

Il Presidente

Audizione informale del Presidente di ICE Agenzia su Proposta di "Piano nazionale di ripresa e resilienza"

*Commissione Affari esteri e comunitari
della Camera dei deputati
Martedì 9 marzo 2021*

Ruolo dell'export

Le esportazioni di beni e servizi equivalgono a circa 1/3 del PIL e, con 10 anni di crescita ininterrotta fino alla crisi pandemica, hanno rappresentato l'unico fattore di recupero dalla precedente crisi del 2008. Per dirlo con i dati:

- nel periodo 2008-2019 l'export è cresciuto del 17,9%;
- mentre il PIL è rimasto 3,1 punti percentuali sotto i livelli pre-crisi.

È giusto pertanto guardare all'export come un motore della ripresa, con l'auspicio che – nel nuovo quadro di politiche espansive nell'UE – anche investimenti privati, investimenti pubblici e, con questi, progressivamente, i consumi interni potranno apportare un positivo contributo, accelerando i tempi della ripresa.

I dati più recenti dell'export lasciano già intravedere i segnali di una ripartenza, per quanto con la cautela necessaria nel quadro di incertezze sull'evoluzione della situazione sanitaria nel mondo.

Congiuntura internazionale ed export dell'Italia nel 2020

Oltre alle gravissime conseguenze della diffusione del Covid-19 sulla salute e la vita delle persone, i deputati ne conoscono le implicazioni sulle economie e sul commercio mondiale su scala globale; e su questo non mi soffermo salvo richiamare le recenti stime di primari istituti:

- l'OCSE stima una contrazione del commercio mondiale del 10,3% nel 2020 e una ripresa graduale del 3,9% e del 4,4% nel corso del 2021 e del 2022, rispettivamente;
- la Commissione Europea ha indicato un calo del 10,2% del commercio mondiale in volume per il 2020 con una ripresa del 6,2% nel 2021.

In questo quadro nel 2020, in base ai dati ISTAT, l'export italiano di beni è diminuito del 9,7%, attestandosi a 434 miliardi di Euro. Questo dato può essere letto come segnale della ripresa nella seconda parte dell'anno. Infatti:

- il calo complessivo del 9,7% è stato di molto inferiore al crollo registrato agli inizi della pandemia. Ricordo che nei primi 5 mesi dell'anno eravamo arrivati a -16,9%;
- nel quarto trimestre si è registrata una crescita congiunturale del 3,3% rispetto al terzo.

Comparando l'andamento delle nostre esportazioni con quello degli altri grandi esportatori nel mondo, osserviamo che l'Italia ha avuto una performance sostanzialmente simile a quella di Germania (-9,3%) e Spagna (-10%), e decisamente migliore di quella del Regno Unito (-16,7%), Francia (-16,3%), USA (-14,6%) e Giappone (-11%).

L'impatto della pandemia è stato a "macchia di leopardo" con settori come i prodotti petroliferi raffinati – di cui l'Italia è Paese trasformatore – che hanno registrato il maggior calo (-42,1%). A parte questo effetto l'export italiano ha avuto nel 2020 una contrazione del 8,8%, più accentuata per tessile – abbigliamento - pelli (-19,5%), macchinari e apparecchi (-12,6%), mezzi di trasporto (-11,6%) e altre attività

manifatturiere (-17,5%). Al contrario l'export è cresciuto nell'anno per articoli farmaceutici, chimico-medicinali e botanici (+3,8%) e per i prodotti alimentari, bevande e tabacco (+1,9%).

Infine segnalo che il 2020 si è chiuso con un saldo positivo della bilancia dei pagamenti, un avanzo pari a 63,6 miliardi di euro, in incremento del 13% rispetto al 2019.

Prospettive

Che si guardi all'uno o all'altro dei modelli econometrici di previsione, il commercio mondiale è previsto tornare sui livelli pre-Covid intorno alla fine del 2022.

Per accompagnare questo processo, vogliamo supportare le imprese italiane non solo a recuperare le proprie quote di mercato nella ripartenza, ma anche a cogliere un momento storico di trasformazione dei modelli di consumo e del paradigma competitivo sui mercati globali, combinando reazione e visione. Cioè azioni capaci di supportare il recupero a breve ma anche idonee ad accompagnare le imprese ad adattarsi ai paradigmi emergenti. Penso a innovazione, digitale e sostenibilità.

