

# **Piano Export Sud per le Regioni della Convergenza**

## **TERZA ANNUALITA'**

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

**DICEMBRE 2015**

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

**PANORAMICA SULLE ESPORTAZIONI DELLE REGIONI DELLA CONVERGENZA**

Al fine di definire in modo coerente e puntuale il programma di iniziative da attuare nel corso della terza annualità del Piano Export Sud per le Regioni della Convergenza, è opportuno condurre una panoramica sui risultati dell'export raggiunti nel corso del 2014 dalle 4 Regioni oggetto del suddetto Piano.

Questa panoramica trae fondamento dal rapporto 2014-2015 "L'Italia nell'economia internazionale" frutto della collaborazione tra l'Istituto nazionale di statistica e l'ICE – Agenzia.

Il 2014 ha rappresentato per le Regioni della Convergenza un anno di assestamento, rispetto alla crescita generale delle esportazioni avvenuta negli anni successivi alla crisi del 2009. Questo assestamento è stato, tuttavia, il preludio per un nuovo anno all'insegna della crescita nelle Regioni di Convergenza.

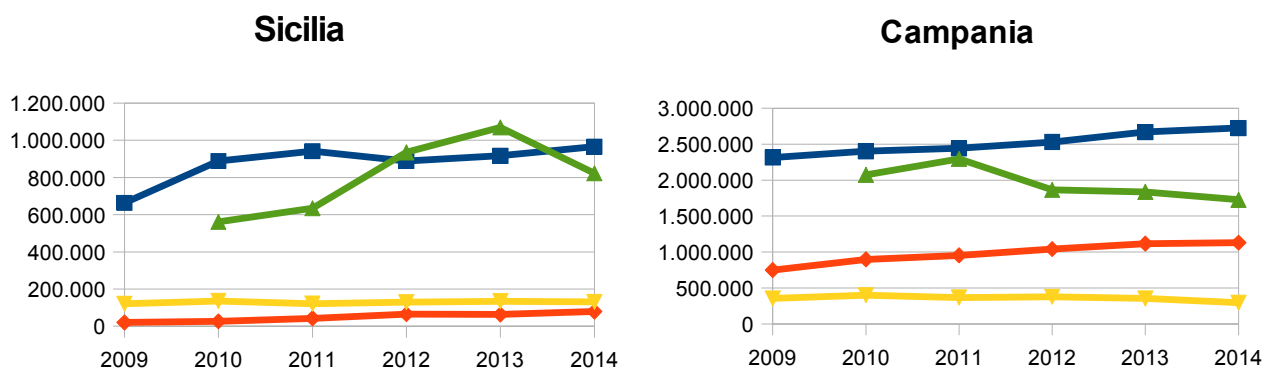
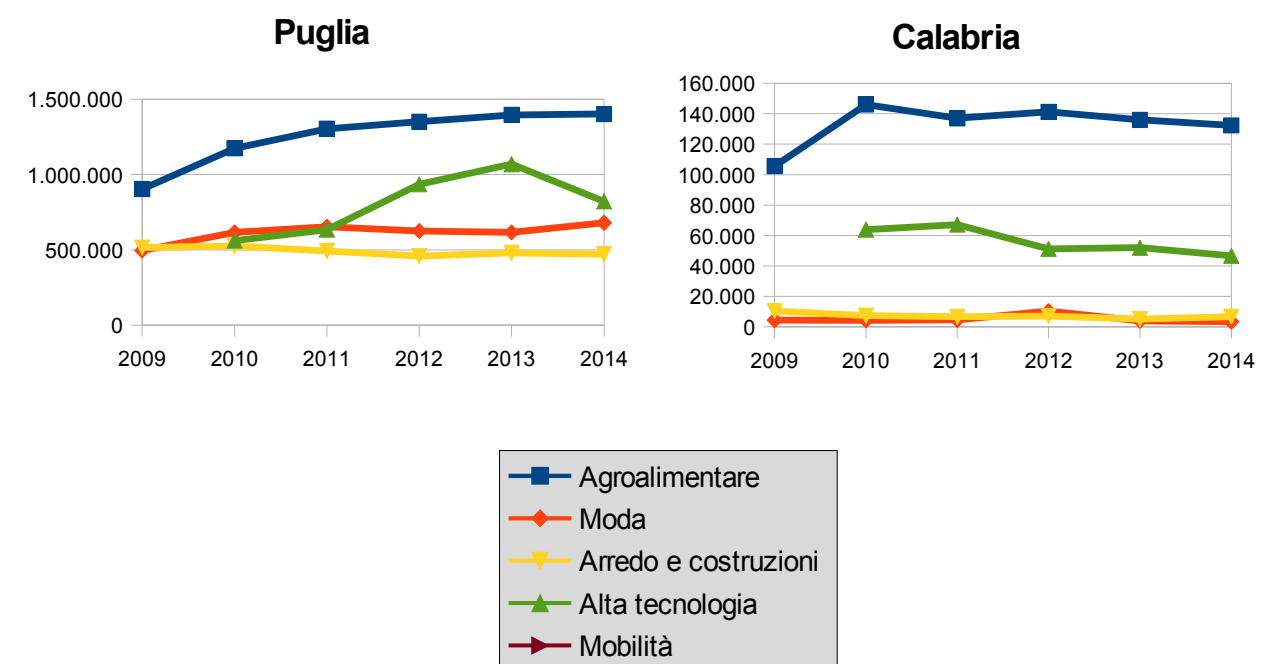
Nel corso del 2014, alcuni fattori esogeni hanno influito sulle dinamiche relative all'export dell'area di Convergenza quali, ad esempio, il crollo delle quotazioni del greggio e le criticità legate al polo siderurgico dell'area di Taranto.

