnetiche, in quanto essa nel recepimento delle direttive europee ha introdotto soglie esageratamente più restrittive. Se non si interviene, tale decisione impatterà pesantemente sulla progettazione delle reti cellulari di nuova generazione escludendo le aree più remote del territorio e aumentando il divario digitale.

• **Analizzare l'attuale panorama delle start up innovative e tecnologiche determinando quali parametri ne comportino la crescita**

Le recenti strategie implementate a livello nazionale ed europeo in tema di innovazione dimostrano che una struttura efficace di *policy* non può prescindere dal supporto alle *start up* e dal riconoscimento del loro ruolo di attori chiave per un sistema economico innovativo e competitivo. Il supporto regionale all'ecosistema delle *startup* innovative è frutto di una strategia regionale di lungo periodo, il cui obiettivo è quello di sostenere la produzione di innovazione e di risultati ad alto contenuto di conoscenza. Nello specifico, le Regioni sono intervenute per favorire lo sviluppo di iniziative lungo tutta la catena del valore, dalla "idea generation", alla "accelerazione" fino allo "scale-up". Ciò attraverso la predisposizione di specifici bandi, in coerenza con le priorità delle *Smart Specialization Strategy* definite nell'ambito della Programmazione comunitaria.

Si conferma in conclusione, la piena disponibilità e collaborazione delle Regioni a fini conoscitivi e per rendere ancora più efficace il supporto alle imprese del Made in Italy, affinché le relazioni con i molteplici soggetti istituzionali che governano la materia tendano alla costruzione di **reti organizzative** finalizzate ad "**allacciare**" i territori, ottimizzare l'uso delle risorse, enfatizzare le specificità disponibili, vocazioni ed eccellenze locali che possano divenire valore aggiunto in aggregazione, costruendo alleanze tra territori.

IL DISEGNO DI LEGGE approvato dal Consiglio dei Ministri il 31/05/2023

"Disposizioni organiche per la valorizzazione, promozione e tutela del "Made in Italy"

Art. 9

(Rafforzamento del ruolo del sistema camerale)

1. Il sistema camerale istituisce una rete di "Centri di servizi per la finanza complementare" per facilitare l'incontro, anche tramite specifici sistemi e piattaforme digitali, tra PMI e operatori della finanza, con l'obiettivo di agevolare l'accesso e incrementare l'utilizzo delle fonti finanziarie complementari al credito ordinario e di sostenerne il consolidamento e la crescita delle imprese. I Centri di servizi provvedono altresì, anche in collaborazione con soggetti specializzati, pubblici o privati, all'eventuale selezione di progetti di investimento e all'assistenza tecnica per il loro sviluppo.
2. Le Camere di commercio promuovono, sulla base di accordi con le regioni, specifici programmi di formazione e tirocini in collaborazione con le associazioni imprenditoriali, nonché provvedono, ai sensi dell'articolo 2, lettera g, del decreto legislativo 16 gennaio 2013,

- n. 13, all'erogazione dei servizi di individuazione, validazione e certificazione delle competenze per la valorizzazione, tutela e promozione del *made in Italy*, definite dal Ministro delle Imprese e del *made in Italy*, con proprio decreto, ai sensi del comma 4-bis del decreto legislativo 16 gennaio 2013, n. 13.
3. Unioncamere organizza e gestisce a livello nazionale la banca dati dei soggetti che hanno conseguito il rilascio di certificazioni di competenze per la valorizzazione, tutela e promozione del *made in Italy* presso le camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura.
 4. Gli oneri derivanti dalle attività di cui al comma 1, sono quantificati in 3,5 milioni di euro annui, e quelli delle attività di cui ai commi 2 e 3 sono quantificati in 4,3 di euro milioni annui. A copertura degli oneri predetti le Camere di commercio trattengono, nella misura necessaria, gli importi dovuti ai sensi del comma 594 dell'articolo 1 della legge 27 dicembre 2019, n. 160 a decorrere dal 2023.
 5. Le somme dovute ai sensi del comma 594 dell'articolo 1 della legge 27 dicembre 2019, n. 160, a decorrere dal 2023, ulteriori rispetto a quelle utilizzate ai sensi del comma 4, sono trattenute e destinate al finanziamento di interventi economici a favore delle piccole e medie imprese nell'ambito di programmi nazionali del sistema camerale ivi compresi quelli finalizzati alla trasmissione generazionale e all'inserimento dei giovani nelle imprese. Tali somme sono comunque annualmente rendicontate al Ministero delle Imprese e del *made in Italy*.
 6. All'articolo 2, lettera f, del decreto legislativo 16 gennaio 2013, n. 13, dopo il numero 4 è inserito il seguente: «4-bis). *Il Ministero delle imprese e del made in Italy è l'amministrazione titolare per l'individuazione, validazione e certificazione delle competenze professionali utili alla valorizzazione, tutela e promozione del made in Italy, che non siano già di competenza di altri enti pubblici titolari*».

Sistema camerale (a cura di Unioncamere/Assocamerestero)

Attività realizzate per il sostegno dell'export - linea di indirizzo inerente il sistema camerale

- Attraverso il “**Programma Sostegno all'Export dell'Italia (SEI)**”, Unioncamere - con il supporto dell'Agenzia Promos Italia e attraverso la rete delle Camere di commercio sul territorio - ha intensificato le iniziative finalizzate a **favorire l'avvio all'export delle imprese, con particolare attenzione al segmento delle potenziali e occasionali esportatrici**. Ciò attraverso una serie di servizi omogenei su tutto il territorio nazionale quali la formazione ed il tutoring, l'orientamento personalizzato ai mercati esteri, nonché percorsi e iniziative di accompagnamento all'estero delle PMI attraverso progetti individuali e di filiera, anche utilizzando la leva del digitale e del commercio elettronico. Dall'avvio avvenuto nel 2018 ad oggi, sono state **profilate oltre 4.500 imprese, garantendo loro più di 9.000 assistenze individuali** su percorsi di export.

