

Piano Export Sud per le Regioni della Convergenza

SECONDA ANNUALITA'

Iniziative a sostegno dei processi
di internazionalizzazione di Calabria, Campania,
Puglia e Sicilia nell'ambito della riprogrammazione del
PON R&C 2007-2013

Gennaio 2015

PROGRAMMA DI INIZIATIVE DEL *PIANO EXPORT SUD* A SOSTEGNO DELLE REGIONI DELLA CONVERGENZA (CALABRIA, CAMPANIA, PUGLIA, SICILIA) II ANNUALITÀ

1. PANORAMICA SULLE ESPORTAZIONI DELLE REGIONI DELLA CONVERGENZA

Nell'ambito dell'elaborazione del programma di iniziative da attuare nel corso della seconda annualità del Piano Export per le Regioni della Convergenza, è stata condotta un'analisi dei **dati delle esportazioni delle 4 Regioni della Convergenza** riportati nel rapporto 2013-2014 "L'Italia nell'economia internazionale" a cura dell'ICE-Agenzia, con particolare attenzione ai macrosettori alimentare, moda, arredo e costruzioni, alta tecnologia, mobilità, sulla base della classificazione Ateco 2007.

La rilevazione dei dati statistici all'export ha consentito di meglio calibrare le iniziative promozionali del Piano Export Sud per la II annualità rispetto ai mercati di intervento. Particolarmente positiva risulta la performance della Campania nel 2013, le cui esportazioni hanno conseguito un valore di 9,5 miliardi di euro, registrando un incremento del 2% rispetto all'anno precedente.

L'**analisi disaggregata per settore** ha rivelato dinamiche positive di tutta l'area soprattutto nel comparto dell'agroalimentare. La Campania, poi, ha dimostrato di essere competitiva nelle produzioni a più elevato contenuto tecnologico, come quelle di aeromobili, veicoli spaziali e relativi dispositivi, che rappresentano settori di punta dell'export regionale. Risultati positivi si sono registrati anche nel settore moda, con una ripresa delle vendite dei prodotti tessili.

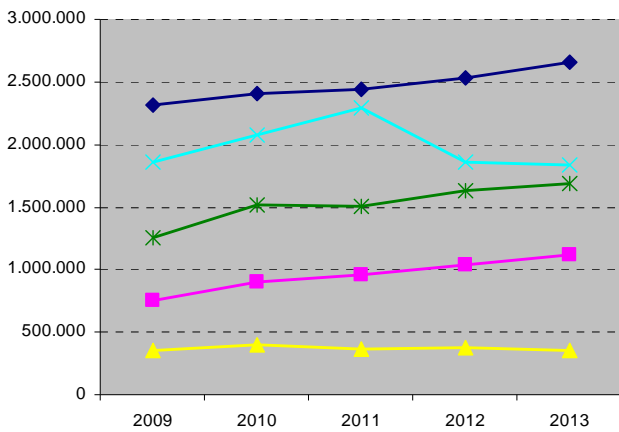
La Puglia, oltre a vantare tassi di crescita superiori alla media nazionale delle esportazioni della filiera della mobilità (+25%) ha registrato un andamento favorevole anche nelle vendite di articoli farmaceutici. In Calabria, oltre al settore dei prodotti alimentari, bevande e tabacco, è risultata buona la performance relativa al settore chimico.

La Sicilia ha invece registrato un notevole miglioramento nel comparto elettronico (computer, apparecchi elettronici e ottici), con una crescita del 12,9%.

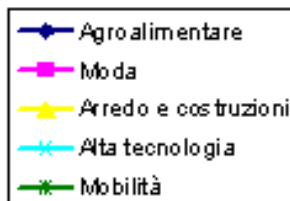
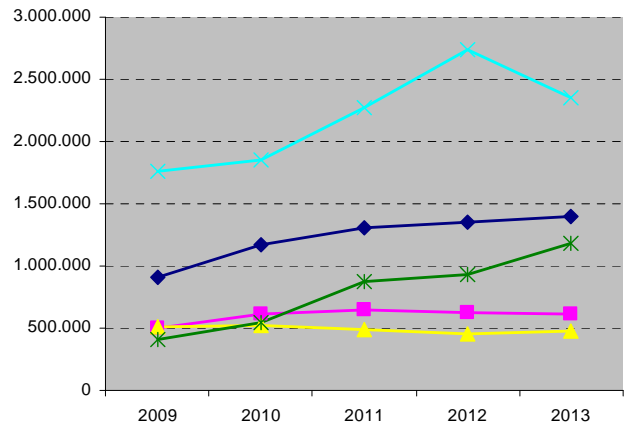
Il grafico 1.1 riporta i trend delle esportazioni in ciascuna Regione relativi ai macrosettori produttivi considerati nei periodi 2009-2013.