Il primo fattore ha influenzato in particolar modo il dato della Regione Siciliana in cui il settore "coke e prodotti petroliferi raffinati" rappresenta i due terzi del totale delle esportazioni, il secondo, invece, ha ridotto le esportazioni nel comparto "metallo" della Puglia, che nel 2014 aveva raggiunto la performance migliore tra le 4 Regioni della Convergenza. Sulla base dei dati forniti dal Rapporto ICE-ISTAT risulta, infatti, che le esportazioni pugliesi hanno raggiunto il valore di 8,1 miliardi di euro, con un incremento dell'1,9% in termini nominali su base annua, in linea con la media nazionale (2,0%).

Approfondendo però l'analisi dell'export e disaggregandola per settore, non considerando i settori *non oil e siderurgico*, non rientranti nelle azioni supportate dal Piano Export Sud, si possono notare dei dati positivi in tutta l'area di Convergenza, soprattutto nel comparto dell'agroalimentare e della moda/tessile.

Questi dati positivi sono illustrati nel grafico 1.1 in cui è riportato il trend delle esportazioni dal 2009 al 2014, specificatamente nei comparti sostenuti dal Piano Export Sud. A seguire i grafici sui dati del primo semestre del 2015, sempre forniti dall'ISTAT, che mostrano invece i segnali di crescita dell'export rispetto agli stessi mesi dell'anno precedente nelle regioni del Mezzogiorno e nello specifico in quelle dell'area di Convergenza.

**Grafico 1.1 – Trend esportazioni per Regione relativi ai macrosettori produttivi**  
(periodo di riferimento 2009-2014 – Valori in migliaia di euro)



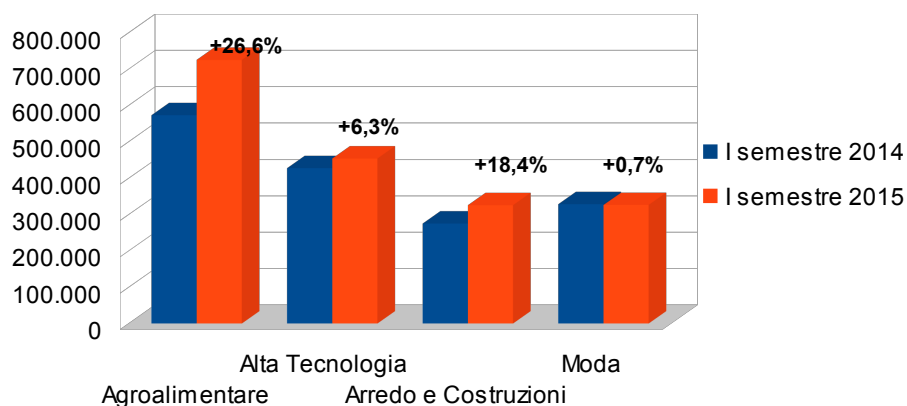
Fonte: Rapporto ICE 2014-2015 ICE su dati ISTAT

Nel dettaglio la **Puglia** risulta essere la regione più competitiva nei settori del Made in Italy più tradizionale come: il tessile e moda (+10,3%), in cui spicca il distretto delle calzature di Bari, e l'agroalimentare che si è confermato, anche nel 2014, tra i settori più dinamici dell'export pugliese. La dinamica positiva delle esportazioni regionali è stata, inoltre, sostenuta dal comparto della meccanica strumentale (+10,4%), grazie alla performance eccellente del distretto barese della meccatronica.

Questo trend positivo è proseguito anche nel primo semestre del 2015, periodo in cui per la Puglia si è registrato un aumento delle esportazioni in tutti i settori oggetto del Piano Export Sud.

**Grafico 1.2 – Esportazioni della Puglia nei quattro macrosettori produttivi**

(Valori in migliaia di euro)



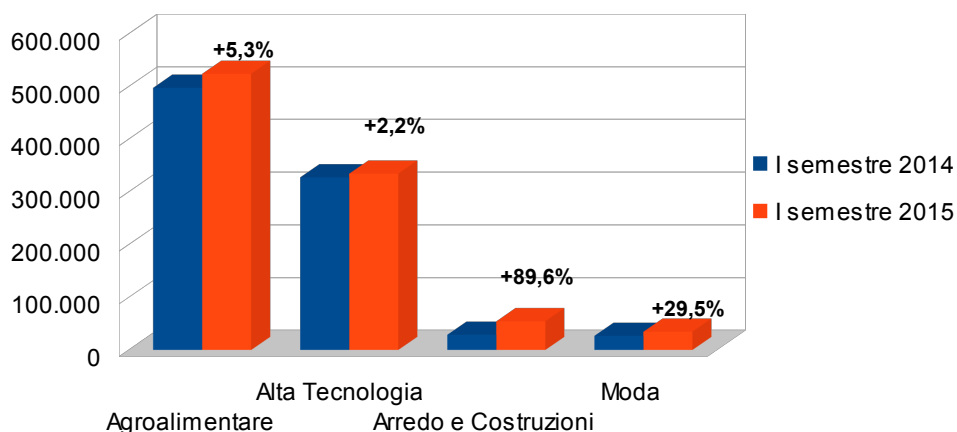
Fonte: Elaborazioni ICE-Agenzia su dati ISTAT

Per quanto riguarda la **Regione Siciliana**, come anticipato, nel 2014 è stata registrata una flessione delle esportazioni da ricollegarsi principalmente alla diminuzione delle vendite dei prodotti ottenuti dalla raffinazione del petrolio (-15,2 %).

