Piano integrato per l’internazionalizzazione e la promozione all’estero (Anno 2021)

Indice

1. CONTESTO DI RIFERIMENTO
2. ATTIVITA' E RISULTATI 2020
3. LINEE DI AZIONE 2021
4. LE RISORSE FINANZIARIE
5. IL CRONOPROGRAMMA

1. CONTESTO DI RIFERIMENTO

L'avvio di una strategia di rilancio internazionale delle produzioni marchigiane prende il via in uno dei momenti più difficili degli ultimi decenni per lo sviluppo degli scambi e degli investimenti tra i paesi e le diverse macroaree economiche del pianeta.

La pandemia, un evento ancora più inaspettato di quello che aveva portato alla grande crisi finanziaria del 2008-2009, sta scuotendo le fondamenta e le consuetudini dei modi di produzione e di realizzazione degli scambi economici. Non si può ipotizzare un processo di sviluppo internazionale a prescindere da una profonda riorganizzazione dei sistemi economici e delle attività delle imprese, che devono rivedere piani di investimento, fabbisogni di competenze e modalità operative.

Bisogna confidare in una parziale normalizzazione delle problematiche sanitarie a partire dai prossimi mesi, ma questo non significa che non si dovranno prevedere condizioni di sicurezza e attenzione. L'attesa per giungere a condizioni di gestione degli aspetti sanitari al di fuori dell'emergenza più acuta, non si accompagna a previsioni certe sul lato economico. In alcuni ambiti ci potrà essere anche un rimbalzo; in altri, gli effetti delle inefficienze accumulate in questi mesi non tarderanno a farsi sentire. I rischi dal punto di vista della tenuta occupazionale e industriale sono molto alti.

Ma proprio per questo motivo è necessaria una strategia di rafforzamento industriale e di rilancio delle esportazioni sin da subito, in modo da dare al sistema produttivo regionale e alle singole imprese lo slancio necessario per la nuova fase economica che ci attende.

La nostra regione giunge a questa fase particolarmente indebolita sul piano della competitività internazionale e sulla capacità di penetrare i mercati esteri. Già prima della pandemia, le esportazioni marchigiane erano rimaste stabilmente al di sotto dei livelli (addirittura nominali) precedenti all'esplosione della crisi finanziaria del 2008 e 2009. Le altre regioni industrializzate italiane, superata la prima fase di shock, erano riuscite ad avviare una fase di significativa ripresa dell'attività di esportazione; tutte le regioni del Centro-Nord registravano, nel 2019 valori delle esportazioni ampiamente superiori a quelli dell'anno precedente alla crisi (il 2007): dal + 25% della Lombardia al + 97% del Lazio. Incrementi che in termini assoluti si sono sostanziati in numerosi miliardi di Euro di incremento.

Come conseguenza, la quota delle Marche sull'export nazionale è scesa di quasi un punto, dal 3,4% del 2007 al 2,5% del 2019. Vi è stata quindi una perdita di competitività della regione, come evidenziato anche dalla tabella seguente, e i minori introiti dall'export hanno avuto ripercussioni a catena sul sistema industriale, sul prodotto interno lordo e sull'occupazione.