Grafico 1.1 - Trend delle esportazioni per settori nelle Regioni della Convergenza
 Valori in migliaia di euro

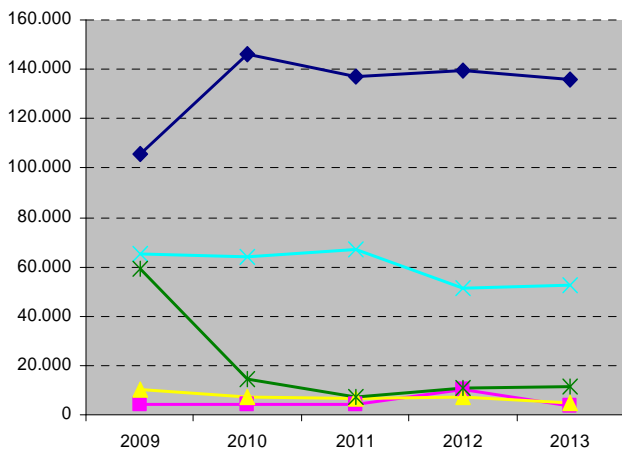
Campania



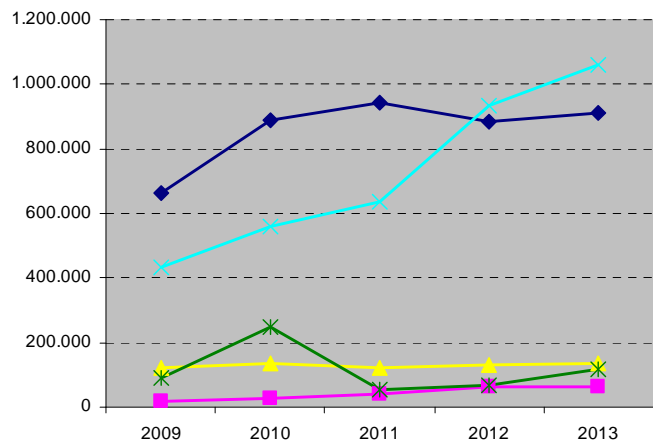
Puglia



Calabria

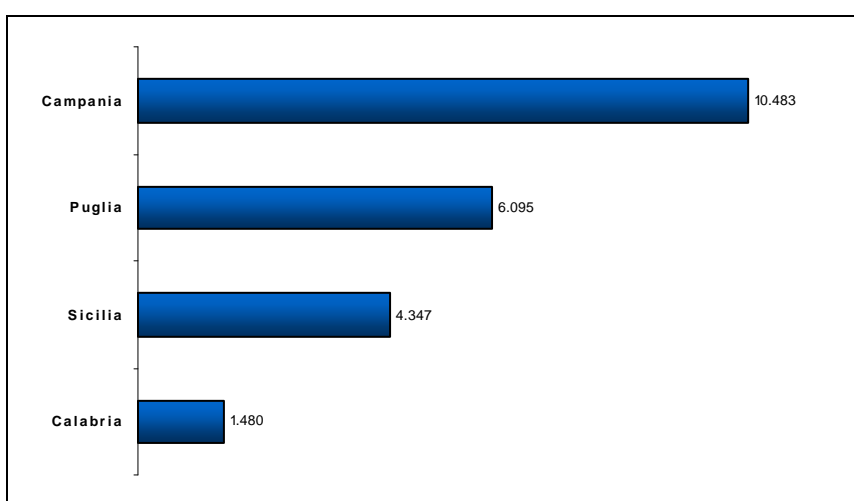


Sicilia



Rispetto ai dati statistici sulle esportazioni, più incoraggianti risultano i dati sulla numerosità degli **operatori all'esportazione** nelle Regioni della Convergenza. Nel Mezzogiorno infatti, in controtendenza rispetto al resto d'Italia, il numero di operatori è cresciuto. Calabria e Sicilia hanno registrato nell'ultimo anno incrementi particolarmente rilevanti, rispettivamente del 6,8% e del 5,2%. Come mostra il grafico 1.2, la Campania si è confermata la prima Regione del Mezzogiorno per numero di operatori, che nel 2013 ha continuato ad aumentare, attestandosi a 10.483 unità.