Il settore ha risentito dell'eccesso di offerta estera dei prodotti della raffinazione e della contemporanea debolezza della domanda globale nonché della dismissione di alcuni importanti siti produttivi.

Al netto di tale settore sono stati registrati risultati positivi per l'export siciliano, specialmente nel comparto agroalimentare che ha raggiunto un valore di 965 milioni di euro nel 2014, con un aumento del 5,3% rispetto all'anno precedente. Anche nel primo semestre del 2015, si è confermata questa tendenza positiva.

**Grafico 1.3 – Esportazioni della Regione Siciliana nei quattro macrosettori produttivi**  
(Valori in migliaia di euro)



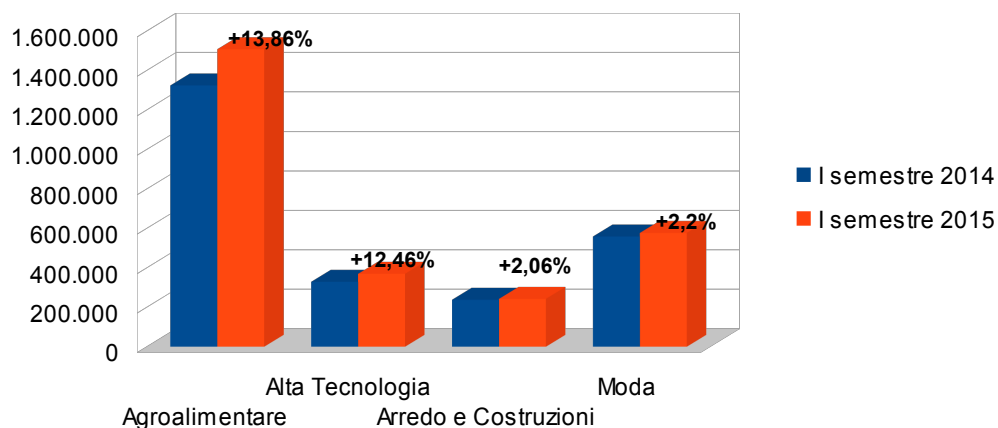
Fonte: Elaborazioni ICE-Agenzia su dati ISTAT

Per quanto concerne la **Regione Campania**, si evidenzia come in tutti settori oggetto del Piano Export Sud siano state rilevate delle variazioni positive per l'export nel 2014, che si sono confermate anche

nel primo semestre del 2015. In particolare questo risultato positivo è stato trainato dal settore agroalimentare (+2,1% nel 2014), con un incremento a due cifre nel primo semestre 2015.

Anche nel settore della moda (articoli di abbigliamento, pelli e calzature) registra un incremento delle esportazioni nello stesso periodo di riferimento (+2,2%), come si può evincere dal grafico sottostante.

**Grafico 1.4 – Esportazioni della Campania nei quattro macrosettori produttivi**  
(Valori in migliaia di euro)

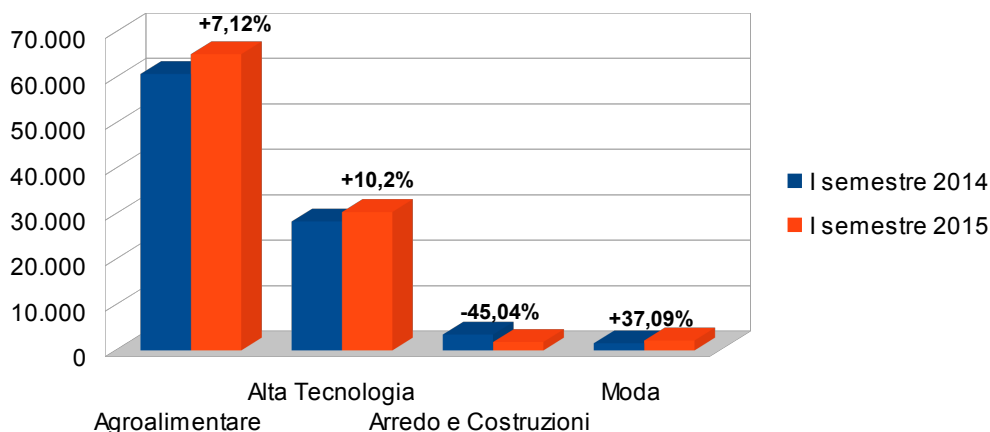


Fonte: Elaborazioni ICE-Agenzia su dati ISTAT

**La Calabria**, infine, anche se risulta essere la Regione dell'area di Convergenza che ha raggiunto i dati meno positivi per quanto riguarda l'export nel 2014, a partire dal I semestre 2015 ha fatto registrare un'inversione di tendenza. Gli ultimi dati pubblicati dall'ISTAT mostrano, infatti, un aumento delle esportazioni calabresi rispetto ai valori registrati nello stesso periodo dell'anno precedente.

A fare da traino alla ripresa dell'export sono stati principalmente i prodotti agroalimentari (+7,1%) e il settore dell'alta tecnologia (+10,2%) come riportato nel grafico sotto riportato.