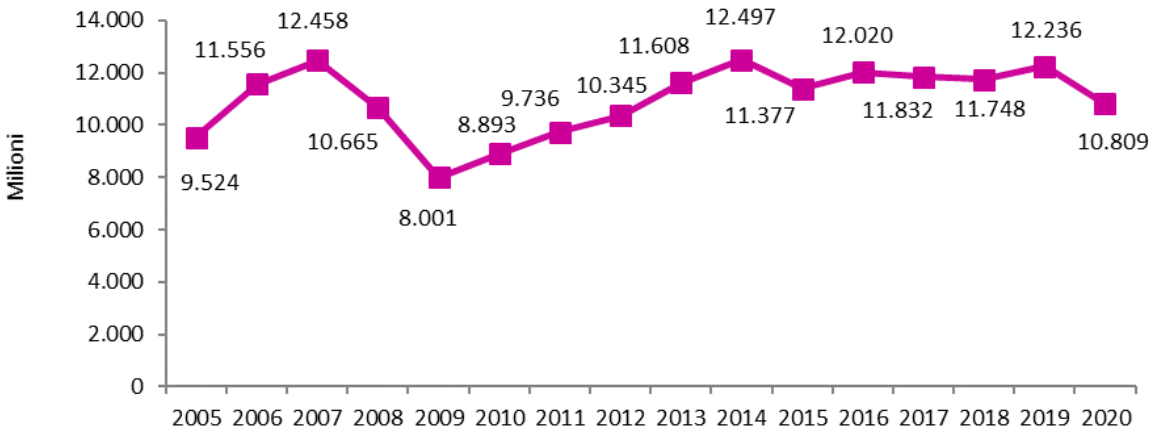
Andamento dell'export delle principali regioni esportatrici dalla crisi 2008 alla pandemia

Regioni	Var % 2019-07	Variazione in miliardi € 2019-07
Piemonte	+25,0	+9,3
Lombardia	+24,6	+25,1
Liguria	+49,2	+2,3
Veneto	+27,5	+13,9
Friuli-Venezia Giulia	+24,0	+3,0
Emilia-Romagna	+43,2	+20,0
Toscana	+61,0	+16,2
Marche	-2,6	-0,4
Lazio	+97,4	+13,2

Fonte: Istat

Per quanto riguarda i valori annuali dell'export Marche, come si evince dal grafico seguente, dopo la battuta d'arresto del 2015, la ripresa del 2016, le successive contrazioni del 2017 e 2018 e l'espansione del 2019 (+4,2%), le esportazioni complessiva delle Marche nel 2020 registrano una fortissima contrazione.

Andamento dei valori annuali dell'export Marche (in milioni di euro)



E' vero che la crisi finanziaria è stata seguita, nelle Marche, da diverse vicende che hanno contribuito a minare il tradizionale dinamismo del nostro sistema: dal sisma alla crisi della Banca delle Marche, dalle difficoltà dei distretti storici alla crisi dei gruppi industriali locali che storicamente avevano trainato il sistema. E' tuttavia evidente anche che, nonostante il forte impegno delle piccole e medie imprese, non si è avuta la forza di apportare significativi cambiamenti nel mix dei prodotti esportati e nei mercati di destinazione. Non si è riusciti inoltre, anche nell'ambito delle specializzazioni più forti e mature, a concretizzare azioni di sistema verso specifici mercati per rafforzare e consolidare forme di presenza durevole e organizzata.

Nel primo anno della pandemia la situazione ha continuato a peggiorare. Ovviamente le piccole e medie imprese hanno sofferto di più delle medie e grandi imprese per la mancanza di eventi fieristici e per le difficoltà nel gestire nei modi consueti i rapporti commerciali. La Marche hanno perso ancora l'11,7% dell'export rispetto al 2019, due punti in più della media nazionale che è stata del 9,7%; ma soprattutto hanno continuato ad allontanarsi dalle altre regioni industrializzate ed esportatrici, tutte, ad eccezione del Piemonte, con tassi di riduzione inferiori a quello marchigiano (Tabella seguente).

Anche se a determinare un quadro economico difficile e incerto, almeno nel breve termine, non sono solo le esportazioni, ma anche le prospettive della domanda interna, è assolutamente indispensabile agire su questo fronte per far ripartire fatturati e volumi di attività, individuando anche strategie e approcci innovativi.