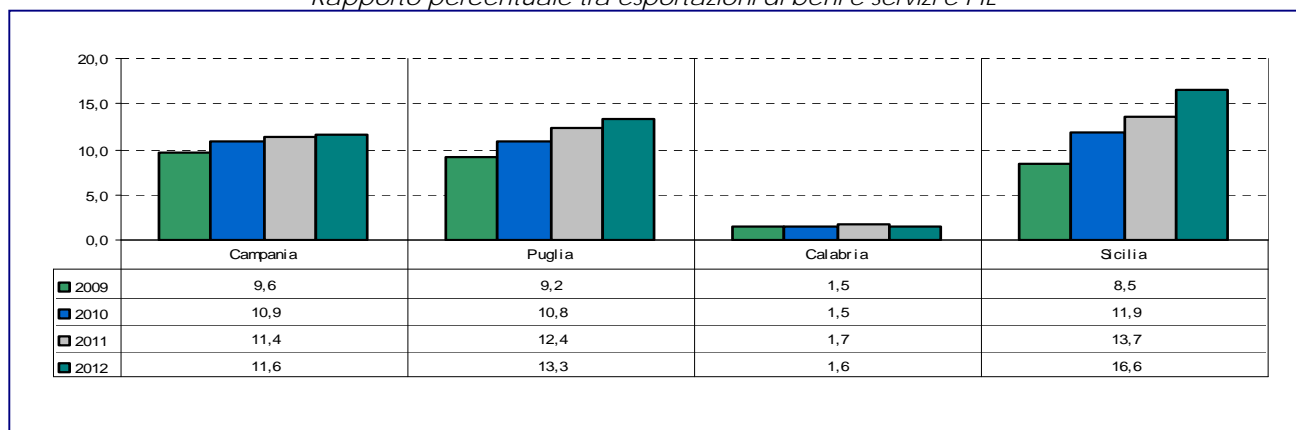
Grafico 1.2 - Esportatori presenti nelle Regioni della Convergenza (2013)
 Numero degli operatori all'esportazione presenti in ciascuna regione



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Per quel che riguarda l'**apertura internazionale** delle Regioni della Convergenza, il quadro che emerge dai dati relativi alla propensione all'export è piuttosto positivo: è in aumento l'incidenza delle esportazioni sul PIL in Campania, Puglia e Sicilia. Quest'ultima, con il 16,6%, è la Regione della Convergenza con la più elevata propensione all'export. Nel grafico 1.3 vengono riportati i trend della propensione ad esportare in ciascuna Regione dal 2009 al 2012.

Grafico 1.3 - Propensione all'esportazione delle Regioni della Convergenza
 Rapporto percentuale tra esportazioni di beni e servizi e PIL



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT e Banca d'Italia

Con riferimento ai **principali mercati di sbocco**, i Paesi dell'Unione europea, nonostante un calo generalizzato, continuano ad assorbire la maggioranza dei flussi provenienti dalle quattro Regioni, soprattutto da Campania e Puglia. Tra gli altri Paesi europei non aderenti all'Unione europea spicca l'Albania, che risulta il mercato più dinamico per le esportazioni della Puglia con un incremento dell'export del 23,8%.

Tra le destinazioni geografiche dell'export del Mezzogiorno, particolarmente importante è l'area geo-economica dell'Africa settentrionale, verso cui Campania, Puglia e Calabria hanno registrato rilevanti tassi di crescita dell'interscambio, sfiorando, nel caso della Calabria, un incremento di quasi il 45%. In particolare, nel bacino del Mediterraneo il ritmo di crescita delle esportazioni negli ultimi anni è stato rilevante e costante e le Regioni del Mezzogiorno hanno conquistato un significativo posizionamento di mercato.