**Grafico 1.5 – Esportazioni della Calabria nei quattro macrosettori produttivi**  
(valori in migliaia di euro)

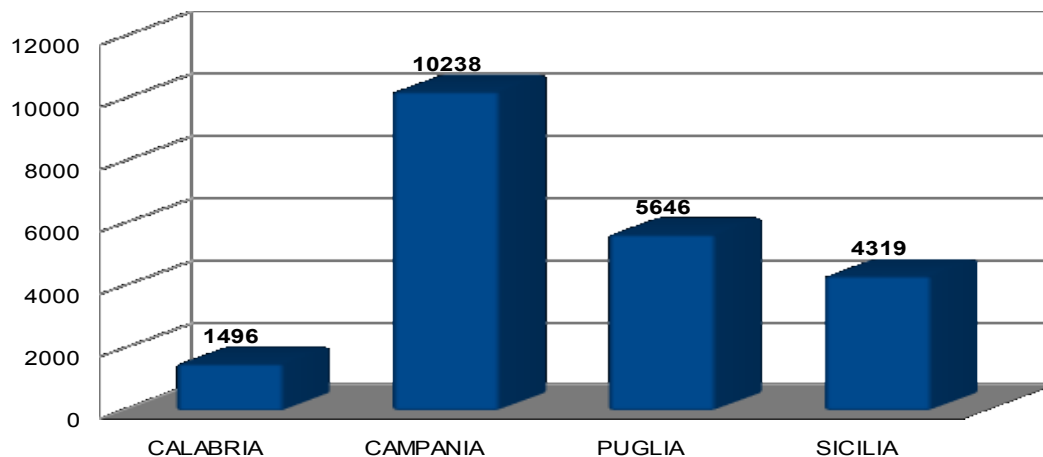


Fonte: Elaborazioni ICE-Agenzia su dati ISTAT

Altri indicatori da cui si può evincere lo stato delle esportazioni nell'area di Convergenza sono quelli relativi all'apertura internazionale.

Uno di questi parametri è il **numero di operatori all'esportazione**, che nel 2014 rimane sostanzialmente invariato rispetto all'anno precedente, ad eccezione della Calabria che ha fatto segnare un incremento.

**Grafico 1.6 – Numero di esportatori presenti nelle Regioni della Convergenza (2014)**

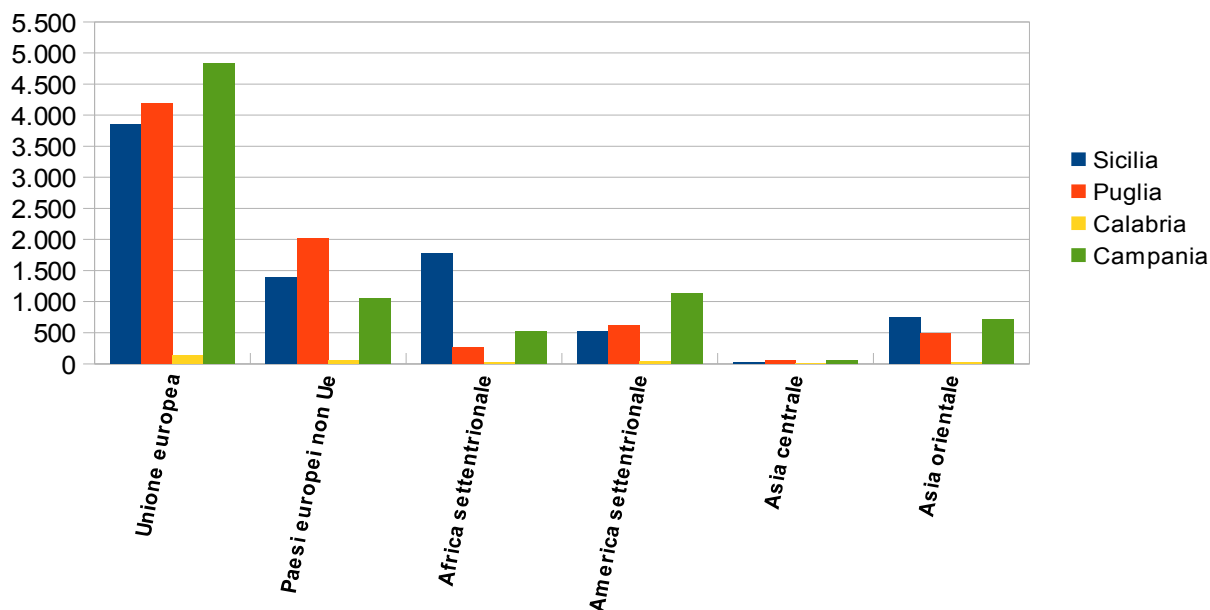


Fonte: Rapporto ICE 2014-2015 ICE su dati ISTAT

Va evidenziato che sebbene il numero degli esportatori sia rimasto sostanzialmente invariato, il valore medio esportato da ogni operatore ha segnato un incremento sia in Campania (+3%) che in Puglia (+11%) - (fonte: Rapporto ICE 2014-2015).

Relativamente ai **principali mercati di sbocco**, tra quelli considerati target nell'ambito del Piano Export Sud, i Paesi UE assorbono ancora la maggior parte dei flussi di export provenienti dalle quattro regioni di Convergenza.

