

PATTO PER L'EXPORT

- Il **Patto per l'Export** rappresenta una **strategia innovativa** per il **rilancio dell'export del "Made in Italy"** nella fase **post-emergenza sanitaria**, attraverso il **rafforzamento degli strumenti di sostegno all'internazionalizzazione** e un'**azione promozionale di ampio respiro**.
- Si tratta di una proposta condivisa dal Ministro Di Maio con tutti i partecipanti all'ultima riunione della Cabina di Regia per l'internazionalizzazione (20 dicembre 2019) e con le associazioni che hanno preso parte alla riunione di presentazione delle linee innovative del "Piano Straordinario per il Made in Italy" (3 marzo 2020).
- In concreto, il Patto è un vero e proprio accordo che recepisce sinteticamente le istanze delle **associazioni di categoria**, che hanno preso parte, dal 14 al 21 aprile, a **12 tavoli settoriali di ascolto**, presieduti dal Sottosegretario Di Stefano. I tavoli hanno visto il coinvolgimento di oltre 250 partecipanti e **147 associazioni** rappresentative di **tutti i settori produttivi**: dal settore agroalimentare alla meccanica, dal sistema fieristico a quello infrastrutturale, passando per il comparto dell'innovazione, della salute e dei servizi all'export.
- Il Patto verrà realizzato dalla **Farnesina**, grazie anche alla **rete diplomatico consolare** – composta da oltre 300 Sedi all'estero, tra Ambasciate, Rappresentanze Permanenti, Uffici Consolari e Istituti Italiani di Cultura – da **ICE Agenzia** (con i suoi 78 Uffici/Punti di corrispondenza all'estero) e dal Gruppo CDP-SACE-SIMEST (con i suoi 12 Uffici nel mondo).
- Dai 12 tavoli settoriali di ascolto è emersa una generale convergenza di vedute su alcune linee d'intervento prioritarie, che sono confluiti negli assi strategici del Patto:
 1. **Comunicazione:** campagna di "nation branding", che sarà realizzata da ICE-Agenzia, con l'obiettivo di rilanciare l'immagine dell'Italia e sostenere i settori economici più penalizzati dalla crisi covid-19, con particolare attenzione al turismo.
 2. **Promozione Integrata:** iniziative di promozione particolare su arte contemporanea, cinema e audiovisivo, spettacoli dal vivo, editoria, cucina, design, scienza ed innovazione, con iniziative che possano essere un'occasione di visibilità per imprenditori, professionisti e creativi italiani e di conoscenza del *Made in Italy* per il pubblico internazionale.
 3. **Formazione/informazione:** strumenti formativi e informativi per le imprese, tra cui un **e-book**: una vera e propria guida di accompagnamento all'export, che verrà distribuita tra le PMI pronte ad affacciarsi sul mercato internazionale, ma non ancora stabilmente esportatrici; l'**e-desk** – partendo da un progetto in corso ICE-SACE-MAECI - consentirà l'accesso digitalizzato ai servizi di sostegno all'export, attraverso il portale unico, con una profilazione di aziende, settori e mercati; **TEM (Temporary Export Manager)** e **DEM (Digital Export Manager)**, che assisteranno l'azienda nei processi di innovazione, digitalizzazione e internazionalizzazione;
 4. **Sistema fieristico:** ammodernamento del sistema fieristico, attraverso una parziale digitalizzazione delle fiere e la creazione di piattaforme per incontri B2B virtuali;
 5. **Commercio digitale:** ampliamento degli accordi con le principali piattaforme di e-commerce internazionali e anche con piattaforme "minori" di e-commerce, ma molto popolari in mercati prioritari.
 6. **Finanza agevolata:** Centralità degli strumenti finanzia agevolata per le strategie di crescita e internazionalizzazione delle PMI e delle imprese start-up. Al fine di aumentare il numero delle imprese che beneficiano degli interventi agevolativi finanziati a valere sul Fondo 394, su richiesta del MAECI, SIMEST realizzerà con sistematicità campagne di comunicazione mirate per le PMI e le start-up. Particolare attenzione verrà data alla promozione della disponibilità di risorse a valere sul fondo perduto dei finanziamenti agevolati per le misure su E-commerce e TEM.