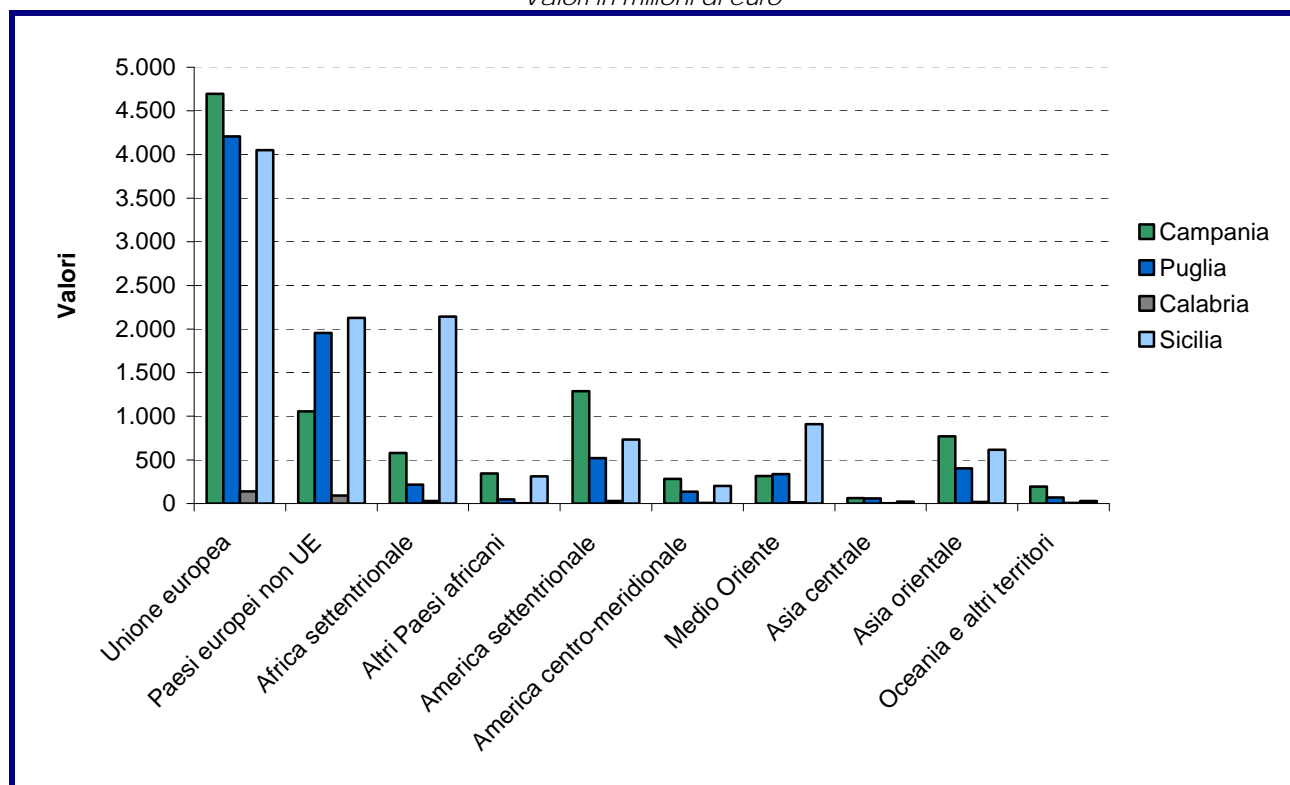
L'export siciliano nell'ultimo anno è cresciuto soprattutto in Libia (15,6%), quello campano in Tunisia (+5,4%), mentre quello calabrese ha registrato un vero e proprio boom in Libia (+106%).

Riguardo alle altre aree, gli Stati Uniti rappresentano il principale mercato di destinazione dell'export campano.

Il grafico 1.4 e la tavola 1.1 mostrano i valori conseguiti nel 2013 dalle esportazioni di merci delle Regioni Convergenza per ciascuna macroarea geografica, le variazioni rispetto all'anno precedente e la quota regionale sul totale dell'export italiano verso ciascuna area.

Grafico 1.4 - Esportazioni di merci per aree geografiche (2013)

Valori in milioni di euro



Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

Tavola 1.1 - Esportazioni di merci per aree geografiche (2013)

Valori in milioni di euro

Aree e principali mercati	Campania			Puglia			Calabria			Sicilia		
	Valori	Var %	Quota	Valori	Var %	Quota	Valori	Var %	Quota	Valori	Var %	Quota
Unione europea	4.695	4,0	2,2	4.206	-12,1	2,0	140	-8,7	0,1	4.049	-21,7	1,9
Paesi europei non UE	1.055	-7,2	2,1	1.956	10,2	3,9	91	-10,4	0,2	2.129	-2,0	4,2
Africa settentrionale	580	22,2	3,9	218	33,6	1,5	30	44,7	0,2	2.144	-8,8	14,6
Altri Paesi africani	344	-2,6	6,0	46	13,8	0,8	5	-40,0	0,1	313	37,4	5,5
America settentrionale	1.288	7,0	4,3	521	-23,4	1,7	29	-12,6	0,1	732	-41,8	2,4
America centro-meridionale	281	-15,0	1,9	134	-58,9	0,9	9	-7,9	0,1	203	-35,4	1,4
Medio Oriente	316	-16,8	1,6	338	9,9	1,7	16	-14,5	0,1	911	-6,4	4,5
Asia centrale	64	-50,6	1,3	57	-50,5	1,2	5	-16,9	0,1	21	12,5	0,4
Asia orientale	771	9,0	2,4	403	-22,3	1,2	19	-5,7	0,1	617	9,0	1,9
Oceania e altri territori	193	2,8	2,6	69	-56,2	0,9	6	29,0	0,1	28	9,1	0,4
Mondo	9.588	1,8	2,5	7.947	-10,4	2,0	351	-7,0	0,1	11.147	-14,8	2,9

Fonte: elaborazioni ICE su dati ISTAT

2. QUADRO SINTETICO DEL PROGRAMMA DELLE INIZIATIVE DEL PIANO EXPORT SUD – II ANNUALITÀ – 1.2.2015-31.1.2016

Il **Piano Export Sud** punta a favorire l'internazionalizzazione delle PMI, la promozione dell'immagine del prodotto italiano nel mondo e rientra nelle misure previste dal **Piano di Azione per la Coesione (PAC)**, nell'ambito del processo di riprogrammazione del PON Ricerca e Competitività 2007-2013 messo a punto dalla DGIAI del MISE.