- Il Sistema camerale ha, inoltre, dedicato un'attenzione particolare nell'affiancamento alle imprese per **sfruttare appieno le potenzialità del digitale anche nell'ottica dell'export**. Tali azioni sono state condotte nel quadro dell'attuazione del programma "Impresa 4.0", coinvolgendo oltre **400.000 imprese** attraverso i **PID (Punti Impresa Digitale)** costituiti presso tutte le Camere di commercio e **monitorando il livello di maturità digitale di imprese, sia esportatrici che non esportatrici, attraverso oltre 40.000 assessment**. In tale ambito sono stati, altresì, implementati specifici progetti come il portale **DigIT Export**, realizzato da Promos Italia e che si pone quale punto di riferimento per le imprese sui temi relativi all'export digitale con attività di informazione, formazione e servizi di prima assistenza e che ha registrato l'adesione di primari partner tra cui Google, Alibaba, WeChat, Tencent ecc. È stata poi anche promossa la partecipazione attiva nei network europei come la **rete Enterprise Europe Network (EEN)** e la **rete degli European Digital Innovation Hub**, nella quale le Camere di commercio attraverso i PID siano **presenti in almeno 14 dei 45 poli di innovazione**.
- La diffusione degli strumenti digitali a sostegno dell'export è, peraltro, tra i principali temi sui quali si basa l'**Accordo Quadro sottoscritto lo scorso luglio tra ICE, Unioncamere e Assocamerestero**, dove è stata evidenziata l'opportunità di potenziare - attraverso una complementarità di ruoli - l'assistenza offerta ai territori e alle imprese per aumentare e consolidare il *made in Italy* nel mondo. A tal fine, le iniziative dell'intero Sistema camerale - in Italia e all'estero - sono state altresì ricomprese all'interno del portale pubblico **Export.gov.it**. Anche la collaborazione fra le Camere di commercio italiane e la **rete delle Camere di commercio italiane all'estero (CCIE)** è stata caratterizzata da un più diffuso utilizzo delle tecnologie digitali nell'erogazione e nell'utilizzo dei servizi offerti, come nel caso delle **attività di web mentoring realizzate nell'ambito del progetto "Stay Export"**, per sostenere le imprese a ridefinire la propria presenza all'estero nella fase post-Covid.
- È stato rafforzato il ruolo delle CCIAA e delle CCIE come soggetti di riferimento per progettualità a livello transnazionale nel campo della **sostenibilità** (nelle diverse filiere del Made in Italy, a partire proprio dal *sustainable food*). A tal fine, nel prossimo anno verrà promosso dalle CCIE un **road show** finalizzato a informare e orientare le imprese italiane circa i piani e le iniziative **sui temi dell'economia circolare e dell'energia "pulita"** avviati dai vari Paesi in cui operano le 81 Camere di commercio italiane all'estero.
- Inoltre, il Sistema camerale - in attuazione della sessione straordinaria della Cabina di regia per l'internazionalizzazione dell'aprile 2021 - ha avviato uno specifico **Programma di attrazione degli investimenti diretti esteri**, realizzato da Promos Italia in collaborazione con la rete camerale nazionale e quella estera. Il progetto promuove le opportunità di investimento in Italia attraverso una rete di "investor advisors" nei singoli contesti economico-produttivi. In tale scenario il Sistema camerale, sfruttando la capillarità nei territori, può contribuire anche sul versante dello **sviluppo del Mezzogiorno**, in primo luogo grazie all'implementazione delle Zone Economiche Speciali (ZES).

Con riguardo all'orizzonte 2022/2023:

- Il Sistema camerale attraverso la propria rete funzionale e territoriale **agisce per promuovere i territori e le filiere** che li rappresentano e per "avviare" - con gli altri attori attivi sul tema -

le imprese, specialmente quelle di minore dimensione, nei processi di internazionalizzazione e innovazione, preparandole per meglio competere nei mercati, nonché per affrontare i nuovi paradigmi strategici su cui misurarsi su scala globale: dalle tecnologie digitali ai processi legati alla sostenibilità, dalle catene globali del valore alla ridefinizione dei processi produttivi. Nella fattispecie il Sistema camerale proseguirà:

- il **“Programma Sostegno all’Export dell’Italia (SEI)” per promuovere l’export delle imprese potenziali e occasionali esportatrici;**
 - il **Programma sull’attrazione degli investimenti diretti esteri**, a supporto dei livelli nazionale e regionale;
 - **in coerenza con le priorità del PNRR prevedrà azioni specifiche sui temi della digitalizzazione e della sostenibilità.**
- **Il Sistema camerale si impegna ad agire su tre obiettivi:**
 - 1) il raccordo tra le politiche decise dalla Cabina di regia per l’internazionalizzazione e i livelli territoriali;
 - 2) l’accompagnamento delle piccole e medie imprese, soprattutto quelle di più ridotta dimensione, a ridefinire o riprogettare in questa fase la propria presenza all’estero;
 - 3) l’incremento dell’utilizzo del digitale a sostegno dell’export, per avviare o sviluppare nuove forme di presenza sui mercati.
 - Nella prosecuzione del programma **“True Italian Taste”**, la rete delle Camere di commercio italiane all’estero (CCIE) agirà in raccordo con la campagna di *nation branding* **belT** prevista nell’ambito del Patto per l’Export.
 - Coinvolgimento del Sistema camerale nella diffusione alle imprese delle opportunità offerte dal PNRR, nell’accesso ai fondi comunitari e nella partecipazione agli appalti pubblici europei e gare internazionali.

MERCATI DI RIFERIMENTO E STRUMENTI DI PENETRAZIONE COMMERCIALE

MERCATI DI RIFERIMENTO

- **Mercati maturi:** i Paesi avanzati continuano a rappresentare i principali mercati di sbocco per il nostro export. In tale ottica, sarà necessario continuare a presidiare i seguenti mercati **Germania, Francia, Stati Uniti, Svizzera, Spagna, Regno Unito** (il cui peso combinato sull’export italiano nel 2020 è stato pari al 48,6%), oltre al **Giappone, Australia** e al **Canada**;
- **Mercati ad alto potenziale:** ai mercati maturi vanno aggiunti, per via della loro rilevanza nella bilancia commerciale italiana e la compresenza di una serie di fattori (elevata capacità di spesa, numerosità delle imprese italiane già presenti, clima d’affari favorevole, peso demografico), alcuni **Paesi maturi UE** come **Polonia e Repubblica Ceca**, nonché **India, Vietnam, Messico, Brasile, Arabia Saudita, Turchia, Indonesia, Malesia, Qatar, EAU, Cina, Corea del Sud e Russia**;

- **Mercati emergenti:** in una visione di lungo termine, che guardi tra gli altri fattori al potenziale di crescita, alla recente apertura ai mercati internazionali e alla trasformazione delle abitudini di consumo, si presterà particolare attenzione alle opportunità offerte dai **mercati africani (Marocco, Algeria, Kenya, Senegal, Nigeria, Ghana, Costa d’Avorio e Sudafrica)**, **sudamericani (Perù, Cile e Colombia)** e, in area centroasiatica, dal **Kazakistan e Uzbekistan**.

