



TAVOLO TECNOLOGIE TRASVERSALI
Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese
Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale
17 aprile 2020

Sintesi delle proposte di Federazione ANIE

Numeri dei Settori ANIE

Con 1.400 imprese socie, **ANIE** è la Federazione che all'interno di Confindustria rappresenta le **imprese elettrotecniche ed elettroniche** attive in Italia, fornitrici di tecnologie trasversali rivolte al mercato delle **infrastrutture: energia, trasporti, building e industria**.

Di seguito si riportano i principali **numeri** dei settori rappresentati da ANIE:

❖ un fatturato aggregato pari a **80 miliardi di euro** di cui:

60 miliardi per la componente di **Tecnologie elettrotecniche ed elettroniche** (circa **30 miliardi** le esportazioni)

20 miliardi per la componente **General Contractor** (vicina al **90%** l'incidenza dei lavori all'estero)

❖ **500.000** addetti

L'industria Elettrotecnica ed Elettronica italiana si posiziona al **secondo posto nell'Unione europea** per valore della produzione, dopo la Germania. Accanto ai tradizionali settori del Made in Italy, il manifatturiero italiano vede la presenza di comparti industriali tecnologicamente avanzati e ad elevata specializzazione, in cui occupano un ruolo centrale l'Elettrotecnica e l'Elettronica.

Alcune considerazioni sui mercati esteri

Il **canale estero** offre un importante contributo alla crescita dell'Elettrotecnica ed Elettronica italiane: l'incidenza dell'export sul fatturato totale è strutturalmente superiore al **50%** e il **saldo della bilancia commerciale** è positivo per un valore pari a **15 miliardi di euro**. Le **imprese esportatrici** sono oltre il **40%** sul totale, il doppio rispetto alla media manifatturiera, e rappresentano il **17%** sul totale delle imprese esportatrici europee (dalle PMI e dalle grandi imprese origina rispettivamente una quota vicina alla metà dell'export settoriale). Negli ultimi anni le imprese italiane hanno rafforzato e diversificato la presenza sui mercati esteri. Oltre **200** sono i Paesi esteri raggiunti dalle esportazioni elettrotecniche ed elettroniche italiane e fra i primi trenta mercati di destinazione del settore oltre il **60%** sono oggi extra UE.

Nell'ultimo anno, già prima della pervasiva diffusione del Covid-19, lo **scenario internazionale** ha visto un rallentamento. In un contesto incerto, secondo i preconsuntivi attualmente disponibili, nel **2019** le esportazioni hanno evidenziato un incremento contenuto (**+1,5%** la variazione annua a prezzi correnti).



Alla luce del DPCM 22 marzo 2020 e successive modifiche, le fasi iniziali di **lockdown** hanno interessato l'**80%** delle imprese, con il **73%** del fatturato aggregato e con il **76%** degli occupati. E' pertanto ragionevole prevedere per il 2020 una significativa contrazione della domanda rivolta alle imprese italiane anche dai mercati esteri.

Patto per l'Export: proposte ANIE

Con riferimento alle linee di indirizzo espresse nell'ambito del "Patto per l'Export" - per il rilancio delle esportazioni e il rafforzamento degli strumenti di promozione internazionale - riportiamo di seguito alcune considerazioni e proposte declinate per i settori rappresentati da ANIE e strutturate lungo tre direttrici temporali:

LINEE DI INTERVENTO SU UN ARCO TEMPORALE SEMESTRALE (giugno – dicembre 2020)

1) **PROSECUZIONE DELLE AZIONI DI PROMOZIONE INTERNAZIONALE ATTRAVERSO MISSIONI VIRTUALI**

In considerazione della peculiarità del settore, nell'attuale momento di difficoltà le imprese ANIE **non ritengono di particolare efficacia la rimodulazione degli eventi fieristici in modalità virtuale**. A tale attività sarebbe preferibile l'avvio di un percorso programmato di **missioni gestite a distanza** che prevedano, con il supporto degli uffici locali di ICE Agenzia: un **ciclo di Webinar** di presentazione del Paese, l'attività di **matching** e l'organizzazione di **incontri B2B** su piattaforme dedicate. Il percorso programmato di "missioni virtuali" andrebbe a confluire nei primi mesi del 2021 in un **evento di incoming** in Italia dedicato alle tecnologie, che consentirebbe alle realtà aziendali italiane e alle controparti estere precedentemente coinvolte negli incontri B2B a distanza di entrare in contatto diretto, anche attraverso un programma di visite ai principali poli produttivi del settore.