**Grafico 1.7 – Esportazioni di merci per aree geografiche - anno 2014**  
(Valori in milioni di euro)

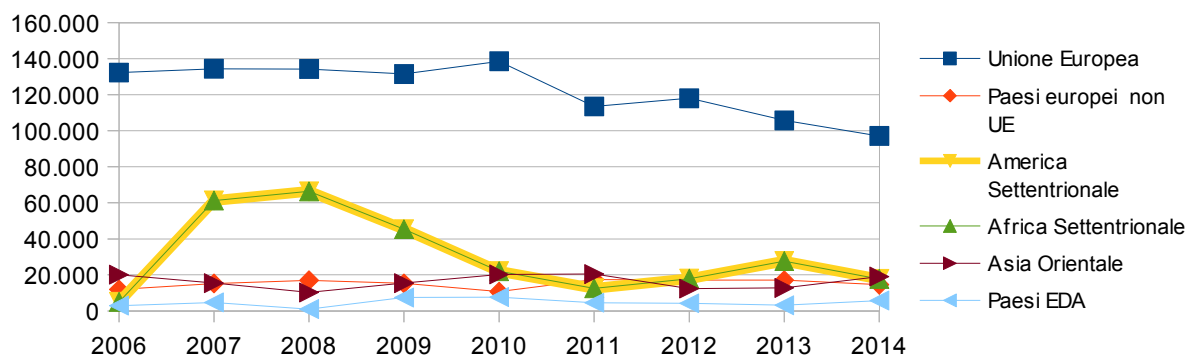


Fonte: Rapporto ICE 2014-2015 ICE su dati ISTAT

Un'analisi disaggregata per Regioni, offre una fotografia più precisa sui mercati esteri di destinazione delle merci. Per la **Calabria**, tra i primi 5 partner commerciali si collocano nel 2014, la Germania, la Svizzera, gli USA, l'Austria e la Francia.

In questi ultimi 3 paesi le vendite dei prodotti calabresi sono incrementate, rispettivamente, del 39%, dell'1,2%, del 23,1 per cento. Particolarmente interessante è il dato relativo alla Cina (+51,2%), che si colloca al decimo posto tra i partner commerciali con valore di vendite che ammonta a 7 milioni di euro.

**Grafico 1.8 – Esportazioni della Calabria per aree geografiche anno 2014**  
(Valori in migliaia di euro)



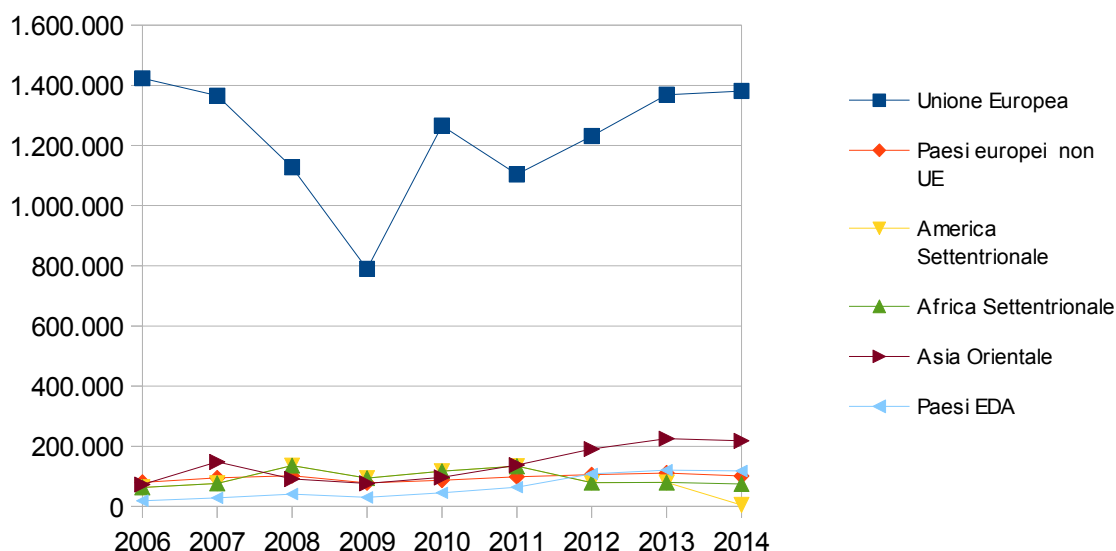
Fonte: Rapporto ICE 2014-2015 ICE su dati ISTAT

I dati relativi ai mercati di sbocco dell'export della **Regione Siciliana** mostrano buone performance in una serie di mercati europei quali: la Slovenia (+3,3%), Malta (+12,2%), Croazia (+ 81,4%) rispettivamente quarto, sesto e settimo mercato di sbocco. Inoltre, si registrano ottimi risultati in Arabia Saudita (+133,7%), Albania (+77%), Singapore (+312,7%), Africa sub-sahariana (+10,9%) e Asia orientale (+ 23,5%).

Proprio a quest'ultima area appartiene uno dei principali mercati di sbocco per le merci siciliane: la Corea del Sud risulta infatti essere il decimo partner commerciale della regione, in crescita del 26 per cento nel 2014.

Tuttavia va anche menzionato che i mercati più importanti per l'assorbimento di merci siciliane hanno fatto registrare contrazioni significative: verso il primo partner, la Turchia, l'export è decresciuto (-32,1%) e lo stesso si è verificato in Francia (-15,1%), Libia (-5,9%) e Stati Uniti (-33,6%), tutti tra i primi 5 mercati di sbocco. Il grafico 1.9 offre una lettura di questi dati.

