



COMITATO PER L'EXPORT E  
L'INTERNAZIONALIZZAZIONE  
2010

BOLOGNA, 29 SETTEMBRE 2010





## INDICE

1. Perché il comitato .....	5
1.2. Composizione del comitato .....	5
1.3. Agenda .....	6
2. La Congiuntura internazionale .....	6
2.1. Analisi dei Risultati .....	7
2.2 La Misura 5.1: Il programma per la promozione dell'Export e l'Internazionalizzazione del Sistema produttivo regionale.....	8
2.3 Le misure 5.2: Sostegno ai percorsi di internazionalizzazione delle imprese .....	10
2.4 Lo Sportello regionale per l'internazionalizzazione .....	12
3. Aumentare l'efficacia dell'interventi a sostegno dei processi di internazionalizzazione: analisi delle criticità e delle opportunità .....	13
3.1 Premessa.....	13
3.2 Coordinamento e integrazione delle azioni di sistema.....	14
3.3 Aggiornamento degli strumenti di sostegno alle imprese .....	14
3.4 Linee ed orientamenti dell'Azione promozionale nel triennio 2011-2013 .....	16
4. I programmi promozionali 2010 e 2011 .....	18

## 1. Perché il comitato

Il Comitato per l'Export e l'Internazionalizzazione è stato costituito nel 2003<sup>1</sup> con la funzione di:

1. Partecipare alla definizione degli indirizzi emanati dalla Regione per il Programma promozionale regionale
2. Esprimere un parere sul programma promozionale annuale
3. Esprimere un parere sul programma dello Sprint-ER

Il Comitato per l'Export e l'Internazionalizzazione ha altresì l'obiettivo, nella prospettiva della definizione del prossimo Programma triennale per le Attività Produttive, di condividere nuove modalità e strumenti di collaborazione e coordinamento fra tutti i soggetti regionali impegnati nella promozione dell'export e dell'internazionalizzazione del sistema economico, produttivo, culturale e formativo dell'Emilia-Romagna

### 1.2. Composizione del comitato

Il Comitato è composto da:

- ü L'Assessore alle Attività Produttive
- ü Dal Responsabile del Servizio sportello regionale per l'Internazionalizzazione delle imprese
- ü Da 22 esperti nominati dall'Assessore alle Attività produttive, di cui:
  - § 1 su designazione della DG Programmazione territoriale e negoziata, Intese, Relazioni Europee e relazioni internazionali
  - § 1 su designazione della DG Cultura, formazione e lavoro competente in materia di formazione
  - § 1 su designazione della DG Cultura, formazione e lavoro competente in materia di Università e sistema regionale della ricerca
  - § 1 su designazione della DG Attività Produttive, Turismo, Commercio
  - § 1 su designazione del Ministero dello Sviluppo Economico
  - § 1 su designazione di ICE
  - § 1 su designazione di SIMEST
  - § 1 su designazione di SACE
  - § 2 su designazione di Unioncamere

---

<sup>1</sup> Deliberazione di Giunta regionale n. 2039/2003, modificata con deliberazione n. 1279/2010

- § 3 su designazione delle associazioni rappresentative, a livello regionale dell'Industria
- § 2 su designazione delle associazioni rappresentative, a livello regionale dell'Artigianato
- § 2 su designazione delle associazioni rappresentative, a livello regionale, della Cooperazione
- § 3 su designazione delle società fieristiche regionali di rilievo internazionale
- § 1 su designazione dell'Associazione Bancaria Italiana

### 1.3. Agenda

1. La Congiuntura internazionale
2. Analisi dei risultati delle attività svolte dal Servizio Sportello per l'Internazionalizzazione nel corso dell'ultimo triennio
3. Illustrazione delle criticità e di alcuni indirizzi per un aggiornamento degli strumenti regionali a sostegno all'internazionalizzazione
4. I target del triennio 2011-2013

## 2. La Congiuntura internazionale

Nel corso del 2009 le esportazioni dell'Emilia Romagna hanno registrato una flessione in termini di valore del 23,4 per cento dopo aver segnato, nel 2008, un incremento del 2,6 per cento. La dinamica dell'export regionale è risultata sostanzialmente in linea con quella del paese e la sua quota sul totale nazionale ha perso appena un decimo di punto percentuale tra il 2007 e il 2009 (dal 12,7 al 12,6 per cento).