2) **RECUPERO PERDITE DA PARTECIPAZIONI FIERISTICHE**

Oltre che per le partecipazioni fieristiche inquadrate nel piano promozionale di ICE Agenzia, sarebbe auspicabile prevedere misure di sostegno per le **iniziative fieristiche di carattere privatistico** che coinvolgono numerose imprese del settore (anche nel caso di annullamento/rinvio delle manifestazioni gli enti fieristici non stanno prevedendo allo stato attuale un rimborso totale delle quote di partecipazione già versate). In quest'ottica è importante tenere in considerazione anche le **spese accessorie** (progettazione e allestimento dello stand, spedizioni, prenotazioni logistiche, ecc.) che le aziende hanno affrontato in preparazione alle partecipazioni fieristiche, e che mediamente rappresentano oltre il 70% dell'intero ammontare dei costi sostenuti per questa tipologia di attività promozionale.

3) **LIQUIDITA'**

In questa fase critica è prioritario sostenere, anche negli interventi di internazionalizzazione, la liquidità delle imprese italiane fortemente colpite dagli effetti sulla domanda e sull'operatività aziendale dalla diffusione del Covid-19 e dalle relative misure di contenimento nei principali mercati di riferimento.



Unitamente al rafforzamento dell'offerta di **finanza agevolata per l'export**, che accogliamo con favore, una proposta focalizzata sulle transazioni con l'estero potrebbe essere quella di prevedere misure che agevolino la **monetizzazione dei crediti generati da contratti** di lavoro all'estero (valutando anche casi in cui, in assenza di una copertura con lettera di credito, si possa verificare la solidità della controparte).

Per le imprese particolarmente attive sui mercati internazionali (con una quota dell'export sul fatturato almeno superiore al 60%) si potrebbe prevedere altresì un **percorso rapido di accesso al credito** sul modello di quanto implementato in Svizzera (dove le imprese colpite da una sostanziale riduzione dei ricavi possono fare domanda per un prestito ponte pari a un massimo del 10% delle loro vendite annuali, con un tetto di 20 milioni di franchi).

4) GESTIONE DELL'URGENZA LEGATA ALL'ULTERIORE AGGRAVIO DELLE BARRIERE NON TARIFFARIE (CERTIFICAZIONI TECNICHE INTERNAZIONALI)

Su alcuni mercati (ad esempio Russia, Arabia Saudita, ecc.) l'iter di **certificazione tecnica** per alcune forniture elettrotecniche, già di consueto difficoltoso, è ulteriormente ostacolato o addirittura bloccato dall'emergenza sanitaria in corso. Per questi Paesi occorrerebbe prevedere interventi congiunti da parte di ICE Agenzia e delle Ambasciate che siano di supporto per le imprese (ad esempio proponendo agli enti certificatori di sostituire le visite aziendali o l'invio dei campioni con invio di materiale video da parte delle aziende italiane).

LINEE DI INTERVENTO SU UN ARCO TEMPORALE ANNUALE (maggio 2020 – maggio 2021)

L'emergenza sanitaria in corso ridisegna l'organizzazione d'impresa e anche le modalità di approccio ai mercati esteri. Il **percorso alla digitalizzazione**, obiettivo che le aziende avrebbero inevitabilmente perseguito nel corso dei prossimi anni, rappresenta ora non più solo un'opzione futura ma una vera e propria necessità.

Da un lato, i nuovi strumenti offerti dalla rivoluzione digitale offrono alle Associazioni l'opportunità di sperimentare forme inedite di promozione internazionale, per garantire sul fronte estero una continuità alla visibilità delle aziende. Dall'altro lato, la digitalizzazione e lo sviluppo di strategie data driven sono per le imprese fattori certamente abilitanti per rafforzarsi nei mercati esteri, offrendo nuovi strumenti e modalità di gestione del business, orientandole agevolmente nella personalizzazione dell'offerta in base ai diversi Paesi.

Questo urgente percorso di adeguamento agli strumenti digitali non è certamente facile per le aziende - soprattutto per le PMI - perché presuppone, in termini finanziari e gestionali, l'impegno di significative risorse in un momento già particolarmente critico dal punto di vista della liquidità.

Riteniamo pertanto importante, nella fase attuale, proporre le seguenti linee di intervento:

1) ATTIVAZIONE DI STRUMENTI DI SUPPORTO DIGITALE FINALIZZATI ALLA COMUNICAZIONE AZIENDALE

Durante l'emergenza sanitaria in corso e, soprattutto, nello scenario "post-pandemia" è l'intera immagine aziendale a dover essere rimodulata - e non solo "tradotta" - attraverso le pagine del proprio sito internet o attraverso i consueti strumenti di comunicazione (catalogo prodotti in



primis), in modo da evidenziare quei contenuti che possano essere vincenti in determinati mercati piuttosto che in altri.