**Grafico 1.9 – Esportazioni della Sicilia per aree geografiche anno 2014**  
(Valori in migliaia di euro)



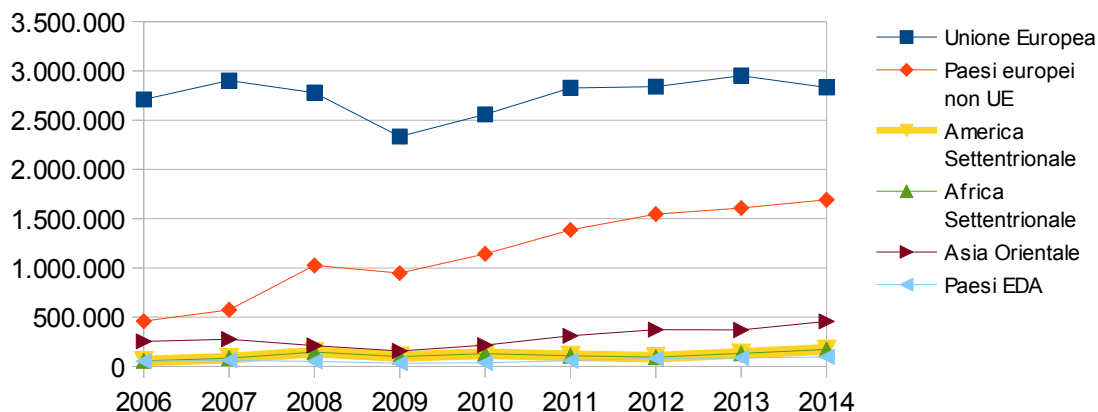
Fonte: elaborazione ICE su dati ISTAT

Analizzando i principali mercati di sbocco della **Puglia**, si evidenzia un andamento positivo nei confronti dei Paesi europei non UE (+3,6%), dato in controtendenza rispetto a quello nazionale.

Va inoltre segnalata la dinamica positiva sul mercato russo (+1,4%) e nel continente africano, che si è rivelato il più dinamico per l'export pugliese con tassi di crescita superiori al 20 per cento per entrambe le aree (+22,5% nella parte settentrionale e +24,2% nella parte sub-sahariana), con straordinaria vivacità nel mercato tunisino (+27,3%).



**Grafico 1. 10 – Esportazioni della Puglia per aree geografiche anno 2014**



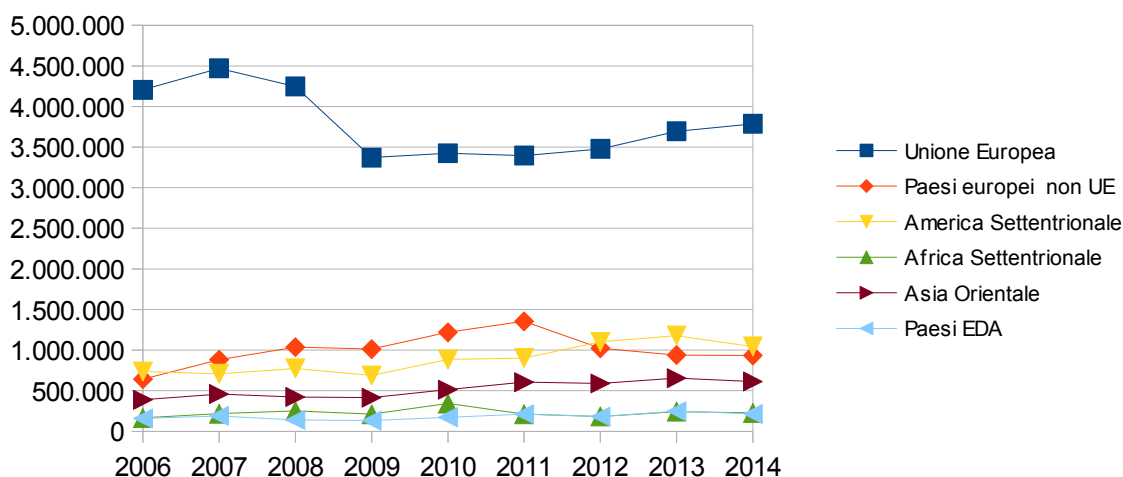
(Valori in migliaia di euro)

Fonte: elaborazione ICE su dati ISTAT

Infine, relativamente ai principali paesi di destinazione dell'export della **Campania**, i flussi registrati mostrano un incremento significativo, soprattutto per le esportazione verso la Romania (+22,9%) e la Cina (+17,3%). In crescita anche le esportazioni verso gli Stati Uniti (+3,6%), il Giappone (+3,5%) e la Polonia (+1,6%).

E' comunque l'area dell'Europa Occidentale che resta di gran lunga il più importante mercato di sbocco per l'export campano (51,1% la quota sul totale delle esportazioni), seguita da Stati Uniti (12,5%) e Giappone (2,4%).

**Grafico 1. 11 – Esportazioni della Campania per aree geografiche anno 2014**  
(Valori in migliaia di euro)



Fonte: elaborazione ICE su dati ISTAT

## **2. QUADRO SINTETICO DEL PROGRAMMA DELLE INIZIATIVE DEL PIANO EXPORT SUD – III ANNUALITÀ – 1.2.2016-31.3.2017**

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 **terza annualità** si svolgerà dal 1° febbraio 2016 al 31 marzo 2017.

L'obiettivo generale è quello di incrementare il volume dell'export delle imprese esportatrici ed aumentare il numero complessivo delle stesse attraverso azioni di formazione e di promozione.