Esportazioni per regione - Dati annuali 2019 e 2020

Ripartizioni e regioni	2019		2020(*)		2019/2020(*)
	milioni di euro	% su Italia	milioni di euro	% su Italia	variazioni %
Molise	755	0,2	951	0,2	26,0
Liguria	7.103	1,5	7.051	1,6	-0,7
Basilicata	3.445	0,7	3.294	0,8	-4,4
Toscana	43.242	9,0	40.572	9,4	-6,2
Abruzzo	8.712	1,8	8.171	1,9	-6,2
Campania	12.345	2,6	11.551	2,7	-6,4
Friuli-Venezia Giulia	15.495	3,2	14.268	3,3	-7,9
Trentino-Alto Adige	9.095	1,9	8.372	1,9	-7,9
Veneto	65.142	13,6	59.812	13,8	-8,2
Emilia-Romagna	66.621	13,9	61.148	14,1	-8,2
Puglia	8.962	1,9	8.117	1,9	-9,4
Lazio	27.701	5,8	24.924	5,7	-10,0
Lombardia	127.488	26,5	114.022	26,3	-10,6
Marche	12.236	2,5	10.809	2,5	-11,7
Piemonte	46.903	9,8	40.951	9,4	-12,7
Umbria	4.315	0,9	3.762	0,9	-12,8
Calabria	480	0,1	402	0,1	-16,2
Valle d'Aosta	701	0,1	563	0,1	-19,6
Sicilia	9.498	2,0	7.195	1,7	-24,2
Sardegna	5.659	1,2	3.360	0,8	-40,6
Diverse e non specificate	4.453	0,0	4.264	0,0	-4,2
ITALIA	**480.352**	**100,0**	**433.559**	**100,0**	**-9,7**

Fonte: dati ISTAT

Come si può osservare dai dati sottostanti, ormai una quota superiore al 21% dell'export marchigiano è legato alla chimica e farmaceutica, rappresentato principalmente da unità produttive di grandi imprese, e unico ambito produttivo che non segna una contrazione, anzi un incremento. Il sistema moda nel suo complesso, segna una perdita significativamente superiore al 20% e rappresenta ormai meno del 15% dell'export regionale. La vasta area di comparti della meccanica e dell'elettromeccanica rappresenta quasi il 43% dell'export ed ha subito una riduzione in tutti i settori superiore al 10%, con una punta del 46,8% nei mezzi di trasporto (forse legata ai cicli delle commesse della cantieristica). Il mobile e l'agroalimentare sono i settori legati all'imprenditoria locale che hanno tenuto meglio, con riduzioni minime dovute al contesto economico generale, anche se rappresentano rispettivamente il 5,9% e il 3,8% dell'export totale. Per quanto riguarda l'agroalimentare, in particolare, si è trattato di una battuta di arresto relativamente contenuta dopo il trend di crescita registrato negli ultimi anni.

L'export marchigiano per i principali settori industriali

Settori	Export 2020	Variazione % 2020/2019	Quota su totale export Marche vs Mondo
Prodotti chimici e farmaceutici	2.311.225.893	8,00%	21,40%
Meccanica	1.793.397.760	-11,40%	16,60%
Metallurgia e prod in metallo	1.216.273.721	-11,80%	11,30%
Calzature e pelletterie	1.178.021.420	-28,10%	10,90%
Apparecchi elettrici	1.004.034.186	-13,80%	9,30%
Mobili e prodotti in legno	638.679.675	-1,80%	5,90%
Articoli in gomma e materie plastiche	486.744.731	-13,60%	4,50%
Tessile e Abbigliamento	437.667.719	-22,10%	4,00%
Agro-Alimentare	409.827.083	-3,00%	3,80%
Mezzi di trasporto	313.256.888	-46,80%	2,90%
Computer e elettronica	284.038.801	-3,70%	2,60%
Carta e editoria	255.885.457	-13,40%	2,40%
Gioielleria; strumenti musicali; giochi e giocattoli	207.626.521	-8,10%	1,90%
Altro	173.120.582	-7,50%	1,60%
Vetro, ceramiche, terracotta, cemento	99.515.315	-1,00%	0,90%
Totale Export Marche	**10.809.315.752**	**-11,70%**	**100,00%**

Quanto invece ai mercati di riferimento, al di là di un andamento un po' random nei singoli paesi, a livello di grandi aree geografiche, la riduzione è generalizzata e senza differenze particolarmente eclatanti. I primi 6 mercati di destinazione, che da soli fanno quasi il 50% dell'export regionale, hanno mediamente tenuto meglio della media. Questo aspetto da un lato è confortante, dall'altro ci conferma della maggiore efficacia di una presenza forte e mirata su mercati specifici, mentre laddove la presenza è più sporadica si è soggetti ad una più elevata variabilità, peraltro, in questa fase (con le eccezioni del Canada, dell'Arabia Saudita e dell'Ungheria) prevalentemente di segno negativo. Anche in questo caso, comunque, la maggiore stabilità dei mercati tedesco e belga, sembra legato in misura rilevante al settore chimico-farmaceutico, più che ai settori tipici dell'imprenditoria locale.