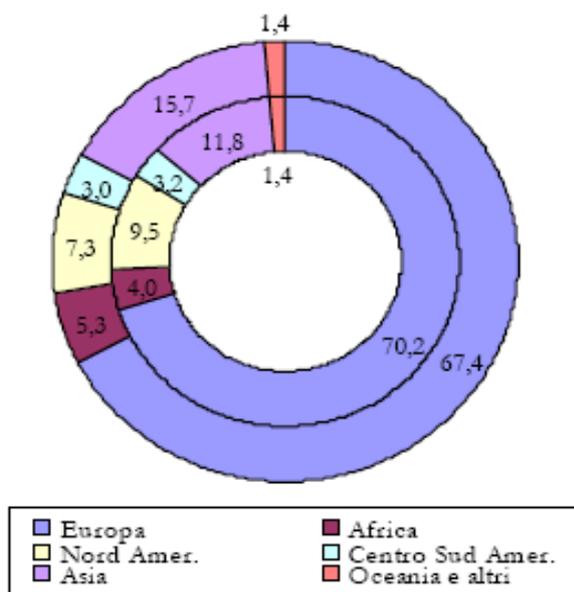
E' tuttavia importante sottolineare che nel 2009 il valore delle esportazioni si sia attestato su 36,4 miliardi di euro contro i 47,5 miliardi registrati nel 2008. Ci sono, in buona sostanza, 11 miliardi di euro di export da recuperare ed i dati relativi al primo trimestre 2010 mostrano che, sebbene si stia registrando un recupero rispetto ai valori del 2009 (+3,9%), siamo ancora lontani dai valori pre-crisi del 2008.

Che cosa sta succedendo? Il mondo uscito dalla crisi è radicalmente cambiato nei suoi equilibri e i paesi che prima della crisi guidavano la crescita mondiale sono stati sopravanzati da economie emergenti, e non solo in termini di tasso di crescita, ma anche di volumi complessivi di mercato. Tuttavia la composizione dell'export italiano e regionale, non ha ancora saputo/potuto sintonizzarsi con questo cambiamento epocale e i mercati verso cui le imprese emiliano-romagnole sono tuttora maggiormente esposti, sono anche quelli che più faticano a uscire dalla crisi. Europa e Nord America rappresentano il 75% dell'export regionale, mentre il resto del mondo pesa il 25%. I BRIC, in particolare, pesano solo il 7% delle esportazioni regionali. Eppure le previsioni di crescita dei paesi dell'area

euro sono comprese, nel biennio 2010-2011 fra lo 0,8% e l'1,4%, mentre quelle della Cina viaggiano a tassi compresi fra il 9 e il 10%.

Non sono mancati, a dire il vero, segnali di cambiamento. Il grafico che segue dimostra che un cambiamento nella struttura dell'export regionale è già in corso: nel biennio 2007-2009, infatti, il peso dell'Europa nella destinazione dell'Export regionale è calata dal 70,2% al 67,4%, quella del Nord America dal 9,5% al 7,3%. Mentre l'Asia acquista un'importanza crescente con un peso che passa dall'11,8% al 15,7%.

**Destinazione dell'export regionale**  
compos.% (2007-interno, 2009-esterno)



Ma il processo di riorientamento geoeconomico delle imprese italiane e regionali non sarà agevole a causa di ostacoli quali:

- ü I limiti dimensionali delle imprese italiane;
- ü La lontananza geografica e le grandi diversità culturali dei mercati emergenti;
- ü La scarsità di risorse finanziarie per affrontare percorsi strutturati di internazionalizzazione nei paesi più lontani.

Eppure, proprio sui mercati geograficamente più distanti dal nostro paese si sta giocando la possibilità, per le aziende italiane, di mantenere un ruolo di primo piano nel mercato mondiale, cui si contrappone, in caso di inerzia, uno scenario di declino sempre più marcato.

E' più che mai indispensabile, quindi, che le strategie delle aziende siano indirizzate e sostenute da tutte le forze del paese, a partire dalle istituzioni, nazionali e locali. Solo coordinando gli sforzi e focalizzandoli sulle caratteristiche del nuovo contesto competitivo internazionale si potrà ritornare ai livelli pre-crisi.

## 2.1. Analisi dei Risultati

La promozione dell'internazionalizzazione del sistema produttivo regionale, coerentemente con quanto previsto dall'art. 61 della L.R. 3/99, è realizzata secondo le linee guida del Programma Triennale per le attività produttive 2003-2005 (PTAPI, Asse V) e attraverso la convenzione tra Ministero del Commercio Estero (ora dello Sviluppo Economico), RER, ICE, SACE e SIMEST del 14/02/2000 con cui è stato costituito lo Sportello regionale per l'Internazionalizzazione (Sprint-ER).

