



## *Ministero dello Sviluppo Economico*

*Direzione Generale per le Politiche di Internazionalizzazione e la  
Promozione Degli Scambi*

### **Breve presentazione della struttura**

L'obiettivo istituzionale è quello di accrescere il grado di internazionalizzazione delle aziende, con particolare attenzione alle piccole e medie imprese che rappresentano circa il 99% del totale, mettendo in campo strumenti di carattere promozionale e finanziario per accompagnarne la proiezione sui mercati internazionali. I mezzi consistono in strategie promozionali di sostegno al made in Italy, potenziamento degli strumenti agevolativi esistenti, facilitazione dei processi di internazionalizzazione, collegamenti con le Università ed i centri di ricerca, concentrazione delle risorse pubbliche nei settori e nelle aree geografiche dal maggior potenziale. La relativa esiguità delle risorse finanziarie da impiegare per la promozione, sempre limitate rispetto agli obiettivi, impone a tutti i soggetti preposti a facilitare l'internazionalizzazione economica e produttiva di fare sistema, evitando duplicazioni e producendo sinergie positive: a tale scopo, la Direzione Generale per le Politiche di Internazionalizzazione e la Promozione degli Scambi opera un collegamento con Regioni, ICE Agenzia, Associazioni di categoria, Camere di Commercio italiane all'estero, Unioncamere.

Le linee guida e di indirizzo strategico in materia di promozione e internazionalizzazione delle imprese, anche per quanto riguarda la programmazione delle risorse, sono assunte da una cabina di regia copresieduta dal Ministro degli affari esteri, dal Ministro dello sviluppo economico e composta dal Ministro dell'economia e delle finanze, dal Ministro delle politiche agricole, alimentari e forestali, dal presidente della Conferenza delle Regioni e delle Province autonome e dai presidenti, rispettivamente, dell'Unione italiana delle camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura, della Confederazione generale dell'industria italiana, di R.E.TE. Imprese Italia, di Alleanza delle Cooperative italiane e dell'Associazione Bancaria Italiana.

Al programma promozionale ordinario, contenente le attività promozionali che l'ICE-Agenzia realizza sulla base delle Linee Diretrici impartite dalla cabina di regia dal Ministero dello Sviluppo Economico, si affianca il Programma straordinario di sostegno del Made in Italy, gestito direttamente dal Ministero. In questo ambito, vengono realizzate azioni promozionali con previsione di risultati a medio e lungo termine in settori innovativi, con l'obiettivo di sostenere e rafforzare il Sistema Italia, inteso come sintesi della creatività, della progettualità e delle competenze e specializzazioni delle imprese del paese.

Dall'esigenza di sviluppare una promozione integrata delle imprese nei mercati esteri, nascono le Missioni di sistema, che vedono la collaborazione ed il coinvolgimento di più soggetti pubblici e privati: Ministero dello Sviluppo Economico e Ministero degli Affari Esteri, Regioni, Ice-Agenzia, Abi, Sistema camerale, Confindustria e gli altri soggetti imprenditoriali presenti nella cabina di regia.

Piano per la promozione straordinaria del Made in Italy: come è noto, la legge di stabilità 2014 ha attribuito uno stanziamento triennale straordinario alle attività di promozione e sviluppo dell'internazionalizzazione dei prodotti e dei servizi Made in Italy. Si tratta di uno sforzo finanziario straordinario che fa stato della rilevanza della componente estera per la nostra economia, sia in termini di PIL che di occupazione.

## I risultati raggiunti

L'obiettivo dell'attività svolta è stato quello di potenziare l'offerta di servizi e strumenti volti a incrementare il numero di imprese italiane stabilmente esportatrici, tenuto conto che - in una fase di ancor difficile congiuntura - il nostro export è la voce che ha contribuito e contribuisce in modo determinante a contrastare il rallentamento della dinamica economica interna. Nel corso del 2016 la Direzione generale ha realizzato, nell'ambito del proprio **OBIETTIVO STRATEGICO: "Sviluppare l'internazionalizzazione delle imprese italiane aggiornando le strategie di supporto e sostenendo progetti innovativi per la promozione del "Made in Italy" nei mercati internazionali"**, i seguenti obiettivi operativi:

### **Obiettivo operativo n.1: "Attuazione e monitoraggio del Piano Straordinario per la promozione del Made in Italy".**

#### 1.1. Potenziamento Grandi Eventi Fieristici

Le iniziative complessivamente realizzate sono state 26.