L'andamento dei mercati

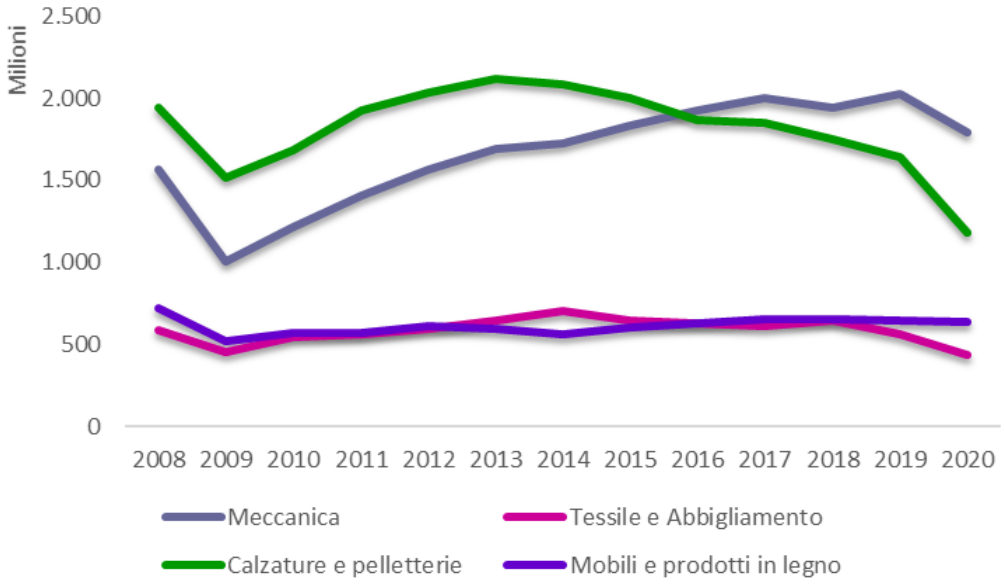
	Paese di destinazione	Export 2020 valori in €	Quota sul totale	Var. % 2020/2019
1	Germania	1.276.429.451	11,80%	0,00%
2	Belgio	1.136.518.541	10,50%	-2,90%
3	Francia	1.067.077.865	9,90%	-10,10%
4	Stati Uniti	900.359.658	8,30%	-7,60%
5	Spagna	500.734.419	4,60%	-16,90%
6	Polonia	432.856.019	4,00%	-8,30%
7	Regno Unito	403.715.466	3,70%	-22,10%
8	Russia	275.520.290	2,50%	-21,60%
9	Romania	260.826.588	2,40%	-8,90%
10	Cina	252.772.589	2,30%	-13,30%
11	Paesi Bassi	226.218.576	2,10%	-2,10%
12	Svizzera	212.565.173	2,00%	-33,20%
13	Austria	179.960.623	1,70%	-6,00%
14	Turchia	170.505.793	1,60%	-15,00%
15	Repubblica ceca	152.424.888	1,40%	-4,10%
16	Albania	151.113.654	1,40%	-10,20%
17	Portogallo	139.982.132	1,30%	-5,50%
18	Ungheria	132.108.492	1,20%	6,80%
19	Grecia	129.781.172	1,20%	-8,00%
20	Arabia Saudita	122.415.517	1,10%	41,80%
21	Giappone	118.471.396	1,10%	-4,00%
22	Canada	115.135.768	1,10%	29,40%
23	Emirati Arabi Uniti	114.810.392	1,10%	-18,80%
24	Svezia	108.648.043	1,00%	-11,80%
25	Australia	96.606.204	0,90%	-3,80%
	MONDO	**10.809.315.752**	**100,00%**	**-11,70%**