STRUMENTI DI PENETRAZIONE COMMERCIALE

- **Missioni di sistema:** allorché le condizioni epidemiologiche lo consentiranno, riproposizione graduale delle missioni di sistema originariamente previste per il 2020 (Messico, India, Brasile, Arabia Saudita, Vietnam). Le missioni coinvolgeranno le rappresentanze imprenditoriali sin dall’azione di individuazione dei settori strategici su cui focalizzarle e, in seguito, potranno **aprirsi al mondo dell’Università e della ricerca**.
- **Missioni settoriali,** con il coinvolgimento delle start-up e delle imprese innovative e focalizzate sui comparti a maggior potenziale di sviluppo;
- **Partecipazione dell’Italia quale Paese d’Onore a primarie fiere internazionali;**
- **Sviluppo di strategie di partnership globali con i principali player fieristici internazionali** al fine di migliorare il posizionamento delle imprese italiane all’interno delle manifestazioni fieristiche;
- **Attrazione in Italia di eventi e iniziative internazionali di altissimo profilo** sia di carattere fieristico che congressuale;
- **Promozione del *Made in Italy* in occasione di primari eventi sportivi di grande rilievo internazionale.**
- **Presentazioni Paese e webinar** focalizzati sulle opportunità d’investimento nei mercati ad elevato potenziale e in quelli emergenti (anche attraverso Business Opportunity Seminar e altri incontri specifici dedicati alle Banche multilaterali di sviluppo);
- **Attività di *matchmaking*,** anche mediante l’impegno della piattaforma di Business Matching sviluppata da CDP e accessibile dal portale di sistema export.gov.it;
- **Piani industriali** di penetrazione del *Made in Italy*. I Piani Industriali si focalizzeranno **su un novero ristretto di Paesi a più alto potenziale**, a partire dal **Vietnam** e dalla **Cina**, per poi continuare con altre economie extraeuropee scelte fra Stati Uniti, Messico o Brasile (in America Latina); EAU (nel Golfo); India e Giappone (in Asia). Tali piani consentiranno di individuare un nucleo di **4-5 settori maggiormente promettenti per l’export italiano nel Paese target** cui associare – in sinergia con Ambasciate, Consolati, Uffici ICE e SACE nel Paese – la gamma di strumenti messi a disposizione dai vari soggetti di sistema (MAECI; ICE; CDP; SACE; SIMEST; Sistema Bancario) per accompagnare le MPMI, anche in forma cooperativa, italiane su tali mercati. Le risultanze emerse verranno condivise con le associazioni di categoria e con le imprese interessate e costituiranno il presupposto per **l’attuazione di azioni concrete di promozione commerciale in quei mercati**. Le risultanze di tali “piani industriali” potranno inoltre fungere da spunto sia per campagne settoriali di comunicazione delle eccellenze produttive italiane, sia per un rafforzamento strutturale della rete estera MAECI e ICE nei mercati a maggior potenziale oggetto di piani industriali.

L'INTERNAZIONALIZZAZIONE REGIONE ABRUZZO

La Legge Regionale n. 23 del 31/07/2018 “**Testo unico in materia di commercio**”, al Capo II Disciplina delle attività regionali in materia di commercio estero, promozione economica ed Internazionalizzazione delle imprese, stabilisce agli artt. 118 e 119 quanto segue:

Art. 118 (Finalità)

1. La Regione, nell'ambito delle proprie competenze in materia di rapporti internazionali, con l'Unione Europea e di commercio con l'estero, favorisce e sostiene la promozione all'estero del sistema economico e del territorio dell'Abruzzo in tutti i suoi aspetti economico-produttivi, turistici, culturali, ambientali e territoriali, assicurando l'unitarietà dell'immagine e dell'attività regionale.
2. La Regione favorisce in particolare:
 - a) la diffusione di una cultura economica e commerciale che consenta il consolidamento della presenza e della competitività delle imprese abruzzesi sui mercati internazionali;
 - b) la valorizzazione internazionale dell'offerta turistica regionale;
 - c) la promozione sul mercato globale dei prodotti e servizi di ogni filiera;
 - d) la promozione del sistema fieristico abruzzese nel processo di globalizzazione dei mercati e dei prodotti;
 - e) la promozione e l'assistenza agli operatori dell'Abruzzo in relazione alle manifestazioni fieristiche all'estero o analoghe iniziative idonee a promuovere gli scambi;
 - f) l'assistenza alle organizzazioni pubbliche e agli organismi privati nello sviluppo di rapporti economici con organismi esteri e l'assistenza agli operatori esteri in Abruzzo;
 - g) l'attrazione degli investimenti esteri in Abruzzo, anche in collaborazione con altri soggetti pubblici e privati operanti sul territorio nazionale;
 - h) la creazione di condizioni favorevoli all'accoglienza delle imprese abruzzesi nei mercati esteri.

Art. 119 (Internazionalizzazione e promozione all'estero)

1. Per le finalità di cui all'articolo 118 la Regione:
 - a) svolge attività promozionale all'estero autonomamente ovvero tramite soggetti interamente pubblici, anche strutturati come società o altre forme di diritto privato aventi il carattere di struttura in house ovvero tramite il Centro del commercio estero delle Camere di commercio o l'ICE Agenzia;
 - b) può stipulare apposite convenzioni con il Ministero dello Sviluppo Economico e l'ICE Agenzia, contribuendo alle spese occorrenti nella misura del cinquanta per cento per le seguenti attività:
 - 1) elaborazione e realizzazione congiunta di specifiche iniziative o progetti aventi finalità di supporto allo sviluppo economico della Regione sotto il profilo dell'internazionalizzazione e della promozione delle esportazioni;
 - 2) valorizzazione e sostegno di specifici comparti produttivi della Regione Abruzzo, in particolare quello agroalimentare, meccanico, tessile, dell'abbigliamento, pelle, calzaturiero, elettronico, ceramico, dell'arredamento, farmaceutico e cosmetico, vetro;
 - 3) realizzazione di ricerche di mercato finalizzate ad azioni di promozione;
 - 4) progettazione e organizzazione di interventi di promozione, di informazione con l'utilizzo di tutti i mezzi della comunicazione multimediale, compreso internet e di formazione manageriale e tecnica.