Il potenziamento è avvenuto tramite l'incoming, presso le singole manifestazioni, di un numero rilevante di buyer internazionali, nonché tramite la realizzazione di vari eventi collaterali di comunicazione e di business. La misura ha inteso riaffermare il primato delle più importanti manifestazioni fieristiche italiane, allo scopo di rafforzare in maniera diretta la presenza sui mercati esteri delle singole aziende, con ricadute positive anche sui livelli occupazionali. Gli interventi di potenziamento hanno realizzato un'azione di sostegno ad ampio raggio, sui principali eventi fieristici rappresentativi dell'eccellenza mondiale della struttura produttiva italiana, sia nei settori dei beni di consumo (food e non-food) che dei beni strumentali.

Il supporto è stato destinato a manifestazioni fieristiche in possesso di almeno due dei seguenti requisiti: principale evento italiano per il settore di riferimento; numero complessivo degli espositori superiore a mille; percentuale di espositori esteri maggiore del 20% del totale; numero di visitatori superiore a 100.000 di cui almeno il 20% esteri.

A partire dal 2016, nell'ottica di favorire la trasparenza e certezza dei sistemi di rilevazione dei dati delle manifestazioni fieristiche, nonché di garantire la coerenza tra la normativa nazionale a livello di sistema fieristico e quella internazionale, promuovendo la presenza delle fiere italiane nelle classifiche internazionali, vengono supportate manifestazioni che, oltre a presentare le caratteristiche indicate, abbiano ottenuto la certificazione ISFCERT (Istituto di Certificazione Dati Statistici Fieristici creato dalle associazioni che rappresentano il sistema fieristico italiano - AEFI, CFT, CFI - e da Unioncamere), sviluppata in coerenza con le normative regionali attinenti il sistema fieristico nazionale ed i protocolli internazionali UFI (Union des Foires internationales) e ISO, o che abbiano avanzato formale e documentata richiesta di certificazione.

Le attività svolte consistono in:

- azioni di comunicazione su media nazionali e internazionali;
- conferenze stampa e inviti di giornalisti delle principali testate nazionali ed estere;
- incoming di buyers selezionati provenienti da tutto il mondo;
- organizzazione di eventi speciali e di networking;
- presenza istituzionale o in collettiva alle principali fiere estere per pubblicizzare la manifestazione italiana supportata.

Nel corso delle manifestazioni già concluse, sono state realizzate azioni di incoming che hanno coinvolto, complessivamente, circa 5.600 operatori (giornalisti e buyers esteri).

## 1.2. Roadshow per le PMI

Anche nel 2016 è proseguita la strategia di informazione e pubblicizzazione degli strumenti a sostegno dell'internazionalizzazione direttamente sui territori, allo scopo di sostenere l'incremento della percentuale di imprese stabilmente esportatrici anche attraverso sessioni di incontri formativi personalizzati rivolte alle aziende che intendono affacciarsi per la prima volta sui mercati esteri.

Nel corso del 2016 sono state 16 le tappe (4 monosettoriali, 8 plurisettoriali) in Italia che hanno proseguito la strategia avviata nel biennio precedente di informazione diretta sui territori alle imprese, attraverso la presentazione congiunta degli strumenti di supporto all'internazionalizzazione messi a disposizione dal "Sistema Italia" da parte di: ICE-Agenzia, SACE, SIMEST, Confindustria, Unioncamere, Rete Imprese Italia, Alleanze delle Cooperative Italiane, ed altri partner territoriali.

Partecipanti aziendali: 2.003; totale incontri b2b: 2.552; incontri di "Check Up": 169; incontri di "Formazione": 147. Dato di soddisfazione espresso dalle imprese partecipanti: 98%.