Il Piano definisce un programma pluriennale di sostegno alla promozione dei prodotti e servizi sui mercati internazionali delle imprese delle Regioni Campania, Calabria, Puglia Sicilia, ed è gestito e coordinato dall'ICE-Agenzia in collaborazione con gli enti territoriali e i sistemi industriali locali.

A seguito della Convenzione stipulata il 19 giugno 2013 con Il *Ministero dello Sviluppo Economico – Direzione Generale per l'Incentivazione delle Attività Imprenditoriali*, l'ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane è stata incaricata di predisporre i Programmi operativi annuali del Piano Export Sud, nell'arco temporale di 3 annualità.

Il **Programma Operativo** relativo alla **seconda annualità** si svolgerà dal 1° febbraio 2015 al 31 gennaio 2016, ad eccezione di alcuni eventi fieristici che si concluderanno entro il primo trimestre 2016, con un budget di **18.800.00,00 euro** al netto delle spese generali pari al 6%. Gli eventi in programma sono **79 iniziative**, comprese le azioni di supporto alla promozione, alla gestione e alla realizzazione del Piano.

I destinatari delle linee di sostegno, oltre alle imprese, in particolare MPMI, sono start-up, parchi universitari e tecnologici, consorzi e reti di impresa presenti nelle quattro Regioni della Convergenza, che potranno beneficiare sia di una serie di servizi a carattere formativo, prevalentemente a titolo gratuito, sia di un programma di iniziative promozionali finalizzate ad incrementare il livello della propensione all'export delle realtà imprenditoriali e produttive delle 4 Regioni della Convergenza.

Le modalità di partecipazione e i criteri di ammissibilità, in continuità con quanto realizzato nella Primo Programma Operativo, saranno pubblicizzati per ogni singola iniziativa e restano coerenti con i contenuti della Convenzione. Per alcune linee di intervento è prevista la copertura dei costi attraverso il *de minimis*. In ogni caso, non rientrano nelle spese ammissibili o finanziati dal *de minimis* i costi per vitto/alloggio/viaggio/trasporti delle imprese italiane per la partecipazione a eventi sia in Italia che all'estero.

Nello specifico, le iniziative del **Piano Export Sud per la II Annualità** seguiranno la stessa articolazione del Primo Programma Operativo, ossia saranno distribuite su **9 linee di intervento**, sotto forma di interventi di formazione e di iniziative promozionali così distribuite:

A. - Azioni di tutoraggio e formazione

- A.1 – Progetto-pilota ICE Export Lab
- A.2 – Azioni di formazione per la gestione della Proprietà Intellettuale
- A.3 – Seminari tecnico-formativi e di primo orientamento ai mercati internazionali.

B. - Iniziative Promozionali

- B.1 – Partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali
- B.2 – Missioni di operatori esteri
- B.3 – Azioni sui media e sulle reti commerciali estere
- B.4 – Eventi di partenariato internazionali
- B.5 – Borsa dell'Innovazione dell'Alta Tecnologia
- B.6 – Progetto Pilota "Verso il Mediterraneo"

Il presente programma di attività, in coerenza con gli interventi di sostegno pubblico alle imprese già realizzati dall'ICE-Agenzia, è focalizzato sui comparti considerati prioritari e si svilupperà secondo la logica della filiera. Le iniziative riguarderanno:

- **la filiera dell'agro-alimentare**, (alimentari, ortofrutta, viticoltura, florovivaismo, ittica);
- **la filiera della moda** (tessile/abbigliamento, calzature, conceria, oreficeria, editoria, cinematografia);
- **la filiera della mobilità** (nautica, aerospazio, logistica, meccanica).
- **la filiera dell'arredo e costruzioni** (arredamento, restauro architettonico, sviluppo urbano, lapideo, infrastrutture);
- **la filiera dell'alta tecnologia**, (nano-biotecnologie, mecatronica, ICT);
- **la filiera dell'energia** (ambiente e energie rinnovabili).

In coerenza con quanto emerso dall'analisi degli indicatori del mercato, nonché con l'esperienza maturata nel corso della prima annualità del Piano, il presente programma di

iniziative è stato orientato alla scelta di quelle azioni, già realizzate, che hanno ottenuto maggiori risultati in termini di consenso ed efficacia da parte delle imprese.

Tra le **misure riguardanti la formazione**, il Piano prevede la realizzazione della terza fase della prima edizione degli **Export Lab - linea di intervento A.1**, già avviati in ogni Regione, che coincide con l'incubazione all'estero presso la rete degli uffici dell'ICE-Agenzia per il lancio di prodotti e servizi nei mercati individuati.