Quest'ultimo opera tramite una struttura centrale presso la Regione e 9 sportelli presso ciascuna Camera di Commercio regionale. L'attività comprende una pluralità di azioni quali:

- ù Informazione, tramite l'organizzazione di convegni, seminari, corsi di formazione;
- ù Incontri con imprese estere, attraverso la realizzazione di grandi eventi, l'organizzazione di missioni imprenditoriali in entrata e in uscita, B2B, visite aziendali;
- ù l'erogazione di contributi per progetti di internazionalizzazione in forma aggregata
- ù la realizzazione di programmi promozionali e di collaborazione industriale e tecnologica, soprattutto nei principali paesi emergenti di rilievo per l'export regionale.

Dal 2007, l'attuazione di specifici accordi con Unioncamere Emilia-Romagna ha consentito di potenziare l'offerta di servizi attraverso il coinvolgimento delle 9 Camere di Commercio della Regione, presso cui sono ora attivi gli sportelli territoriali.

Il continuo sforzo per il miglioramento della qualità dei servizi offerti, ha portato lo Sprinter a marzo 2010 alla certificazione di qualità ISO 9000.

In attuazione del PTAPI la Regione ha, fino ad oggi, agito attraverso 3 principali strumenti:

1. La Misura 5.1, utilizzata per il cofinanziamento di progetti promozionali e progetti di internazionalizzazione del sistema fieristico regionale, realizzati in collaborazione con ICE, il sistema fieristico, il sistema camerale o le associazioni imprenditoriali,
2. Le Misure 5.2.C e 5.2.D, utilizzate per erogare contributi a favore di progetti di promozione all'estero delle piccole e medie imprese in forma aggregata;
3. La Misura 5.3 centrata su azioni di diplomazia economica, attraverso accordi con altre amministrazioni pubbliche estere (Regioni, Province, Grandi municipalità), la partecipazione a missioni istituzionali promosse dal Governo italiano, l'accoglienza di delegazioni istituzionali estere.

## 2.2 La Misura 5.1: Il programma per la promozione dell'Export e l'Internazionalizzazione del Sistema produttivo regionale

### Obiettivo

Obiettivo della Misura 5.1 è quello di contribuire allo sviluppo dell'export regionale attraverso "Progetti di Sistema", volti alla prospezione dei mercati, alla ricerca di partner commerciali e produttivi, alla tessitura di relazioni istituzionali, alla valorizzazione internazionale delle filiere produttive regionali.

## Strumenti

Gli strumenti utilizzati per questa misura sono:

1. Il Programma Promozionale
2. Gli Interventi a sostegno dei processi di internazionalizzazione del Sistema Fieristico regionale

Questi strumenti sono co-finanziati dalla Regione Emilia-Romagna, che, nella realizzazione dei progetti si avvale del contributo finanziario ed operativo dell'ICE (Progetti in Accordo di programma) e/o dei soggetti esecutori.

## Risultati

Relativamente alla misura 5.1 nel quinquennio 2005-2009 sono stati realizzati 151 progetti che hanno mobilitato oltre 30 milioni di Euro, di cui 9,1 sono stati finanziati dalla Regione Emilia-Romagna.

Ambito programmatico	Totale Progetti 2005-2009	Totale cofinanziamento regionale 2005-2009
Programma promozionale	93	6.192.974
Progetti interregionali	2	726.960
Internazionalizzazione sistema fieristico	56	2.180.610
Totale complessivo	151	9.100.544

Quanto ai settori e ai paesi di riferimento, si possono esprimere le seguenti valutazioni:

1. Da un punto di vista geografico le azioni si sono rivolte prevalentemente ai paesi BRIC e Golfo Persico (con una forte prevalenza della Cina). La scelta di privilegiare questi paesi si giustifica con la necessità e l'urgenza di costruire delle alternative di lungo periodo ai tradizionali mercati di riferimento regionali (UE e Nord America),
  - § per ampliare il portafoglio internazionale delle aziende regionali,
  - § per agganciare le robuste prospettive di crescita delle economie emergenti
  - § per compensare la caduta tendenziale della capacità di acquisto delle economie mature, a cui le aziende regionali sono tuttora prevalentemente rivolte
2. Quanto ai settori di riferimento le azioni si sono prevalentemente rivolte:
  - a) alle principali filiere dell'economia regionale: Agroalimentare, Meccanica, Abitare-Costruire e Moda;
  - b) ai settori ad alta tecnologia e con alto potenziale di sviluppo, valore aggiunto e innovativo, quelli cioè su cui si è ritenuto opportuno investire per costruire i nuovi assi portanti dell'Emilia-Romagna del futuro.

## 2.3 Le misure 5.2: Sostegno ai percorsi di internazionalizzazione delle imprese

### Obiettivo

L'obiettivo delle misure 5.2 è quello di favorire lo sviluppo di percorsi di internazionalizzazione in forma aggregata da parte delle imprese regionali.