## 1.3 Iniziative e progetti speciali su Paesi e Settori Focus per il Made in Italy

Dopo l'individuazione di Paesi e Settori "Focus" e delle iniziative e dei progetti di riferimento, è stato predisposto il Decreto ministeriale di destinazione, firmato in data 13 luglio 2016 (registrazione della Corte dei Conti in data 4 agosto 2016), che ripartisce il fondo 2016 - pari a € 11.137.483 - tra gli stessi progetti.

Questi ultimi riguardano:

- Missioni imprenditoriali, relativi follow-up anche di collaborazione industriale, in particolare centri tecnologici;
- Promozione filiere plurisettoriali e innovative;
- Promozione filiere del Made in Italy e GDO;
- Attività di formazione informazione alle imprese.

### **Obiettivo operativo n.2: Elaborazione e aggiornamento dei "Dossier Paese"**

L'attività internazionale del Ministero dello Sviluppo Economico è particolarmente intensa e si articola in iniziative di vario genere, quali incontri con delegazioni estere, missioni istituzionali, e coordinamento dell'attività promozionale internazionale.

Nello svolgimento di tutte queste diverse azioni risulta necessario disporre di un supporto informativo e documentale idoneo, rappresentato prioritariamente dalle Schede Paese direzionali, per la cui predisposizione sono utilizzate anche dati e informazioni provenienti da diversi enti (tra gli altri le sedi estere di Ice Agenzia, Simest, Sace, Ambasciate, Istat) e Uffici della Direzione.

La redazione finale del Dossier mira a fornire per ciascun Paese un outlook su: relazioni economiche e commerciali; opportunità per le imprese italiane nel mercato considerato; programmi locali di sviluppo; attività promozionali e finanziarie italiane in essere e programmate.

Tali documenti vengono forniti ai vertici politici ed amministrativi dell'Amministrazione con notevole frequenza, e pertanto richiedono aggiornamenti costanti.

Nel corso dell'anno 2016 sono stati prodotti n. 250 "dossier Paese", in misura ampiamente superiore al target previsto.

## Le criticità e le opportunità

Non si segnalano particolari difficoltà amministrative o organizzative emerse nella gestione delle attività e dei processi.

Le politiche di internazionalizzazione del sistema produttivo nazionale costituiscono tuttora, nel quadro di una congiuntura caratterizzata da sempre maggiore competitività internazionale, una componente di rilievo delle politiche governative e sono principalmente finalizzate ad incrementare le quote italiane del commercio internazionale e a conquistare nuovi mercati.

## Obiettivi individuali

Gli obiettivi individuali del personale dirigente di prima (n.1 dirigente) e di seconda fascia (n. 7 dirigenti) risultano, nell'anno di riferimento, raggiunti al 100%, con valutazione individuale massima in tutti i casi. Le valutazioni del personale non dirigente sono state effettuate per 68 unità valutate al 31 dicembre 2016.

Di queste, n.7 sono stati alcuni collocati a riposo nel corso del 2016, altri trasferiti, in comando o in aspettativa L.26 e, quindi, con un totale di unità in servizio effettivo al 31 dicembre 2016 pari a 70.

La differenziazione di giudizi risulta articolata su quattro tipologie di punteggio, con il raggiungimento del massimo punteggio di valutazione da parte del 70% circa del personale.

La struttura comprende n.7 uffici (Divisioni), ubicati in un'unica sede.

## Risorse, efficienza ed economicità

Rispetto all'esercizio precedente, i costi della struttura registrano una diminuzione dovuta alla progressiva riduzione del personale in servizio, tenendo comunque conto che tutte le spese di funzionamento sono sottoposte da tempo al regime di "gestione unificata".

In merito alla formazione di residui di bilancio nell'esercizio finanziario in esame, si evidenzia quanto segue, per le voci di maggior rilevanza:

**Capitolo 7360** (Quote di utili Simest da destinare a promozione etc.): sul capitolo non vi sono residui conservati in bilancio ma soltanto residui in stato di perenzione per i quali si chiede l'iscrizione in bilancio al momento della richiesta di pagamento da parte dei soggetti attuatori dei vari progetti per l'internazionalizzazione finanziati con le risorse del capitolo e impegnate nel corso di esercizi precedenti. Al netto delle liquidazioni effettuate nel corso dell'anno, l'ammontare complessivo dei residui in perenzione assomma, al 31 dicembre 2016, a € 2.929.560,97.