Contestualmente saranno lanciati i bandi per la selezione delle imprese manifatturiere e di servizi, consorzi, reti di impresa, start-up e parchi universitari delle quattro Regioni Convergenza, che parteciperanno alla seconda edizione degli Export Lab. Il numero dei partecipanti è stato incrementato a 35 rispetto i 25 della prima edizione. Il programma dei moduli formativi prevede anche giornata dedicate ad esercitazione e analisi di case studies. Seguirà una fase di assistenza personalizzata (Fase II) di 40 ore per ciascuna azienda, finalizzata all'elaborazione di un piano di intervento sul mercato estero prescelto.

Saranno inoltre organizzate occasioni di networking tra le aziende partecipanti agli Export Lab, dirette ad incentivare la costituzione di reti (formali ed informali) di imprese con l'obiettivo di superare il limite dimensionale di alcune aziende, che spesso costituisce una criticità nell'affrontare i mercati esteri.

Rispetto alla prima annualità del Piano, i moduli formativi relativi alla seconda edizione degli Export Lab coinvolgeranno un numero più ampio di imprese per soddisfare le numerose richieste pervenute.

Tra le iniziative formative, la **linea di intervento A.2** prevede **moduli di addestramento sulla Proprietà Intellettuale** per profili tecnico-specialistici (ricercatori, fisici, chimici, ingegneri) di università, parchi tecnologici, PMI e start-up al fine di sviluppare capacità manageriali nella gestione e valorizzazione del portafoglio di brevetti. Si tratta di 4 brevi corsi di formazione, uno per Regione, rivolti a 15 aziende per ciascuna edizione, previa selezione in base ad un avviso pubblico.

Le 4 edizioni previste per la seconda annualità avranno anche carattere settoriale in base alle esigenze dei territori e comprenderanno moduli diversificati di orientamento al mercato, tenendo sempre presente l'obiettivo prioritario di valorizzare il portafoglio di proprietà intellettuale in dotazione alle aziende per lo sfruttamento commerciale. I luoghi di effettuazione saranno Lecce, Napoli, Catania e Cosenza e si cercherà, per quanto possibile, di realizzare i corsi in città non coperte dalla prima annualità. Nella II annualità sarà inserita anche una attività di affiancamento alle aziende per l'approfondimento di temi più specifici.

Nella **linea di intervento A.3**, sempre nell'ambito della formazione, rientra invece l'organizzazione di **seminari tecnico-formativi di primo orientamento ai mercati internazionali** con l'obiettivo di raggiungere il massimo numero di operatori. Per ogni Regione sono state pianificate 5 sessioni a carattere settoriale o dedicate alle tematiche di attualità e rilevanza per l'internazionalizzazione, selezionate anche in considerazione dei fabbisogni formativi emersi dal territorio. Gli argomenti trattati riguarderanno oltre agli aspetti tecnici, finanziari, manageriali e interculturali più attuali e rilevanti per promuovere le attività delle imprese sui mercati esteri anche focus che illustrino competenze e peculiarità legate all'imprenditoria femminile. Gli interventi di check-up aziendale saranno incrementati rispetto a quanto realizzato nella prima annualità.

La dotazione finanziaria destinata alle linee di intervento per la formazione e il tutoraggio è pari a **il 12,8% sul budget totale della II annualità**.

Per quanto riguarda le **iniziative promozionali in Italia e all'estero** è stato predisposto un apposito programma di eventi strutturato secondo le 6 linee di intervento ma, in generale, il numero delle fiere è stato leggermente ridotto, preferendo l'uso di strumenti promozionali ritenuti più efficaci e più accessibili finanziariamente alle imprese, quali missioni di incoming (linea di intervento B.2) e azioni sulla GDO (linea di intervento B.3).

Per quanto riguarda la linea di intervento B.1, relativa alla partecipazione a manifestazioni fieristiche, sono state pianificate **20 fiere internazionali** dedicate ai settori dell'agro-alimentare e bevande, dell'ambiente, del florovivaismo, dell'aerospazio, dell'HO.RE.CA, della moda, della gioielleria-oreficeria, dell'editoria, della cinematografia, della nautica, e dell'arredamento. Gli eventi fieristici che hanno riscontrato una buona partecipazione da parte delle imprese nel 2014, come Who'S Next (Moda, Francia), Vinexpo (Vino e bevande), World Food di Mosca sono stati reinseriti nel Programma Operativo Annuale. Tra le novità, i saloni dedicati alla nautica (International Boat Show) e all'ICT (Cebit/Germania e Mobile World Congress/Spagna); quest'ultimo comparto nel primo programma operativo non era stato sufficientemente considerato.