Stiamo, infatti, assistendo all'accelerazione di alcuni macro-trend:

- le misure di distanziamento hanno spostato le abitudini di consumo verso i canali digitali (e-commerce e marketing on-line),
- la ripresa accelera lo spostamento del baricentro del commercio internazionale verso oriente,
- il barometro geo-politico segna per il 2021 l'opportunità di un nuovo multilateralismo con un ritrovato ruolo per un'Europa oggi più coesa e più presente,
- la contrazione della capacità di acquisto dei consumatori premierà il valore dei prodotti, inteso come rapporto prezzo/prestazione, ma anche la corrispondenza a valori immateriali dei consumatori come quello della sostenibilità sociale ed ambientale.

Il ruolo dell'ICE

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane – che ho l'onore di presiedere dal gennaio 2019 – è, come noto, l'ente governativo incaricato - nel quadro della pluralità di soggetti preposti e del ruolo di indirizzo e vigilanza del MAECI - a supportare la promozione delle imprese italiane nei processi di internazionalizzazione, a promuovere l'immagine del prodotto italiano nel mondo e ad attrarre verso l'Italia investimenti diretti esteri.

ICE opera combinando la conoscenza del tessuto produttivo nazionale e la rete di 78 uffici esteri, per offrire servizi alle imprese e al sistema fieristico nazionale, che è strategico per l'internazionalizzazione delle nostre imprese.

Già prima dell'emergenza Covid, avevamo intrapreso un percorso di rinnovamento delle linee di intervento, orientate al servizio alle PMI – che generano oltre il 50% dell'export nazionale -, alla presenza sul territorio, all'innovazione digitale, ai giovani e alle start-up.

Il Patto per l'Export

Il Patto per l'Export, coordinato dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione internazionale, è - come sapete - lo strumento di programmazione e coordinamento delle iniziative di supporto all'internazionalizzazione tra gli operatori del sistema Paese – finalmente riuniti a sistema - e le organizzazioni di rappresentanza del sistema produttivo.

Nel quadro della sua attuazione ICE-Agenzia ha avviato 14 nuove linee di intervento e ne ha esteso la portata a settori tecnologici e start-up. Riguardano 4 dei 6 pilastri del Patto per l'Export, quelli su cui ICE ha competenza:

- comunicazione: un'importante campagna globale di promozione del nation brand per il posizionamento del Made in Italy in 26 Paesi;
- e-commerce e GDO: stiamo offrendo a 7000 imprese la possibilità di posizionarsi su 28 primarie piattaforme di vendita online in 28 Paesi per il B2C e 190 per il B2B. Inoltre, abbiamo siglato 34 accordi con la Grande

Distribuzione Organizzata in 18 Paesi, prevalentemente su canali Offline-2-Online;

- blockchain: da metà anno partiranno i servizi per facilitare l'adozione da parte delle imprese esportatrici di moderne tecnologie per la tracciabilità dell'origine del prodotto ai fini della tutela del brand e del contrasto al cosiddetto italian sounding;
- digitale: con il MAECI abbiamo annunciato nuove forme di finanziamento alle imprese per elevare il grado di "alfabetizzazione" digitale delle imprese che esportano e che partecipano alle nostre iniziative di e-commerce;
- sistema fieristico: abbiamo creato la piattaforma Fiera Smart 365 come strumento per svolgere, oggi, fiere in digitale o ibride e amplificare, domani, l'impatto sui mercati esteri delle fiere internazionali;
- formazione/informazione: in aggiunta alle iniziative tradizionali, è in corso un programma di formazione per 150 nuovi Digital Export Manager.

Altre nuove iniziative sono abilitanti per rendere più fruibili i servizi alle imprese, particolarmente le PMI e il mezzogiorno, nella consapevolezza che il sistema di supporto tanto più sarà efficace nell'aiutare la ripresa, quanto più saprà recuperare la massima fiducia delle imprenditrici e degli imprenditori, in un momento così critico per il miglior uso delle loro risorse organizzative, finanziarie e imprenditoriali. Fra queste, ricordo:

- i desk regionali attivi sul territorio;
- la decisione di rendere gratuiti per le imprese fino a 100 addetti la più parte dei servizi di avvio all'export su nuovi mercati;
- la gratuità per tutte le aziende del primo modulo alle collettive in fiere estere a cui ICE parteciperà nel 2021 (speriamo che possano riprendere al più presto);
- il nuovo portale export.gov.it che offre un punto unico di riferimento per l'accesso da parte delle imprese alle iniziative di supporto del sistema

Paese: MAECI, ICE, SACE, Simest, cui si stanno aggiungendo Camere di Commercio e Regioni. Domani – con gli opportuni investimenti – questa piattaforma sarà dotata di capacità di intelligenza artificiale per il matching tra potenziali esportatori, le iniziative nei vari mercati e gli operatori esteri.