### Strumenti

Gli strumenti utilizzati sono:

1. Bandi per l'erogazione di contributi ai Consorzi Export nel quadro della L. 83/89, a sostegno di iniziative aggregate finalizzate a favorire processi di internazionalizzazione (Misura 5.2.C)
2. Bandi per l'erogazione di contributi ad aggregazioni temporanee di imprese (ATI) a sostegno di iniziative aggregate finalizzate a favorire processi di internazionalizzazione (Misura 5.2.D)

Questi strumenti sono finanziati dalla Regione Emilia-Romagna, che, nella realizzazione dei progetti si avvale del contributo finanziario ed operativo dei soggetti esecutori.

### Risultati

Le misure 5.2 assorbono la parte più consistente delle risorse regionali destinate al supporto all'internazionalizzazione e nel periodo 2004-2009 hanno consentito la realizzazione di 331 progetti, con un investimento di oltre 34 milioni di euro.

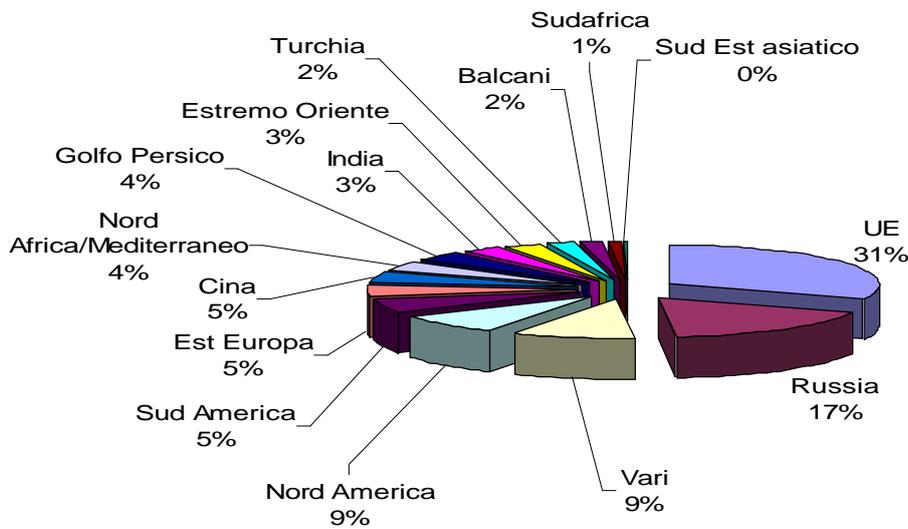
Contributi concessi dalla Regione nei bandi 2004-2009				
	5.2 C (Consorzi Export)	5.2 D (ATI)	5.2.D Cina (Expo)	Totale
Contributi concessi (€)	14.223.472	19.303.095	1.052.545	34.579.112
Nr. progetti approvati	160	157	14	331
Investimenti tot. realizzati (€)	46.419.918	39.213.605	1.564.190	87.197.713
Nr. aziende coinvolte	4.924	1.387	101	6.412

Il numero delle aziende beneficiarie è in costante aumento per entrambe le misure e l'ultima edizione del bando 5.2.D, quella del 2010, beneficerà oltre 500 imprese regionali rispetto alle 180 della prima edizione.

L'analisi relativa ai settori ed ai mercati è una fotografia abbastanza attendibile della situazione esistente. Le misure in esame, infatti, a differenza della 5.1, si attivano sulla base di progetti proposti dalle imprese e dai consorzi export in occasione della pubblicazione

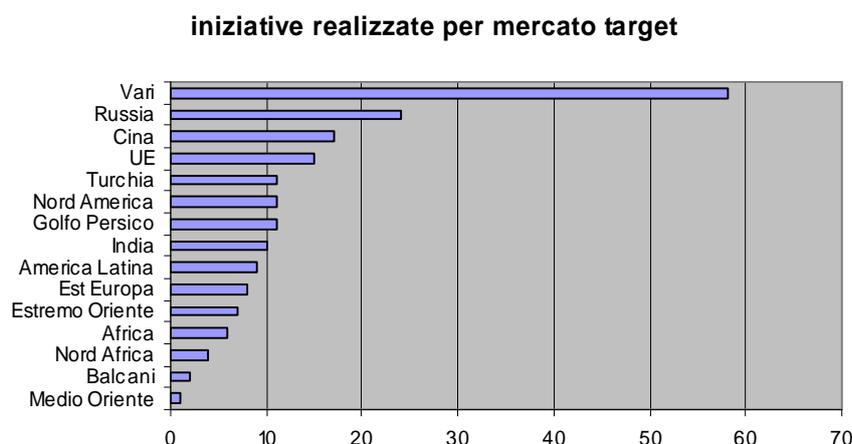
dei bandi. I dati relativi ai paesi di riferimento rivelano ancora una forte preferenza verso i tradizionali mercati di sbocco regionale a partire dall'UE. Mentre i settori di riferimento sono rappresentativi delle principali filiere regionali: Meccanica, Abitare-Costruire, Moda, Agroalimentare (dati del grafico riferiti al periodo 2004-2009).