La dotazione finanziaria impegnata per questa voce è **pari al 21,4% del totale dei fondi della II annualità**.

Anche nel secondo Programma Operativo, le aziende potranno usufruire degli aiuti *de minimis* a copertura di parte dei costi di area/allestimento/gestione di stand espositivo individuale e per l'affiancamento consulenziale previsto per la seconda fase degli Export Lab, nel rispetto del Regolamento UE n. 1407/2013 del 18.12.2013.

La **linea di intervento B.2** riguarda le **missioni di incoming di operatori esteri** come buyer, distributori, esperti, architetti, giornalisti, in programma presso i distretti e le aree produttive, sono **15** e riguardano i settori della nautica, dell'aerospazio, della meccanica, della moda persona, del settore lapideo, del tessile/arredo, del design e della gioielleria/oreficeria/coralleria. Le azioni di incoming si concretizzeranno nella visita a distretti produttivi ovvero a fiere settoriali che si svolgono in Italia. Gli operatori esteri saranno selezionati tra i Paesi target indicati dal Piano Pluriennale, con prevalenza dei Paesi UE, del Mediterraneo e BRICS (Brasile, Russia, India, Cina, Sudafrica). La dotazione finanziaria per la realizzazione delle azioni di incoming è pari al **13,2% del totale dei fondi**.

La **linea di intervento B.3** relativa alle **azioni sui media e sulle reti commerciali e sulle GDO esteri** è stata notevolmente incrementata. Sono previste **26 iniziative**, con una **dotazione finanziaria del 34,5% del budget totale**. Tale modalità di intervento si è rilevata nel 2014 quella che ha consentito alle imprese di raggiungere risultati immediati, in termini di accordi stipulati dalle aziende. Le azioni sulla grande distribuzione, in particolare, hanno consentito di poter collocare immediatamente i prodotti e di poter testare attraverso un periodo di commercializzazione la domanda dei consumatori esteri. Nell'organizzazione di questi eventi saranno ripetuti gli incontri preliminari con le imprese delle regioni della Convergenza, utili a far conoscere i sistemi di distribuzione commerciale e di certificazione dei mercati esteri identificati come target.

Nella seconda annualità, le iniziative sulle GDO a carattere plurisettoriale riguarderanno l'Ungheria, la Bulgaria, la Turchia, la Spagna e la Svizzera. A queste si aggiungono gli interventi sulle reti distributive esclusivamente del comparto agro-alimentare.

Saranno inoltre realizzate azioni di comunicazione in occasione di grandi manifestazioni fieristiche del settore agro-alimentare quali la Fruitlogistica di Berlino, la Foodex di Tokyo e l'Anuga di Colonia. Proseguiranno le azioni intraprese in Cina e negli Stati Uniti sempre per i prodotti dell'agro-alimentare e dei vini. Questa linea di intervento incide per il 35,3%.

La **linea di intervento B.4** è invece dedicata ai **partenariati internazionali nei comparti ICT, dell'aerospazio, nel settore delle infrastrutture e delle energie rinnovabili** per lo sviluppo di forme di collaborazione commerciale e industriale e nel campo della R&S. In generale, questa linea di intervento **incide sul budget per il 3,3%** e ha una valenza più settoriale.