Di tale somma, in sede di riaccertamento, è stata autorizzata la cancellazione ai sensi dell'art.34ter co.4 L.196/2009 di residui pari a € 190.127,57.

**Capitolo 7481 - Piano gestionale 1** (Somme per campagne straordinarie per il Made in Italy, etc.): i residui iniziali 2016 risultavano pari a € 20.136.803,51, di cui € 10.090.380 di lettera C ed € 9.993.636,92 di lettera F (questi ultimi corrispondenti allo stanziamento 2015), mentre i residui finali 2016 risultano pari a € 29.479.523,19 interamente di lettera C.

I progetti straordinari a valere sul cap. 7481 - di conto capitale - vengono infatti abitualmente programmati e realizzati nell'arco di un biennio, con Decreto ministeriale di destinazione emesso nell'anno di stanziamento ed impegno effettuato nel corso dell'anno seguente. Questo comporta

necessariamente il crearsi costante di residui che, a partire dal 2011, hanno scontato anche gli effetti della soppressione dell'ICE, ente strumentale del Ministero a cui venivano di norma affidati i progetti. Dopo la costituzione del nuovo soggetto "Ice-Agenzia", il Ministero ha avviato una capillare verifica dei progetti in sospeso, con contestuale ripresa dell'attività realizzativa, con l'intento di superare l'immobilizzo di risorse pubbliche e ridurre l'import dei residui, come già evidente dal confronto tra i valori degli esercizi 2015 e 2016.

**Cap. 7482 – Piano gestionale 1 ex Cap. 7481 – Piano gestionale 2** (Realizzazione del Piano Straordinario per la promozione del Made in Italy e l'attrazione degli investimenti: i residui iniziali 2016 ammontavano ad € 50.000.000, di cui € 41.498.000 di lettera C, ed € 8.502.000 di lettera F, mentre i residui finali 2016 risultano pari a 44.660.552,71 interamente di lettera C.

Si prevede la liquidazione dei fondi già impegnati nel corso dell'esercizio 2016.

### Obiettivi strategici

Non si sono registrate variazioni, nel corso dell'anno di riferimento, per quanto riguarda obiettivi, indicatori, target, pesi e risorse assegnate.

#### OBIETTIVO STRATEGICO:

*"Sviluppare l'internazionalizzazione delle imprese italiane aggiornando le strategie di supporto e sostenendo progetti innovativi per la promozione del Made in Italy nei mercati internazionali"*

Indicatori:

Indicatori triennali e annuali		
Tasso di crescita delle esportazioni italiane		
Tasso di crescita degli IDE italiani all'estero		
Descrizione e formula	Tipo	Target
Tasso di crescita dell'export italiano annuo definito da ISTAT: T 2015-T 2014/T 2014 (T= tasso)	Indicatore di impatto (outcome)	>0
Tasso di crescita degli IDE italiani all'estero annuo definito da BANKITALIA: T 2015-T 2014/T 2014 (T= tasso)	Indicatore di impatto (outcome)	>0

Target:

Consolidare la presenza delle imprese italiane all'estero e incrementare il numero delle aziende potenzialmente esportatrici, tramite la valorizzazione dei grandi eventi di visibilità delle eccellenze italiane e la pubblicizzazione, nel territorio nazionale, degli strumenti a sostegno dell'internazionalizzazione delle PMI.

Risorse (umane e finanziarie) a preventivo:

Vedi Obiettivi operativi n. 1 e 2 che compongono l'Obiettivo strategico

Struttura di riferimento e responsabile:

---

Variazioni intervenute nel corso dell'anno: nessuna

---

Risorse (umane e finanziarie) a consuntivo:

Vedi Obiettivi operativi n. 1 e 2 che compongono l'Obiettivo strategico

---

Valore consuntivo degli indicatori:

Indicatore n.1:

Il tasso di crescita dell'export italiano nel 2016 è stato pari a: + 1,2% (elaborazioni su dati Istat).

Indicatore n.2:

Il tasso di crescita degli IDE italiani all'estero nel corso del 2016 è stato pari a : +35,2% (elaborazioni su dati Banca d'Italia).