La dotazione finanziaria prevista per la realizzazione del piano di attività è di **14.100.00,00 euro** al netto delle spese generali pari al 6%. In programma sono previste **56 azioni**, alcune di queste articolate in progetti più complessi, che prevedono diverse fasi o che raggruppano più iniziative, come i seminari di primo orientamento e le azioni di incoming.

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 nei Programmi Operativi precedenti, prevedono la pubblicizzazione di ogni singola iniziativa e sono 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 III Annualità** saranno distribuite su **10 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.0 – Attività trasversali di comunicazione e di supporto alla gestione e alla realizzazione del Piano

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 programma operativo si focalizzerà sui comparti considerati prioritari indicati nel Piano Pluriennale e si svilupperà secondo la logica della filiera. Le iniziative riguarderanno:

- 🕒 **la filiera dell’agro-alimentare**, (alimentari, ortofrutta, viticoltura, florovivaismo);
- 🕒 **la filiera della moda** (tessile/abbigliamento, calzature, conceria, oreficeria, cinematografia, cosmetica);
- 🕒 **la filiera della mobilità** (nautica, aerospazio, logistica, meccanica).
- 🕒 **la filiera dell’arredo e costruzioni** (arredamento, restauro architettonico, sviluppo urbano, lapideo);
- 🕒 **la filiera dell’alta tecnologia**, (nano-biotecnologie, mecatronica, ICT, infrastrutture);
- 🕒 **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 precedenti annualità, la scelta delle azioni è stata orientata verso i format promozionali che hanno raggiunto 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 seconda 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. In alternativa le aziende potranno prendere parte ad uno Study Tour nel mercato prescelto per proseguire la formazione all’export sul campo. Potranno inoltre essere organizzate occasioni di networking tra le aziende partecipanti agli Export Lab e azioni di follow-up (con assistenza personalizzata) al fine di verificare il grado di internazionalizzazione raggiunto dalle imprese partecipanti all’intero percorso formativo e di veicolare al mondo imprenditoriale i risultati ottenuti. Questa fase è riservata esclusivamente alle imprese che abbiano seguito la Fase 1 (formazione in aula) e la Fase 2 (affiancamento consulenziale), a valere sul programma della II annualità, e si svolgerà da febbraio a novembre 2016.

Sempre, 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 terza 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 di volta in volta identificati congiuntamente ai partner regionali e si cercherà, per quanto possibile, di realizzare i corsi in città non coperte dalle precedenti annualità. Nella III annualità sarà prevista anche una attività di affiancamento alle aziende per l’approfondimento di temi più specifici e a conclusione dell’intera attività sarà realizzato un evento di networking conclusivo riservato a tutte le aziende partecipanti.

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.

In continuità con quanto realizzato nelle prime due annualità e a seguito dell’esperienza maturata, per il terzo programma del Piano Export Sud si propone una diversificazione nella modulazione degli interventi formativi unitamente ad una modifica dei contenuti rispetto la didattica impartita nei primi 40 Seminari (anni 2014 e 2015). I seminari saranno sempre 20 - nell’arco temporale dell’anno 2016 - 5 per ogni Regione, che verteranno sui temi specifici delle Tecniche del commercio estero (contrattualistica e reti d’impresa ; fiscalità internazionale; pagamenti internazionali; webmarketing, e-commerce e tecniche di comunicazione; tecniche doganali) e sul tema della GDO, con focus sull’Europa.

Il cambio di tematiche rappresenta un necessario ed utile completamento rispetto ai principi base del marketing internazionale (analisi strategica, valutazione competitor, marketing operativo, posizionamento sui mercati esteri, reti distributive) che sono stati trattati nelle due precedenti annualità. Detta rimodulazione permetterà un capillare coinvolgimento delle aziende che potranno scegliere di partecipare a uno o più seminari tra i 5 della propria Regione di appartenenza e potrà anche rappresentare un efficace approfondimento e specializzazione per quelle aziende già formate tramite le precedenti attività formative del Piano Sud.

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, da B.1 a B.6. In generale, il numero delle fiere recepisce le richieste pervenute dalle Regioni della Convergenza, a cui sono stati associati 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 **23 fiere internazionali**, dedicate ai settori dell'agro-alimentare e bevande, dell'ambiente, del florovivaismo, dell'HO.RE.CA, della moda, della gioielleria-oreficeria, della cinematografia, e dell'arredamento/design. Tra gli eventi fieristici in programma, sono stati reinseriti quelli che hanno riscontrato una buona partecipazione da parte delle imprese nel 2014 e nel 2015, come Who'S Next (Moda, Francia), Vinexpo (Vino e bevande, Honk Kong), Cebit (ICT, Germania), World Food (Agro-alimentare, Federazione Russa), Ecobuild (materiali per l'edilizia, Regno Unito). Tra le novità, i saloni dedicati al comparto ambiente/energia. Saranno inoltre realizzate azioni di supporto e di comunicazione in occasione di grandi manifestazioni fieristiche del settore agro-alimentare quali la Foodex di Tokyo e il SIAL di Parigi.

Anche nel Terzo Programma Operativo, le aziende potranno usufruire degli *aiuti de minimis* a copertura di parte dei costi di area/allestimento/gestione di stand espositivo individuale, nel rispetto del Regolamento UE n. 1407/2013 del 18.12.2013.