Fin dal 2017 la Regione Abruzzo ha partecipato alle attività di Internazionalizzazione programmate e organizzate dall'ICE Agenzia e approvate dal MISE, aderendo al Piano Export Sud II, le cui risorse sono destinate all'attuazione di iniziative di formazione e di promozione a favore

delle PMI localizzate nelle “Regioni meno sviluppate” (Calabria, Campania, Puglia, Basilicata, Sicilia) e nelle “Regioni in transizione” (Abruzzo, Molise, Sardegna).

Tutte le annualità del Piano Export Sud II (periodo 2017-2022) hanno perseguito due finalità: trasformare le aziende potenzialmente esportatrici in esportatori abituali e incrementare la quota export ascrivibile alle Regioni del Mezzogiorno sul totale nazionale.

Nell’ambito del PES II, a norma dell’art. 119) su indicato, la Regione svolge attività promozionale all’estero autonomamente, ovvero tramite i soggetti individuati all’art. 119, tra i quali il Centro del Commercio estero delle Camere di Commercio o ICE Agenzia.

Per le attività finora descritte del PES II (2017/2022) e per il successivo Addendum (2022/2023), in adesione ai Piani di Coordinamento proposti ogni anno dall’Agenzia di Sviluppo Azienda Speciale della Camera di Commercio Chieti Pescara (già Centro Estero delle Camere di Commercio d’Abruzzo), la Regione Abruzzo si è avvalsa dell’apporto della suddetta Agenzia per il coordinamento e l’attuazione delle attività di promozione e supporto alle imprese abruzzesi.

RISULTATI CONSEGUITI AD OGGI

Piano Export Sud II Quinta annualità e Addendum 2022.

La quinta annualità del Piano Export Sud II (o PES 2) ha sancito di fatto la conclusione del piano pluriennale avviato nel 2017.

Il Dipartimento Sviluppo Economico della Regione Abruzzo ha finanziato le attività previste dal PES 2 utilizzando le risorse del Programma Operativo Nazionale PON Impresa e Competitività 2014 2020 e parte delle risorse di cui alla L. 266_1997 art. 16 Delibera CIPE 125/2007, premialità 2008, per la realizzazione delle attività previste nel “Progetto Strategico per lo Sviluppo Internazionale del Commercio e del Turismo 2020 - 2021”, approvato con DGR 756 del 29.11.2021. Piano proposto dall’ICE Agenzia e approvato dal MISE (Ministero delle imprese e del Made in Italy), per il periodo dal 01/01/2022 al 31/ 12/2022.

Con deliberazione della Giunta Regionale n.617 del 18/10/2022, constatata la necessità di dare continuità alle azioni avviate dalla Regione Abruzzo nel periodo gennaio-marzo 2022 è stata ampliata l’attività di internazionalizzazione con l’adozione dell’Addendum al PES II, anche alla luce dei positivi risultati ottenuti con la partecipazione della Regione Abruzzo all’evento internazionale di Expo Dubai 2020 unitamente ad un numero considerevole di imprese abruzzesi e al fine di dare seguito alle attività conseguenti, di potenziamento e accompagnamento delle imprese nel Mercato internazionale, le quali hanno indotto alla prosecuzione del programma proposto, anche per un ulteriore arco temporale.

Le attività svolte nel più ampio Progetto Strategico per lo Sviluppo Internazionale del Commercio e del Turismo 2020 – 2021, 2021-2022 e del 2022-2023, hanno riguardato la promozione, in Italia e all’Estero, delle imprese del territorio che operano nei settori del commercio e del turismo, come individuate nello stesso Piano Export Sud II. La sottoscrizione di apposite Convenzioni con l’Agenzia di Sviluppo, hanno garantito lo svolgimento dal 2018 ad oggi, di numerose ed importanti iniziative di promozione dell’export, coinvolgendo un numero considerevole di aziende in tutte le attività programmate, comprese quelle operanti nei settori del commercio e del turismo, tra le quali la partecipazione alla vetrina internazionale di Expo Dubai 2020.

I settori economici interessati dalle attività delle cinque annualità del PES e del successivo Addendum sono diversi, dalla filiera dell'agroalimentare a quella dell'automotive/meccanica ed alta tecnologia, dalla filiera della moda-persona a quella dell'energia, e ancora dal settore arredo e costruzioni a quello della mobilità e dell'artigianato. I mercati target sono quelli dei Paesi dell'Unione europea, Russia e Balcani, Cina e Giappone, Stati Uniti e Canada, Emirati Arabi Uniti. I filoni principali di intervento sono stati due: azioni di assistenza personalizzata (percorsi formativi integrati, servizi di coaching, accompagnamento all'ingresso in nuovi mercati esteri) - e azioni promozionali (fiere, missioni di incoming, partenariati internazionali ed azioni sulle GDO).

Nel corso dell'ultimo biennio, ravvisando il potenziale di crescita dell'economia locale insito nelle startup, si è avviata un'azione specifica volta a favorirne i processi di internazionalizzazione.

Il sistema camerale abruzzese tramite il suo Centro Estero, oggi Agenzia di Sviluppo a seguito del processo di riordino del sistema camerale nazionale, può pregiarsi di una durevole collaborazione con la Regione Abruzzo e con ICE Agenzia e questa solida intesa ha reso possibile la costituzione di una "Cabina di regia per l'Internazionalizzazione" che dal 2017 ha l'intento di coordinare le azioni di diffusione e promozione delle attività contenute nel Piano Export Sud 2.