Nel percorso verso una concreta implementazione della digitalizzazione, oltre al supporto finanziario orientato alla revisione dell'immagine aziendale attraverso l'**adeguamento degli strumenti di comunicazione**, è importante prevedere uno stanziamento di fondi che consentano il coinvolgimento di un **temporary digital export manager**, una figura specializzata che possa affiancare l'impresa, in questa fase di trasformazione digitale, nelle attività di web marketing, analytics e comunicazione online.

2) COMUNICAZIONE SETTORIALE

Il settore dell'elettrotecnica e dell'elettronica, per la tipologia di prodotto offerto e i mercati a cui si rivolge, si presta con difficoltà alla gestione del business in modalità e-commerce. Potrebbe invece essere di interesse la realizzazione di un **portale di promozione delle tecnologie** declinato per filiere sui grandi mercati di domanda, su cui ciascuna azienda avrebbe a disposizione una vetrina di presentazione in varie lingue. Questo andrebbe anche a superare la mancanza ampiamente diffusa tra le imprese italiane di più ridotte dimensioni di un sito internet fruibile per il business con controparti estere. Il portale dovrebbe essere messo a disposizione dei grandi EPC e delle grandi aziende italiane attive all'estero, per dare ai costruttori italiani un ulteriore canale di sviluppo di business internazionale. Il nostro Paese vanta operatori energetici ed industriali di prim'ordine i cui progetti all'estero costituiscono una concreta opportunità per tutta la filiera delle PMI italiane.

Per mantenere alta l'attenzione sull'**industria italiana delle tecnologie** si ritiene di interesse la realizzazione di un **video promozionale**. E' tuttavia fondamentale, anche in questo ambito, tenere presente le peculiarità del comparto dei beni strumentali e di investimento e prevedere un messaggio distinto da quello dei beni di consumo, trattandosi di prodotti diversi e rivolti a platee differenti. Sarebbe pertanto auspicabile, al fine di rendere questa azione di comunicazione maggiormente efficace, realizzare non un unico video plurisettoriale ma diversi miniclip promozionali specificatamente dedicati ai vari comparti industriali.

3) FORMAZIONE

In questa fase è fondamentale accompagnare le imprese con un adeguato **supporto formativo e informativo**. Sarebbe importante intensificare le sessioni formative webinar curate da ICE Agenzia, sulle quali tuttavia si richiede una maggiore attenzione alle aziende che producono beni strumentali e di investimento e, quindi, soprattutto orientati al **business B2B e B2G**. Sarebbe altresì di interesse realizzare percorsi formativi sul tema digitalizzazione, rivolti soprattutto alle piccole e medie imprese, tenendo sempre conto delle peculiarità delle aziende attive sui mercati delle infrastrutture.

LINEE DI INTERVENTO SU UN ARCO TEMPORALE TRIENNALE (triennio 2021-2024)

ANTENNA DI MONITORAGGIO DELL'IMPLEMENTAZIONE DI PROGETTI DI INVESTIMENTO NEI PAESI TARGET

Nell'ottica di consentire alle aziende italiane - e in primis alle PMI - di avviare e/o consolidare relazioni commerciali con i Paesi target, sarebbe di interesse creare un desk che monitori l'implementazione dei **piani di investimento** in progetti infrastrutturali strategici.



FEDERAZIONE NAZIONALE
IMPRESE ELETTROTECNICHE
ED ELETTRONICHE



Con riferimento all'area europea, che resta ad oggi un mercato importante di destinazione delle esportazioni di elettrotecnica ed elettronica, una particolare attenzione dovrebbe essere rivolta al "**Green New Deal**", grande piano avviato dall'Unione europea per promuovere l'uso efficiente delle risorse, favorire la trasformazione in un'economia circolare e ridurre l'impatto ambientale.

L'ambizioso obiettivo dell'European Green New Deal è di rendere entro il 2050 l'Unione europea un'economia a **impatto climatico zero**. Per raggiungere questo fine la strategia europea promuove gli investimenti in tecnologie rispettose dell'ambiente, sostiene l'innovazione industriale, la mobilità sostenibile e la transizione nel settore energetico, nell'ambito di un piano che nelle attese mobilerà oltre **100 miliardi di euro** di investimenti per il periodo 2021-2027.

Data la complessità del piano e l'interesse trasversale di questo tema sarebbe importante attivare a partire dal 2021 su vari Paesi europei, presso le sedi locali degli Uffici di ICE Agenzia (eventualmente sotto il coordinamento dell'ufficio ICE Agenzia di Bruxelles), delle **antenne di monitoraggio** delle opportunità derivanti dall'implementazione dei suddetti piani di investimento.