La maggior parte di questi interventi è realizzata con fondi stanziati ogni anno sul Piano Straordinario del Made in Italy.

Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza

Risorse specifiche che il PNRR potrà mettere a disposizione per le iniziative di internazionalizzazione delle imprese consentirebbero in futuro di rendere strutturale su un arco di programmazione pluriennale questi interventi, di espanderne la portata a un maggior numero di imprese e di mercati, in un quadro di rafforzamento del Patto per l'Export e di stabilizzazione degli interventi del Piano per il Made in Italy, fatemi dire “non più straordinario”. Penso, ad esempio:

- alla campagna di comunicazione del nation brand da declinarsi per le verticali settoriali ed integrarsi con la promozione del turismo;
- alla presenza sostenibile e profittevole delle PMI sul commercio on-line verso i mercati esteri attraverso il combinato supporto alla transizione digitale dei processi di marketing di ciascuna PMI e l'accesso agevolato a marketplace e e-tailer nel mondo;
- a un'accademia di formazione di Digital Export Manager che operino presso le PMI anche come Temporary Export Manager o, magari, in organico alle aziende grazie a sgravi contributivi o incentivi fiscali all'export;
- allo sviluppo di un team di esperti di marketing digitale che integri per il futuro il profilo di competenze a disposizione dell'azione Paese,
- all'evoluzione digitale sia delle imprese che esportano, particolarmente PMI, sia delle organizzazioni della Pubblica Amministrazione coinvolte;

- all'impiego di nuove tecnologie per la tracciabilità dell'origine dei prodotti per la tutela del Made in Italy, la lotta all'italian sounding dei prodotti agro-alimentari e per il marketing dell'offerta green e sostenibile delle nostre imprese;
- all'impiego di big data analytics e di piattaforme digitali per organizzare e per realizzare, rispettivamente, l'incrocio offerta – domanda con operatori esteri anche da remoto;
- per il sistema fieristico: internazionalizzazione del business e digitalizzazione dei processi e delle infrastrutture, anche nel quadro di un suo possibile consolidamento per creare campioni nazionali.
- Tutti questi interventi vanno di pari passo con le misure di finanziamento per le imprese esportatrici, come quelle del fondo rotativo legge 394/91, di assicurazione del credito, da riposizionare su standard di rischio meno restrittivi, o di finanziamento a presenze commerciali sui mercati esteri. Interventi imprescindibili data l'urgenza di liquidità per le imprese.

Infine, mi permetto di sottolineare come l'urgenza di fare cose nuove imponga alla Pubblica Amministrazione – di cui ICE Agenzia è parte – un nuovo passo, ritmato da una moderna cultura organizzativa, assistito da procedure semplici e strumenti digitali, orientato al servizio e misurato sui risultati. Credo pertanto che l'efficacia dell'intervento pubblico trarrebbe significativi vantaggi dalla prospettata riforma della PA.

Conclusioni

In conclusione, ritengo che il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, in aggiunta alle iniziative dirette per il sostegno all'internazionalizzazione delle imprese e all'attrattività del Paese nella ridefinizione delle catene del valore globali (penso al re-shoring di attività di impresa), possa dare un nuovo impulso al posizionamento del Made in Italy su vecchi e nuovi fattori della competizione globale: innovazione,

digitale, sostenibilità e competitività di costo. Per tradurre l'export in crescita e lavoro. L'Italia è il nono Paese esportatore al mondo non per caso ma in virtù dell'eccellenza e della competitività dei prodotti che offre maturata nella tradizione scientifica, culturale e territoriale di un grande Paese. Il futuro dell'export dipenderà quindi da qualità, innovazione, aderenza ai requisiti della domanda e prezzo dell'offerta. Per questo sono convinto che gli interventi di recovery risulteranno tanto più efficaci, anche per l'export, quanto più sapranno rafforzare i fondamentali del tessuto sociale (scuola, ITS e università), produttivo (R&S e produttività) e infrastrutturale (reti ferroviarie, 5G e energie pulite) del Paese, in una prospettiva di "transizione 4.0". La Commissione Europea - all'esito dei lavori del forum per i grandi progetti di interesse comune europeo (IPCEI) - ha indicato alcune value chain prioritarie, tra tecnologie abilitanti (idrogeno, microelettronica, batterie, low carbon industry, cybersecurity) e nuove applicazioni (IoT, veicoli verdi, connessi e autonomi, medicina intelligente...).

L'Italia, con le sue università, centri di ricerca e imprese, ha grandi capacità e opportunità in questi campi, su cui costruire – insieme al sostegno delle aree tradizionali di eccellenza del Made In Italy, quelle delle "3F" - il futuro dell'export.

Grazie