La Convenzione, siglata nel 2017 ed integrata nel 2019 con ulteriori attività promozionali fuori dall'ambito PES II, trae fondamento dalla legge regionale n. 58 del 10.09.1993 e s.m.i. (vedi legge regionale n.23 del 31.07.2018) che consente alla Regione Abruzzo di "sostenere l'azione di promozione all'estero della produzione delle aziende regionali direttamente o tramite i soggetti individuati nel medesimo articolo (Art. 10 della Legge 58/93 e Art.116 della Legge 23/18) ovvero il Centro Estero delle Camere di Commercio d'Abruzzo e/o l'Istituto Nazionale per il Commercio Estero (oggi ICE Agenzia)".

Non da meno il richiamo al DISEGNO DI LEGGE approvato dal Consiglio dei Ministri il 31/05/2023 - "Disposizioni organiche per la valorizzazione, promozione e tutela del "Made in Italy"-Art. 9 (Rafforzamento del ruolo del sistema camerale), su riportato nel dettaglio.

Le attività e risorse messe in campo dal Dipartimento allo Sviluppo economico con la collaborazione dell'Agenzia di Sviluppo hanno avuto il fine di garantire un esclusivo vantaggio competitivo alle imprese abruzzesi rispetto alle aziende delle altre regioni.

Attività dal 2018 ad oggi

L'intento della Regione Abruzzo, alla base dell'accordo di collaborazione su citato, è stato ed è tutt'ora quello di elevare le aziende potenzialmente esportatrici in esportatori abituali attraverso un percorso di crescita graduale e di incrementare la quota export delle aziende già attive sui mercati esteri attraverso un piano promozionale su misura e individuare nuovi sbocchi commerciali verso nuovi mercati e costruire così nuovi partenariati oltre ad un accompagnamento costante delle aziende in questa direzione.

La sinergia istituzionale che ruota intorno al Piano Export Sud, che ha beneficiato anche dell'appartenenza pluridecennale di Agenzia di Sviluppo alla rete comunitaria Enterprise Europe Network, ha fatto registrare nelle prime tre annualità del PES II numeri importanti in Abruzzo:

- **50 eventi** coordinati con circa
- **500 adesioni** tra il 2018 ed il 2019,
- **65 eventi** con circa

- **550 aziende** nel periodo 2019-2020 con iniziative svolte in
- **15 diversi Paesi tra Europa, Asia, Nord America e Medio Oriente.**

L'emergenza sanitaria dovuta all'epidemia da Covid 19 ha drammaticamente influito sui numeri della quarta annualità (aprile 2020 – dicembre 2021), con solo:

- **74 imprese** coinvolte
- **24 iniziative** (annullate)

Incoraggianti segnali di ripresa sono arrivati con la quinta annualità ed in particolare in occasione delle attività svolte nel quarto trimestre 2022.

Nello specifico, la quinta annualità è stata caratterizzata da una forte riduzione del programma promozionale e dall'impossibilità di organizzare, come fatto nelle passate edizioni, eventi "fuori salone" dedicati alle imprese abruzzesi perché l'impossibilità di presenziare direttamente gli eventi.

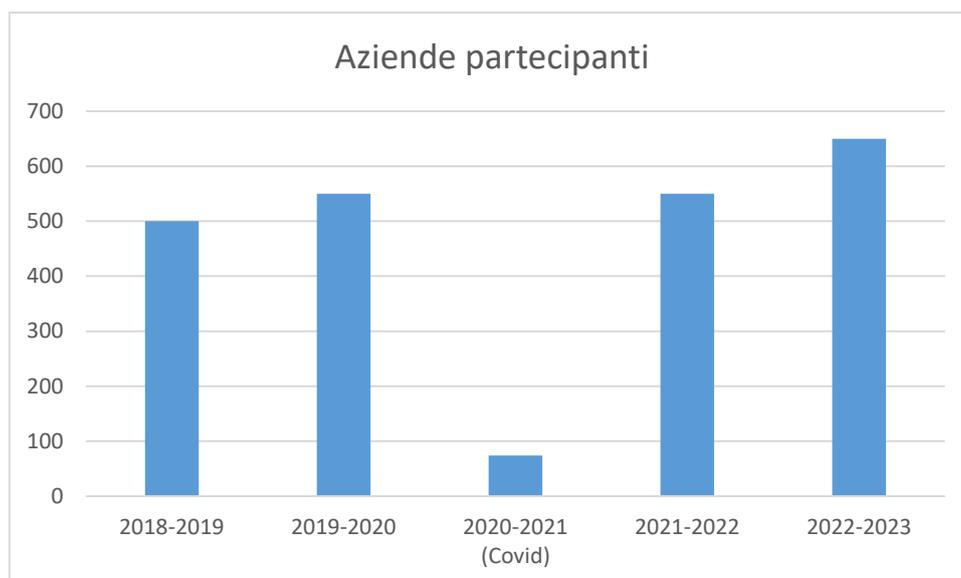
Si è deciso di mantenere quanto di buono è nato per contrastare le difficoltà dovute alla pandemia, rinnovando la proposta di affiancamento dei Temporary Export Manager (TEM) alle imprese abruzzesi, limitando in questo modo gli errori tipici commessi da coloro che esportano solo occasionalmente o che non hanno mai gestito trattative commerciali con controparti estere.

In occasione di alcune fiere ritenute strategiche si è deciso di potenziare il servizio di ricerca partner, svolto in collaborazione con le Camere di Commercio Italiane del mondo o tramite l'Agenzia ICE.

L'attività di *matchmaking* parte dalla raccolta dei profili aziendali che vengono sottoposti alla valutazione di potenziali *buyers* interessati a fissare degli appuntamenti in occasione dei diversi eventi in programma.

Le attività sviluppate nell'ambito dell'Addendum hanno anche consentito di avviare un'azione tesa a supportare le start-up e scale-up locali nelle strategie di accesso ai mercati competitivi ed agli ecosistemi dell'innovazione internazionali.

Complessivamente hanno partecipato alle iniziative della quinta annualità 2022 del PES II ed alle attività dell'Addendum per l'anno 2022 un totale di **550 imprese**, in linea con i numeri generalmente riscontrati prima della pandemia. I numeri **del primo quadrimestre 2023** sono, infine, molto incoraggianti con oltre **100 imprese** coinvolte.