**Misure 5.2: distribuzione dei contributi per mercato di riferimento**



## 2.4 Lo Sportello regionale per l'internazionalizzazione

Lo Sprint-ER realizza ogni anno un'intensa attività promozionale, informativa e formativa. Nel solo 2009, l'ultimo anno di riferimento, lo Sprint-ER ha organizzato 194 eventi, di cui questi ben 164 gestiti direttamente. Anche nel 2009 i paesi privilegiati dall'attività promozionale dello sportello sono stati i cosiddetti BRICST, a cui si sono indirizzati 70 dei 194 eventi complessivamente realizzati (36%). Dei 70 eventi BRICST, ben 24 sono stati rivolti alla Russia, 17 alla Cina, 10 all'India, e 11 alla Turchia (si veda tabella).

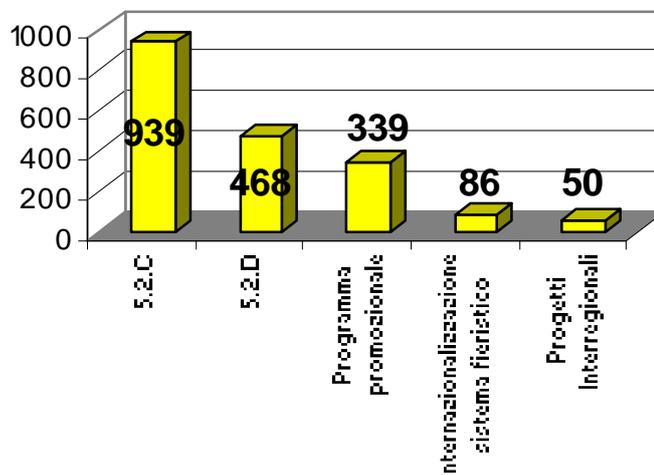


La base dati delle attività promozionali di iniziativa regionale evidenzia<sup>2</sup> che:

- Nel corso del 2009, sono stati organizzati, in Italia e all'estero, 24 sessioni di incontri imprenditoriali che hanno coinvolto 481 aziende regionali e 427 operatori esteri nei più svariati settori di attività e prodotto oltre 2.400 b2b;
- 184 aziende regionali hanno partecipato a manifestazioni fieristiche in Italia e all'estero in qualità di espositori o visitatori attivi;
- Sono stati effettuati 61 eventi formativi/seminariali/workshop (includendo il master per esperti nei processi di Internazionalizzazione) che hanno coinvolto oltre 2.400 persone;
- Sono stati organizzati 43 eventi mediatici-promozionali che hanno visto la partecipazione di 214 fra giornali, riviste di settore ed altri mass media;
- E' stato organizzato un master di II livello per Esperti nei Processi di Internazionalizzazione delle Imprese che ha formato 14 laureati erogando a ciascuno di essi 1.500 ore di formazione ed uno stage all'estero;
- Sono stati impegnati contributi per oltre 7 mln di euro a 468 aziende regionali per la realizzazione di 56 progetti di internazionalizzazione prevalentemente destinati a mercati extra-UE;
- Sono stati impegnati contributi per oltre 2,8 mln di euro a 31 consorzi export per la realizzazione di altrettanti progetti promozionali che hanno beneficiato oltre 900 aziende.

<sup>2</sup> I dati di seguito elencati si riferiscono ad attività di iniziativa regionale, in quanto non sono disponibili indicatori di risultato relativi alle attività organizzate dal Sistema Camerale

## imprese regionali coinvolte nelle attività promozionali di impulso regionale 2009



### 3. Aumentare l'efficacia dell'interventi a sostegno dei processi di internazionalizzazione: analisi delle criticità e delle opportunità

#### 3.1 Premessa

I Piani triennali delle attività produttive 1999-2001 e 2003-2005 (questo ancora in vigore), hanno avuto il merito di identificare un sistema integrato di obiettivi, strumenti, risorse e modalità operative con cui la Regione Emilia-Romagna ha dato attuazione alle competenze in materia di internazionalizzazione, delegate a seguito della riforma del titolo V della Costituzione.