La **linea di intervento B.2** riguarda **10 azioni di incoming di operatori esteri** come buyer, distributori, esperti, architetti, giornalisti, in programma presso i distretti e le aree produttive. Le missioni di incoming riguarderanno i settori dell'aerospazio, dell'ICT, della moda persona, del settore lapideo, del tessile/arredo, della cosmetica, dell'agro-alimentare/vini, dell'artigianato artistico e della gioielleria/oreficeria/coralleria. Molte di queste azioni si concretizzeranno in occasione di eventi fieristici settoriali che si tengono in Italia, come *Gustus, Med-Energy, Tari, Pitti, Sposa Italia, Vitigno*, prevedendo un programma di incontri B2b. Gli operatori esteri saranno selezionati tra i Paesi target indicati dal Piano Pluriennale, con prevalenza dei Paesi UE, del Mediterraneo e BRIC (Brasile, Russia, India, Cina).

La **linea di intervento B.3** relativa alle **azioni sui media e sulle reti commerciali e sulle GDO esteri**, in continuità con quanto realizzato nelle precedenti edizioni del Piano Export Sud, riguarderà in particolare il comparto agro-alimentare e vini, per sfruttare il trend positivo registrato in tutte e 4 le regioni della Convergenza. Sono previste **9 azioni**. Tale modalità di intervento si è rilevata 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.

Per quanto riguarda i mercati di intervento, proseguiranno le azioni intraprese in Canada, Giappone, Svizzera e Stati Uniti, particolarmente recettivi per i prodotti dell'agro-alimentare e dei vini mentre, per la prima volta, saranno realizzati interventi nei Balcani.

La **linea di intervento B.4** è invece dedicata ai **partenariati internazionali nei comparti ICT, dell'aerospazio e delle energie rinnovabili** per lo sviluppo di forme di collaborazione commerciale e industriale e nel campo della R&S.

Il Piano operativo prevede anche la realizzazione della terza edizione della **BIAT - Borsa dell'Innovazione e dell'Alta Tecnologia**, inserita nella linea di intervento **B.5**. Si tratta di 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 uno strumento promozionale sperimentato con successo a fine 2014 a Napoli e che sta confermando anche per l'edizione 2016 di Bari analoghi risultati, nel campo dell'Alta Tecnologia, poiché consente di accrescere la capacità di intercettare investimenti esteri.

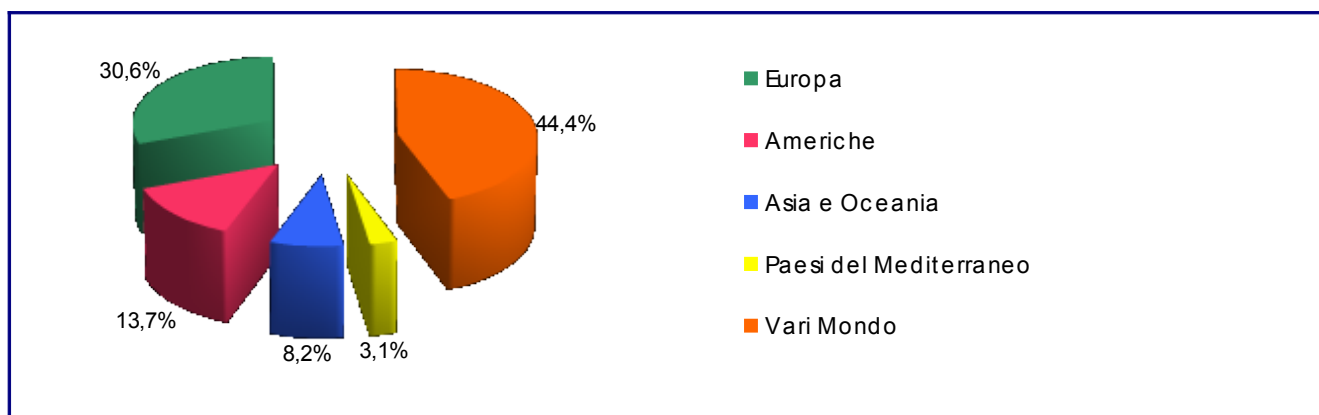
La terza edizione della BIAT si terrà nel 2017 a Catania e prevede anche una tappa in Calabria per il comparto ICT, in considerazione della presenza di imprese vocate all'internazionalizzazione.

**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 Libano, Israele, Algeria, Tunisia e Iraq. I settori di intervento saranno: energie rinnovabili, smaltimento rifiuti, infrastrutture e ambiente. Proseguiranno alcuni progetti intrapresi nel campo della logistica tra cui un'iniziativa destinata alla promozione del Porto di Messina come punto doganale unico.

I mercati esteri destinatari del Terzo Programma Operativo di attività sono stati individuati in coerenza con quanto stabilito nella Convenzione tra il MiSE e l'ICE-Agenzia. Le finalità restano 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.

Il valore riferito nel grafico sotto indicato alla voce *Vari Mondo* va però interpretato in considerazione del fatto che alcune linee di intervento (ad esempio, incoming, progetti sulle GDO, partenariati, azioni di comunicazione, Borsa dell'innovazione) riguardano eventi a cui partecipano contemporaneamente operatori esteri provenienti da differenti aree geografiche, in particolare dai Paesi UE e dal Mediterraneo. Tenendo conto di questo dato, il Terzo Programma Operativo è realizzato per oltre il 50% sulle aree geografiche obiettivo.

**Grafico 2. 1 – Ripartizione risorse per area geografica**



A cura di ICE- Agenzia Ufficio di Coordinamento  
Promozione del Made in Italy – [pianosud@ice.it](mailto:pianosud@ice.it)