INTRODUZIONE AL TRIENNIO 2023/2025

Le iniziative in programma nel triennio 2023/2025 sono state individuate a seguito di un'attenta valutazione dello scenario mondiale attuale, radicalmente mutato in conseguenza dell'emergenza epidemiologica e dal conflitto tra Russia e Ucraina, con l'intento di dare sempre più consistenza al Progetto strategico per lo sviluppo internazionale del commercio e del turismo 2021/2022 integrato dall' Addendum 2022/2023. Ciò che caratterizza l'attuale programmazione, in coerenza con le indicazioni ministeriali e della Conferenza Stato Regioni sopra descritte e dettagliate, e in coerenza con le precedenti programmazioni regionali, sono le strategie e le azioni volte allo sviluppo del Commercio e delle capacità delle imprese di operare nei Mercati, dando continuità rispetto alla partecipazione all'Expo di Dubai, tese al raggiungimento dei Mercati orientali e di preparazione e organizzazione per l'ormai prossimo Expo di Osaka dal 13/4/ al 13/10 del 2025.

L'intensa e puntuale attività di coordinamento delle iniziative programmate e svolte nel corso degli anni, che hanno coinvolto ed interessato numerose imprese abruzzesi i cui positivi risultati ottenuti in tali esperienze, uniti alla previsione di poter offrire opportunità aggiuntive in tema di Internazionalizzazione, inducono sempre più alla prosecuzione dei programmi proposti dall'Agenzia di Sviluppo, per dare continuità e rafforzare l'attività di promozione e supporto alle imprese abruzzesi per il 2023, 2024 e 2025.

Agenzia di Sviluppo ha gestito per conto della Regione Abruzzo i principali progetti legati alla partecipazione regionale ad EXPO Shanghai 2010, EXPO Milano 2015 ed EXPO Dubai 2020, durante il quale ha sviluppato e coordinato il piano di attività messo in atto da gennaio a marzo 2022 per conto di Abruzzo Sviluppo su mandato della Regione Abruzzo, e le iniziative di *follow up* programmate nell'ambito dell'Addendum al PES II da marzo a dicembre 2022.

Lo scorso marzo l' Agenzia ha pianificato e coordinato la prima missione ufficiale ad Osaka e Tokyo di una delegazione istituzionale abruzzese per l'avvio dei rapporti propedeutici ad EXPO 2025, con incontri programmati tra i referenti della Regione Abruzzo e del Sistema delle Camere di Commercio abruzzesi ed i vertici degli Enti e delle Istituzioni coinvolte nell'organizzazione dell'evento: Tokyo Chamber of Commerce and Industry, Osaka Prefectural Government, Osaka Chamber of Commerce

and Industry, Kansai Economic Federation, Ambasciata d'Italia a Tokyo, Camera di Commercio Italiana in Giappone, Ufficio ITA/ICE Tokyo, Jtb-Japanese Tourism Bureau, ENIT Tokyo.

Agenzia di Sviluppo avendo maturato una specifica esperienza trentennale sul mercato giapponese e avendo portato a termine numerose iniziative di promozione del comparto produttivo abruzzese, anche attraverso lo sviluppo di rapporti di partenariato internazionale, svolge un ruolo fondamentale per le imprese abruzzesi che vogliono aprirsi a nuovi Mercati.

In questo momento il Mercato giapponese fornisce una grande opportunità di visibilità per le imprese abruzzesi, grazie alla grande vetrina mondiale che è rappresentata dalla partecipazione delle imprese abruzzesi all'evento Expo di Osaka 2025. A tal fine è ritenuto di importanza strategica la collaborazione con l'Agenzia Speciale per supportare le imprese nel percorso di accompagnamento verso il mercato giapponese, riconoscendo nell'impostazione data da Agenzia di Sviluppo alla missione istituzionale i criteri giusti da seguire nella pianificazione del percorso verso EXPO 2025.

Analisi degli interscambi commerciali tra Regione Abruzzo e Giappone

Da un'analisi delle esportazioni di prodotti abruzzesi in Giappone emerge una sensibile crescita dei seguenti settori su base annuale (ultimo dato disponibile 2022):

- prodotti alimentari
- bevande
- mezzi di trasporto
- abbigliamento
- apparecchiature elettriche
- apparecchiature per uso domestico non elettriche

Complessivamente il volume di affari con il Giappone è cresciuto del 5.07% rispetto al 2021, con un valore di € 65.946.020,00.

Il primo trimestre del 2023 evidenzia una particolare crescita per i seguenti settori:

- autoveicoli
- prodotti farmaceutici
- macchinari e apparecchiature non contemplate altrove
- abbigliamento

Nel primo trimestre 2023 il volume di affari è cresciuto del 39.77% rispetto al primo trimestre del 2022, con un valore pari a € 20.457.004,00.

INTERSCAMBIO COMMERCIALE IN VALORE ABRUZZO-GIAPPONE PER DIVISIONI ATECO 2007 I TRIMESTRE 2023

(Valori in Euro, dati cumulati)