Seppure a livello nazionale l'ambito delle politiche di sostegno all'internazionalizzazione continui ad evidenziare problematiche di governance legate ad un vero e proprio deficit di coordinamento e di interazione funzionale tra i soggetti, le politiche e gli strumenti attivi, la Regione Emilia-Romagna è riuscita, in questi anni a fornire servizi e strumenti e a coordinare programmi ed iniziative con gli altri soggetti impegnati a sostegno delle imprese italiane all'estero, che per quantità e qualità non hanno pari in Italia.

In vista del prossima Piano triennale 2011 -2013, e nell'attesa che finalmente si compia l'attesa riforma legislativa statale per il riordino complessivo del sistema di internazionalizzazione, può essere utile avviare un processo di auto-valutazione complessiva sulle politiche e sugli strumenti messi in campo in questi anni in Emilia-Romagna, evidenziando le eventuali criticità emerse e prospettando alcune ipotesi di aggiornamento e miglioramento degli strumenti e delle metodologie utilizzate.

Dalla solida esperienza maturata dalla Regione dal 2002 (anno di attivazione dello Sprint-ER) emerge che esistono ancora almeno due punti su cui è possibile e auspicabile

intervenire per migliorare l'efficacia degli strumenti e delle azioni di promozione internazionale. Per comodità possiamo raggruppare questi punti in 2 diversi ambiti:

- a) Coordinamento e integrazione delle azioni di sistema
- b) Aggiornamento degli strumenti di sostegno finanziario alle imprese

### 3.2 Coordinamento e integrazione delle azioni di sistema

Come il sistema nazionale, che da anni attende una riforma organica del settore e degli strumenti di sostegno all'internazionalizzazione, anche il sistema regionale manifesta ancora alcuni elementi di duplicazione di competenze e di soggetti impegnati a sostegno delle imprese. La pluralità di attori coinvolti, se da un lato assicura un ampio coinvolgimento di imprese e di risorse, dall'altro può portare a interventi sovrapposti, non del tutto efficaci soprattutto quando ci si rapporta con paesi del peso della Cina, del Brasile o di altre realtà minori ma su cui siamo in competizione con i nostri partner europei. Queste le esigenze a cui è necessario rispondere:

- a. Approfondire ulteriormente il coordinamento e l'integrazione nelle azioni che gli attori regionali realizzano sui principali mercati esteri;
- b. Focalizzazione su base pluriennale gli interventi su precisi e limitati target paese/settore.

L'esperienza dello Sprint-ER ha fatto maturare una metodologia di lavoro, ben espressa anche dalla recente partecipazione di sistema all'Expo' di Shanghai, che punta a focalizzare le iniziative e le risorse su poche priorità paese, e su selezionate filiere produttive per ciascun paese target, concentrando così anche le risorse disponibili (bandi, programmi promozionali).

Rafforzare questo approccio, facendo convergere maggiormente su target comuni anche le iniziative messe in atto dagli attori presenti a questo Comitato permetterebbe un significativo miglioramento dell'efficacia degli interventi.

### 3.3 Aggiornamento degli strumenti di sostegno alle imprese

Le imprese emiliano-romagnole dispongono di diversi strumenti a sostegno dei processi di internazionalizzazione:

- ü Strumenti promozionali
- ü Strumenti finanziari
- ü Strumenti assicurativi

Le misure messe a disposizione dalla Regione sono quelle definite dal Programma triennale delle attività produttive:

Misura 5.1	<ul style="list-style-type: none"> <li>ü Programma promozionale diretto o in Accordo di Programma con il MiSE e con il MAE</li> <li>ü Progetti interregionali</li> <li>ü Progetti europei (7PQ) e internazionali (local to local)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ü Interventi a sostegno dei processi di internazionalizzazione del sistema fieristico regionale</li> </ul>
Misura 5.2	<ul style="list-style-type: none"> <li>ü Misure 5.2.C (bandi per Consorzi Export)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ü Misure 5.2.D (bandi per ATI)</li> </ul>
Misura 5.3	<ul style="list-style-type: none"> <li>ü Diplomazia economica e promozione internazionale</li> </ul>

Su queste misure la Regione destina annualmente quasi 15 milioni di euro, più di qualsiasi altra regione italiana. Se a questi si sommano i cofinanziamenti provenienti dalle imprese e dagli organismi esecutori coinvolti nei progetti (come ICE) si arriva ad un investimento che supera i 30 milioni di euro annui.

In particolare, la Misura 5.2 da sola assorbe oltre l'80% del budget regionale (ca. 10 milioni di euro) e, coerentemente con le norme istitutive nazionali, è dedicata al finanziamento di iniziative di carattere promozionale come le partecipazioni a fiere, gli interventi di promozione e pubblicità, le spese di consulenza per la ricerca di partner e per la realizzazione di studi di fattibilità.