---

Grado (valore %) di raggiungimento dell'obiettivo: 100%

---

Scostamento tra risultato atteso e raggiunto: nessuno

---

## Obiettivi e piani operativi

	Anno 2016
<b>OBIETTIVO OPERATIVO N. 1</b>	Peso 80%
Attuazione e monitoraggio del Piano Straordinario per la promozione del Made in Italy	
Risultato complessivo dell'obiettivo operativo:  Consolidare la presenza delle imprese italiane all'estero e incrementare il numero delle aziende potenzialmente esportatrici, tramite la valorizzazione dei grandi eventi di visibilità delle eccellenze italiane e la pubblicizzazione, nel territorio nazionale, degli strumenti a sostegno dell'internazionalizzazione delle PMI.  Indicatore/indicatori e target 1.1, 1.2: N° iniziative realizzate/N° iniziative previste Target: 100% 2: N° Atti adottati / N° Atti previsti Target: 100%	

Eventuali altre strutture interessate e stakeholder coinvolti: ICE Agenzia, Enti Fieristici, Associazioni di categoria, etc.					
1.1 Descrizione delle fasi operative (azioni)	Durata della fase		Risultati attesi al termine della fase	Peso della fase	Indicatori di controllo
Attività per la definizione delle iniziative e per la attribuzione all' Agenzia ICE della fase realizzativa del potenziamento Grandi Eventi Fieristici 2016. Attività per la definizione delle iniziative e per la attribuzione all'Agenzia ICE della fase realizzativa dei Roadshow per le PMI 2016. Pianificazione iniziative e progetti speciali su Paesi e settori focus per il Made in Italy 2016	inizio 01/01/16	fine 31/12/16	Individuazione delle iniziative e realizzazione delle condizioni per l'implementazione da parte del soggetto attuatore per il potenziamento Grandi Eventi Fieristici. Individuazione delle località e della loro articolazione (Sessioni plenarie tecniche, incontri plenarie tecniche, incontri individuali e percorsi formativi con le imprese locali) e realizzazione delle condizioni per l'implementazione da parte del soggetto Attuatore dei Road Show per le PMI. Individuazione delle iniziative e progetti che dovranno essere approvati dai soggetti attuatori dei progetti speciali per il Made in Italy.	40%	n.11 atti
1.2 Descrizione delle fasi operative (azioni)	Durata della fase		Risultati attesi al termine della fase	Peso della fase	Indicatori di controllo
Potenziamento iniziative Fieristiche. Attuazione dei Road Show per le PMI. Strutturazione definitiva dei progetti e iniziative speciali per il Made in Italy 2016.	inizio 01/01/16	fine 31/12/16	Svolgimento delle Fiere con iniziative speciali per settori/territori a favore del Made in Italy. Svolgimento e monitoraggio dei Road Show per le PMI. Destinazione delle risorse finanziarie per le iniziative e progetti speciali per il Made in Italy.	60%	25 iniziative per le Fiere. 12 sessioni per i Road Show. 1 atto di destinazione e impegno risorse per i progetti speciali Made in Italy

<b>OBIETTIVO OPERATIVO N.2</b>					
Elaborazione ed aggiornamento dei "Dossier-Paese"					
Descrizione delle fasi operative (azioni)	Durata della fase		Risultati attesi al termine della fase	Peso della fase	Indicatori di controllo
Elaborazione e aggiornamento dei "Dossier Paese"	inizio 01/01/16	fine 31/12/16	Produzione e/o aggiornamento dei dossier	20%	250 Dossier Paese

**RISORSE:****OBIETTIVO OPERATIVO N. 1 ATTUATIVO DELL'OBIETTIVO STRATEGICO N.6**

Risorse umane		
Qualifica e fascia retributiva	N.°	% di impegno
Dir. Gen.	1	5
Dir. II F	4	35
TA-F6	3	30
TA-F4	1	30
TA-F3	5	30
TA-F1	7	30
SA-F5	5	25
SA-F4	1	25
SA-F3	6	25
SA-F2	1	25

RISORSE FINANZIARIE DESTINATE ALLA REALIZZAZIONE DELL'OBIETTIVO: € 61.336.279

focus su:

Personale interno € 1.198.796

Consulenze e Promozioni € 60.137.483 Cap.7481