Divisioni	IMP2020	IMP2021	IMP2022	EXP2020	EXP2021	EXP2022	% 2022-2021
CA10-Prodotti alimentari	20.175	0	4.205	16.901.013	16.152.591	19.490.319	20,66%
CL29-Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	24.198.549	29.253.770	18.554.217	4.572.856	5.496.139	13.036.906	137,20%
CA11-Bevande	0	0	0	5.319.221	6.238.260	7.228.043	15,87%
CK28-Macchinari e apparecchiature n.c.a.	8.766.680	10.489.898	8.647.869	4.281.783	6.747.460	6.127.362	-9,19%
CB15-Articoli in pelle (escluso abbigliamento) e simili	24.795	37.638	23.253	2.342.897	2.442.145	2.965.875	21,45%
CE20-Prodotti chimici	8.494.354	13.017.700	18.760.669	1.880.724	2.191.354	2.271.417	3,65%
CL30-Altri mezzi di trasporto	703.360	982.999	1.680.933	1.381.560	969.536	2.237.316	130,76%
CJ27-Apparecchiature elettriche e apparecchiature per uso domestico non elettriche	4.231.245	4.649.355	4.357.674	806.518	966.068	2.076.403	114,93%
CB14-Articoli di abbigliamento (anche in pelle e in pelliccia)	37.509	31.995	57.626	1.818.514	1.721.587	1.863.753	8,26%
MC74-Prodotti delle altre attività professionali, scientifiche e tecniche	337.924	0	0	0	451.897	1.608.052	255,84%
CM32-Prodotti delle altre industrie manifatturiere	97.096	795.208	585.550	928.961	885.238	1.304.920	47,41%
CM31-Mobili materiali	0	0	0	554.151	694.367	1.154.003	66,19%
CI26-Computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e orologi	7.663.815	16.352.095	3.472.019	3.316.595	12.868.991	1.043.730	-91,89%
CC16-Legno e prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili); articoli in paglia e materiali da intreccio	0	0	0	1.406.491	1.500.787	937.875	-37,51%
CH25-Prodotti in metallo, esclusi macchinari e attrezzature	4.345.415	4.715.506	4.357.961	407.208	210.527	367.875	74,74%
CB13-Prodotti tessili	1.065.281	807.135	2.134.657	91.649	134.847	245.944	82,39%
CG22-Articoli in gomma e materie plastiche	1.071.529	1.071.691	1.193.076	140.558	120.418	231.841	92,53%
CF21-Prodotti farmaceutici di base e preparati farmaceutici	7.314	8.674.925	1.090.536	1.119.626	29.500	197.523	569,57%
JA58-Prodotti delle attività editoriali	0	6.657	1.375	57.518	110.336	175.922	59,44%
CG23-Altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	1.359.418	2.501.942	5.160.740	343.338	407.831	169.369	-58,47%
VV89-Merci dichiarate come provviste di bordo, merci nazionali di ritorno e respinte, merci varie	62.605	17.459	7.682	54.162	3.165	60.195	1801,90%
CC17-Carta e prodotti di carta	8.224	11.824	0	6.168	1.600	34.087	2030,44%
AA01-Prodotti agricoli, animali e della caccia	0	0	0	8.152	0	6.676	
RR90-Prodotti delle attività creative, artistiche e d'intrattenimento	0	0	1.417	0	1.564	2.990	91,18%
CH24-Prodotti della metallurgia sonore	98.241	493.752	2.266.716	370.329	54.458	2.800	-94,86%
RR91-Prodotti delle attività di biblioteche, archivi, musei e di altre attività culturali	1.114	1.401	0	0	0	0	
RR91-Prodotti delle attività di biblioteche, archivi, musei e di altre attività culturali	7.116	0	1.583	0	0	0	
Totale	62.601.759	93.912.950	72.359.758	52.603.227	62.761.967	65.946.020	5,07%

INTERSCAMBIO COMMERCIALE IN VALORE ABRUZZO-GIAPPONE PER DIVISIONI ATECO 2007 I TRIMESTRE 2023

(Valori in Euro, dati cumulati)

Divisioni	IMP2021	IMP2022	IMP2023	EXP2021	EXP2022	EXP2023	% 2023-2022
CL29-Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	9.496.470	5.224.745	3.122.659	1.610.579	831.793	6.110.527	634,62%
CA10-Prodotti alimentari	0	0	0	3.533.913	4.272.996	4.112.440	-3,76%
CK28-Macchinari e apparecchiature n.c.a.	3.005.421	2.004.246	1.795.368	987.804	1.054.365	1.858.585	76,28%
CF21-Prodotti farmaceutici di base e preparati farmaceutici	8.666.484	1.900	0	0	10.384	1.657.813	15865,07%
CA11-Bevande	0	0	0	1.737.572	2.105.015	1.544.617	-26,62%
CB15-Articoli in pelle (escluso abbigliamento) e simili	7.839	0	47.373	571.590	639.464	922.549	44,27%
CB14-Articoli di abbigliamento (anche in pelle e in pelliccia)	3.532	9.196	7.549	478.648	476.843	773.270	62,16%
CC16-Legno e prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili); articoli in paglia e materiali da intreccio	0	0	0	216.909	213.584	755.149	253,56%
CE20-Prodotti chimici	2.390.100	4.619.959	3.599.802	617.534	615.512	573.431	-6,84%
CL30-Altri mezzi di trasporto	327.220	485.271	498.541	144.477	1.134.850	527.003	-53,56%
CJ27-Apparecchiature elettriche e apparecchiature per uso domestico non elettriche	1.457.294	1.160.965	1.078.253	233.483	229.862	504.107	119,31%
EE38-Prodotti delle attività di raccolta, trattamento e smaltimento dei rifiuti; prodotti dell'attività di recupero dei materiali	0	0	0	1.159.236	482.238	326.680	-32,26%
CM32-Prodotti delle altre industrie manifatturiere	293.786	351.414	39.965	213.299	255.163	314.377	23,21%
CI26-Computer e prodotti di elettronica e ottica; apparecchi elettromedicali, apparecchi di misurazione e orologi	7.423.214	1.157.925	1.349.359	3.495.318	231.850	129.600	-44,10%
CM31-Mobili	0	0	0	268.164	169.751	126.996	-25,19%
CB13-Prodotti tessili	190.752	433.741	439.664	14.101	32.041	87.601	173,40%
CH25-Prodotti in metallo, esclusi macchinari e attrezzature	1.379.484	1.131.873	1.084.318	26.054	108.398	44.277	-59,15%
JA58-Prodotti delle attività editoriali	2.327	1.375	0	27.398	51.180	37.698	-26,34%
CG22-Articoli in gomma e materie plastiche	344.249	301.056	270.454	30.264	28.553	24.966	-12,56%
CG23-Altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	522.001	1.498.708	1.079.123	189.104	74.720	19.741	-73,58%
CC17-Carta e prodotti di carta	2.443	0	0	0	0	3.016	
RR90-Prodotti delle attività creative, artistiche e d'intrattenimento	0	0	0	0	2.990	1.488	-50,23%
AA01-Prodotti agricoli, animali e della caccia	0	0	0	0	6.676	1.073	-83,93%
BB08-Altri minerali da cave e miniere	0	0	1.488	0	0	0	
CH24-Prodotti della metallurgia	103.388	344.003	117.424	0	0	0	
MC74-Prodotti delle altre attività professionali, scientifiche e tecniche	0	0	0	0	1.608.052	0	-100,00%
VV89-Merci dichiarate come provviste di bordo, merci nazionali di ritorno e respinte, merci varie	0	2.319	0	3.165	0	0	
Totale	35.616.004	18.728.696	14.531.340	15.558.612	14.636.280	20.457.004	39,77%