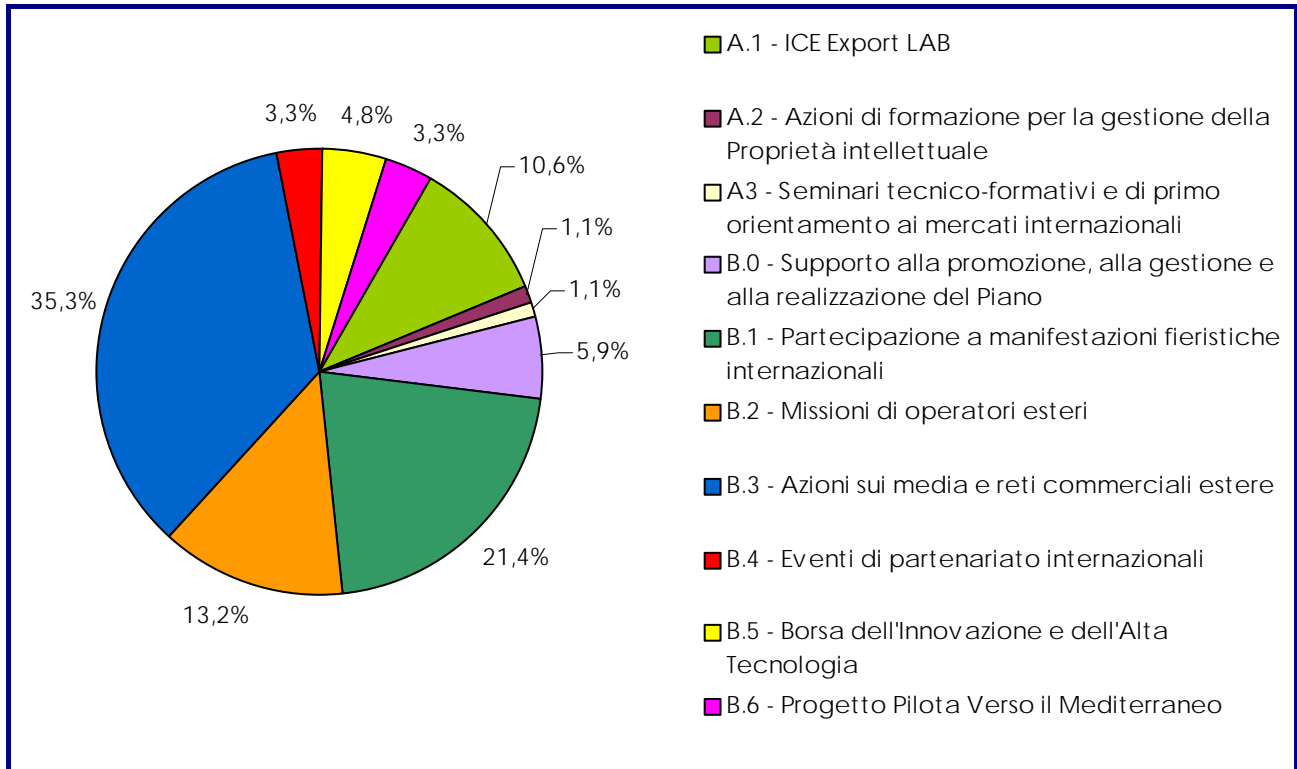
Il Piano operativo prevede anche la realizzazione della seconda edizione della **BIAT - Borsa dell'Innovazione e dell'Alta Tecnologia** a Bari, inserita nella **linea di intervento B.5**, un evento internazionale per promuovere la commercializzazione e/o il trasferimento di prodotti ad alta tecnologia e di beni immateriali (brevetti, in particolare), attraverso il matchmaking tra offerta e domanda commerciale e tecnologica, tra start up, PMI innovative, reti di impresa, università, parchi tecnologici e controparti straniere dai Paesi BRICS, USA, UE e del Mediterraneo. La BIAT è un nuovo format promozionale che è stato realizzato con successo a fine 2014 a Napoli e che ha consentito di mappare 174 progetti innovativi e di individuare circa 100 operatori esteri interessati a creare condizioni di partenariato o finanche ad investire.

La **linea di intervento B.6**, riguarda, invece, il **progetto pilota "Verso il Mediterraneo"**. Si tratta di una serie di interventi promozionali per favorire le forme di cooperazione industriale con i Paesi del bacino del Mediterraneo, utilizzando anche le risorse finanziarie messe a disposizione dai programmi UE. In particolare, si prevede la realizzazione di seminari, incontri B2B e workshop sui finanziamenti internazionali in Turchia, Giordania, Territori palestinesi e Tunisia. Proseguiranno i progetti intrapresi nel campo della logistica durante la prima annualità del Piano Export Sud nonché azioni di sostegno al consolidamento di rete di imprese/consorzi attraverso piattaforme di servizi all'export per le produzioni agro-alimentari e florovivaistiche in Puglia e Sicilia.

La dotazione finanziaria per la realizzazione delle attività comprese per questa linea di intervento ha **un'incidenza pari al 3,3% sul totale dei fondi**.

I grafici a seguire riportano la strutturazione del budget in percentuale per ciascuna linea di intervento sul totale dello stanziamento per la seconda annualità (grafico 2.1 e tabella 2.1) e una ripartizione sia per l'asse della formazione (grafico 2.2) che della promozione (grafico 2.3).

Grafico 2.1 – Ripartizione delle risorse per linee di intervento –II annualità
 (sono escluse le Spese generali pari al 6%)



I mercati esteri destinatari del secondo Piano Operativo di attività sono distribuiti in modo coerente a quanto stabilito nella Convenzione tra il MiSE e l'ICE-Agenzia. Le finalità sono quelle di recuperare le quote export perse dalle imprese italiane in Europa e nell'area Mediterranea e di potenziare l'azione nei paesi terzi, che mostrano tendenziali economici in crescita come i BRICS (Brasile, Cina, India, Russia, Sud-Africa), che nel **2013 hanno assorbito il 16,6% delle importazioni mondiali.**

A cura di ICE- Ufficio di Coordinamento servizi
 di Promozione del sistema Italia – pianosud@ice.it