È opportuno chiedersi se un simile sforzo finanziario stia producendo risultati soddisfacenti e se gli strumenti messi a disposizione siano ancora adeguati, in quantità e qualità, rispetto alle esigenze ed alle aspettative delle imprese in uno scenario economico che è profondamente mutato e in vista dell'approvazione del Nuovo Programma Triennale delle Attività produttive 2011-2013.

Alcuni punti devono essere evidenziati per quanto riguarda l'utilizzo degli strumenti di incentivazione per le imprese:

- 1) Il sostegno alle iniziative di internazionalizzazione in forma aggregata (Miss. 5.2C e 5.2.D) sono state molto utilizzate e hanno generato un considerevole volume di investimenti in azioni di promozione sui nuovi mercati, consentendo alle PMI di sperimentare forme di collaborazione e creare reti d'impresa. Tuttavia, gran parte delle aggregazioni non supera la durata del progetto e non elabora le strategie per la crescita e lo sviluppo di forme stabili di cooperazione nel medio e lungo termine. Da questo punto di vista le misure andrebbero rafforzate e corrette al fine di favorire da un lato la formazione di aggregazioni permanenti e, dall'altro, anche la realizzazione di interventi più strutturati sui mercati esteri;
- 2) È indubbio che le PMI, soprattutto nella fase di primo approccio al mercato estero, abbiano un forte bisogno di sostegno per lo svolgimento di iniziative promozionali, che si articolano principalmente attraverso la partecipazione a fiere internazionali.

Per alcuni aspetti il finanziamento della partecipazione fieristica può essere semplificato rispetto all'attuale modalità di contribuzione a progetti per aggregazioni di imprese, per esempio introducendo nelle future programmazioni uno strumento di finanziamento individuale, più agile, anche in collaborazione con la rete regionale delle Camere di Commercio, che già agiscono in questa direzione;

- 3) Un ulteriore elemento di garanzia della qualità delle iniziative può provenire da una maggiore selettività delle capacità progettuali e operative, rispetto alla promozione all'estero, dei consorzi export di PMI (misura 5.2 C).
- 4) Questi suggerimenti devono poi essere oggetto di un'attenta valutazione della fattibilità alla luce del continuo aggravio amministrativo imposto dal Governo, che ha di recente introdotto nuovi carichi quali il DURC e il CUP.

Nell'ambito dei progetti promozionali si possono invece richiamare elementi già espressi nel paragrafo precedente e cioè:

- 1) Necessità di far convergere i molti progetti realizzati dagli attori regionali e dalla Regione stessa, tramite iniziative di sistema, su pochi e selezionati target paese/settore, con una programmazione di medio periodo che eviti interventi sporadici e discontinui;
- 2) Rafforzare l'integrazione fra gli strumenti di incentivazione alle imprese e la realizzazione di eventi promozionali nei paesi target.

### 3.4 Linee ed orientamenti dell'Azione promozionale nel triennio 2011-2013

Sulla base delle considerazioni appena esposte, la metodologia di lavoro che si propone di adottare per il triennio 2010-2013 si basa quindi su questi elementi, già sperimentati con successo in alcuni progetti regionali, in particolare in occasione dell'Expo' di Shanghai:

1. Focalizzazione dell'azione promozionale sui BRICST attraverso azioni settoriali;
2. Ricerca della massima integrazione con tutti i partner regionali nella programmazione e realizzazione di azioni promozionali nei suddetti paesi/settori;
3. Utilizzo di Framework Projects per la realizzazione di grandi eventi promozionali, sul modello Expo Shanghai, che contemplino lo sviluppo e la valorizzazione integrata di tutte le componenti regionali (economica, culturale, istituzionale, ricerca);
4. Focalizzazione dei contributi per l'internazionalizzazione in forme aggregate sugli stessi target paese/settore con bandi dedicati, per massimizzare l'impatto di sistema, introducendo sistemi di accreditamento che favoriscano l'ulteriore crescita qualitativa;
5. Supporto alle imprese individuali, selezionate con invito a manifestazioni di interesse, attraverso servizi offerti da società di consulenza appositamente selezionate dalla Regione (con gara) e da ICE (attraverso le risorse in Accordo di Programma);

6. Necessità di integrare lo sforzo sistemico con interventi sui servizi, con particolare attenzione a quelli bancari, logistici, grande distribuzione, servizi collettivi per le imprese della meccanica;
7. Focalizzazione degli interventi a sostegno dell'internazionalizzazione del sistema fieristico regionale verso i paesi target selezionati e invito di delegazioni di operatori dai paesi target nelle principali fiere internazionali in regione (particolarmente efficace la realizzazione di eventi coordinati in cui i target diventano "paesi ospiti").