Il Programma Regionale per l'Internazionalizzazione 2023/2024/2025, come dettagliato nell'Allegato 1) della DGR n...del....., comprende le attività prioritarie volte allo Sviluppo Internazionale del Commercio delle imprese regionali al fine di operare nei Mercati stranieri, nonché tutte le attività propedeutiche alla partecipazione delle stesse all'Evento internazionale Expo di Osaka 2025:

A. FORMAZIONE-ORIENTAMENTO-ACCOMPAGNAMENTO ALLE AZIENDE ANCHE PER LA PARTECIPAZIONE ALL'EXPO DI OSAKA 2025

- Export Lab
- Corsi su PI e Innovazione
- Seminari tecnico formativi

1.Percorso integrato di formazione, assistenza e orientamento dedicato alle startup.

Il mondo delle start up è ricco di iniziative di grande potenziale, legate a prodotti o servizi innovativi che potrebbero trovare spazio nei mercati internazionali.

Spesso però queste potenzialità restano inesprese per problemi di tipo commerciale. La competizione commerciale nei mercati esteri oggi è un tema di grande attualità per tutte le imprese, ed a maggior ragione per le start up, dato che questa tipologia di azienda spesso nasce con la necessità vitale di posizionare sul mercato prodotti nuovi, partendo quasi sempre da zero.

Non a caso, per questo motivo, molte start up non riescono proprio a decollare, e molte addirittura falliscono nei primi anni di vita.

Il Percorso è prevalentemente indirizzato alle imprese di nuova/recente costituzione che devono avviare ex novo un percorso di sviluppo delle vendite sui mercati (sia nazionale che internazionale). Tuttavia, anche le imprese più esperte che già operano sui mercati esteri, potranno trovare nel progetto strumenti e metodologie utili per arricchire e migliorare la loro presenza commerciale sia in ambito nazionale che internazionale.

Il percorso sarà composto dalle seguenti azioni:

- Formazione (attività formativa con docenti esperti in materia) Export Check Up
- Tutoraggio individuale
- Inserimento di strumenti operativi in azienda

Le attività formative come di seguito definite saranno rafforzate attraverso incontri individuali con le aziende partecipanti per effettuare l'export check up, definire il piano di potenziamento dell'azienda nei mercati esteri, attuare una azione di tutoraggio finalizzata all'applicazione pratica in azienda dei contenuti appresi in aula.

Obiettivo:

Fornire alle Start Up una metodologia da seguire per sviluppare e tutelare le vendite sui mercati esteri, con particolare orientamento verso i mercati del Medio Oriente e dell'Asia sulle basi degli incoraggianti segnali raccolti dalle Start Up coinvolte nelle missioni imprenditoriali organizzate a Dubai con attività di proseguimento e di quelle propedeutiche per la missione a Osaka2025.

2.Percorso integrato di formazione e assistenza e accompagnamento dedicato alle aziende abitualmente esportatrici.

Percorso integrato di avvicinamento ai mercati esteri, caratterizzato dall'affiancamento presso le sedi delle aziende partecipanti di Tutor aziendali che, a vario titolo, individueranno e miglioreranno gli

aspetti organizzativi interni strategici per l'attività di promozione internazionale ed aiuteranno gli interessati migliorare la conoscenza della terminologia commerciale in lingua straniera, per favorire la gestione dei rapporti con le imprese estere.

Obiettivo: individuare e migliorare gli aspetti organizzativi interni come azione propedeutica alle attività di promozione internazionale orientate verso il mercato giapponese e asiatico.

Ulteriore obiettivo è quello di implementare la conoscenza delle lingue straniere per ridurre le barriere linguistiche tra imprese e partners commerciali esteri.

3.Orientamento agli ecosistemi dell'innovazione

Percorso di orientamento sui principali ecosistemi dell'innovazione esteri di riferimento per il tessuto produttivo regionale abruzzese. L'iniziativa prevede:

- momenti di conoscenza degli ecosistemi esteri individuati come leva di sviluppo dell'innovazione abruzzese;
- momenti di conoscenza delle dinamiche degli investimenti finanziari esteri sull'innovazione italiana in ottica di scouting di innovazione e matching tra tessuto innovativo regionale e network di potenziali controparti estere;
- attrazione di investimenti, accesso al mercato.
- selezione e preparazione di start-up interessate a presentare il proprio modello di business e a ricevere un primo orientamento su come muoversi sul mercato estero individuato;
- percorso di assistenza (eventuale) alla revisione del modello di business adottato;
- attività di trasferimento di best practice riscontrate in un ecosistema estero;
- incontri assistiti tra start-up selezionate ed esperti dell'innovazione e del mercato finanziario dell'ecosistema di riferimento.

Obiettivo: avvio di azioni di scouting di innovazione e matching tra tessuto imprenditoriale innovativo abruzzese locale e network di potenziali investitori/clienti industriali e investitori finanziari esteri, con particolare orientamento agli sbocchi commerciali del Medio Oriente Hub strategico per tutto il mercato asiatico, proseguendo idealmente un percorso di sviluppo e sostegno dell'innovazione.

B. PROMOZIONE

- Partecipazione delle Imprese a Fiere internazionali/servizio di interpretariato generale/ spedizione campionario / eventuali attività di follow up: invio di campionatura post evento o analisi di mercato;
- Attività di *incoming* di operatori esteri- servizi di interpretariato generale / trasferimento a/r per operatori per eventi da tenersi in Italia / eventuali attività di follow up: invio di campionatura post evento o analisi di mercato;
- Azioni sulle reti estere di intermediazione commerciale e GDO;
- Eventi di partenariato internazionale in Italia e all'estero in comparti strategici/ trasferimento a/r per operatori per eventi da tenersi in Italia;
- Missioni e workshop all'estero-/servizi di interpretariato generale / spedizione campionario;
- Assistenza e gestione in loco degli eventi, sia in Italia che all'estero;
- E- commerce B2B

C. COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

Attività di comunicazione