La continuità degli interventi nel corso del triennio sarà un elemento fondamentale per assicurarne l'efficacia.

Si propone quindi di operare sui paesi nei quali la Regione ha già avviata con profitto un'azione di promozione, con la possibilità di incrementare poi, negli anni successivi, i paesi target, anche sulla base della programmazione nazionale.

In particolare per il triennio 2011-2013 si propongono i seguenti target paese/filiere:

Brasile	meccanica strumentale (in particolare meccanica agricola e impiantistica alimentare), moda; attenzione all'anno dell'Italia in Brasile 2011-12;
Turchia	meccanica strumentale (in particolare per i settori delle macchine per: packaging, alimentare, costruzioni, energia);
Russia	Made in Italy;
India	meccanica strumentale (in particolare meccanica agricola e per l'alimentare) e settore fieristico;
Cina	moda, meccanica (in particolare macchine utensili, automotive, robotica), ricerca e sviluppo.

#### 4. I programmi promozionali 2010 e 2011

Paese	Settore	Fondi 2010 (progetti già approvati e in via di approvazione)	Fondi 2011 (se confermati)
Turchia	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ü Meccanica</li> <li>Ü Moda</li> <li>Ü Agroindustria e alimentare</li> </ul>	<p>Realizzazione di un Programma integrato Turchia :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ü Progetto per la promozione delle filiere meccanica e moda nelle regioni turche dell'Anatolia sud-orientale e dell'Egeo</li> <li>Ü Supporto alle iniziative fieristiche regionali</li> <li>Ü Bando dedicato 5.2.D Turchia 2011</li> <li>Ü Missioni imprenditoriali ed eventi promozionali</li> <li>Ü Promozione scambi fra ricercatori nell'ambito di Agforise (VII PQ UE)</li> </ul>	
Brasile	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ü Moda</li> <li>Ü Meccanica               <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Agricola</li> <li>§ Strumentale</li> <li>§ Impiantistica alimentare</li> </ul> </li> </ul>	Promozione della filiera della Moda in Brasile	<p>Partecipazione con programma integrato all' "Anno dell'Italia in Brasile" (2011-12):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Promozione delle filiera agro-alimentare in Brasile</li> <li>§ Bando dedicato 5.2.D Brasile</li> <li>§ Eventi culturali e promozionali</li> <li>§ Missioni imprenditoriali In &amp; Out</li> </ul>
Cina	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ü Moda</li> <li>Ü R &amp; S</li> <li>Ü Formazione</li> <li>Ü Meccanica               <ul style="list-style-type: none"> <li>§ Macchine utensili</li> <li>§ Automotive</li> <li>§ Robotica</li> </ul> </li> </ul>	<p>Programma integrato Cina nell'ambito dell'Expo di Shanghai:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Programma integrato di eventi 2010</li> <li>o Bando 5.2.D Cina e Manifestazione di interesse</li> <li>o Missione istituzionale ed imprenditoriale</li> <li>o Operatività di Collegio di Cina e Fondazione Italia-Cina</li> <li>o Accordi con Tongji University Regione, Università di Bologna, imprese</li> <li>o Zhejiang China and Italy School of Policy 2010</li> </ul>	<p>Follow up delle azioni in Cina con:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Missioni in &amp; Out</li> <li>o Creazione Fondo per la ricerca comune fra Università. Imprese e Tongji University</li> <li>o Forum bilaterale sulla Meccanica</li> <li>o Partecipazione all'Anno Culturale della Cina in Italia con accordo con Zhejiang</li> <li>o China &amp; Italy Executive School of Policy 2011</li> </ul>

Paese	Settore	Fondi 2010 (progetti già approvati e in via di approvazione)	Fondi 2011 (se confermati)
India	Meccanica agricola	Internazionalizzazione della meccanica agricola regionale in India attraverso il settore fieristico: EIMA-AGRIMACH India 2011	
Russia	<ul style="list-style-type: none"> <li>ü Meccanica automotive</li> <li>ü Made in Italy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Valorizzazione della filiera Automotive in Russia</li> </ul>	Realizzazione di un Programma integrato in Russia (da definire)
Canada	Valorizzazione della Motor Valley sul mercato Nord Americano		
Vari	<ul style="list-style-type: none"> <li>ü R&amp;S</li> <li>ü Formazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o R2B 2011</li> <li>o III Master in processi di internazionalizzazione – UNIMORE</li> </ul>	