Aree e Continenti	Export 2020 valori in €	Quota sul totale	Var. % 2020/2019
Ue 27 post Brexit	6.316.711.034	58,40%	-9,20%
Extra Ue 27 post Brexit	4.492.604.718	41,60%	-14,80%
EUROPA	7.792.045.521	72,10%	-11,60%
AFRICA	328.604.219	3,00%	-15,50%

AMERICA	1.365.024.965	12,60%	-7,60%
ASIA	1.203.131.322	11,10%	-14,70%
OCEANIA E ALTRI TERRITORI	120.509.725	1,10%	-14,90%
MONDO	**10.809.315.752**	**100,00%**	**-11,70%**

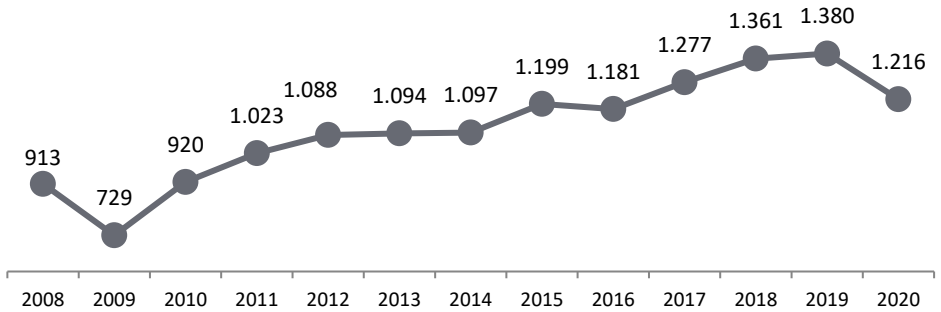
Nei grafici seguenti si riporta l'andamento delle esportazioni dei principali settori manifatturieri dal 2008 al 2020.

Andamento delle esportazioni dei principali settori



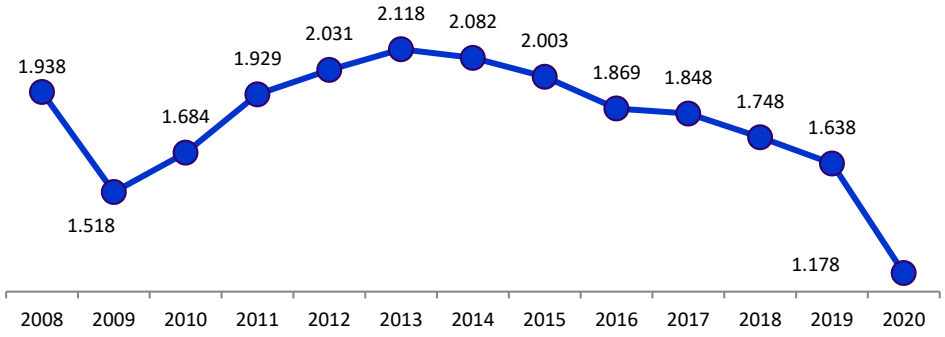
L'export del settore della Meccanica, dopo la ripresa del 2019 nel 2020 torna a contrarsi (-11,4%) nonostante il forte incremento delle esportazioni di Macchine per l'agricoltura e la silvicoltura (+44,2%). Gli Stati Uniti continuano a rimanere la prima destinazione delle esportazioni del settore nonostante verso questo Paese si evidenzi una contrazione del 16,4%. Significativi aumenti delle esportazioni del settore della Meccanica di produzione marchigiana nel corso del 2020 si sono registrati verso l'Austria, la Romania, la Germania e la Francia, che rimane la seconda destinazione. La regione è al 77° posto tra le regioni italiane con una quota del 2,5% dell'esportato nazionale del settore.

Andamento delle esportazioni delle Marche dei prodotti della meccanica (valori in milioni di euro)



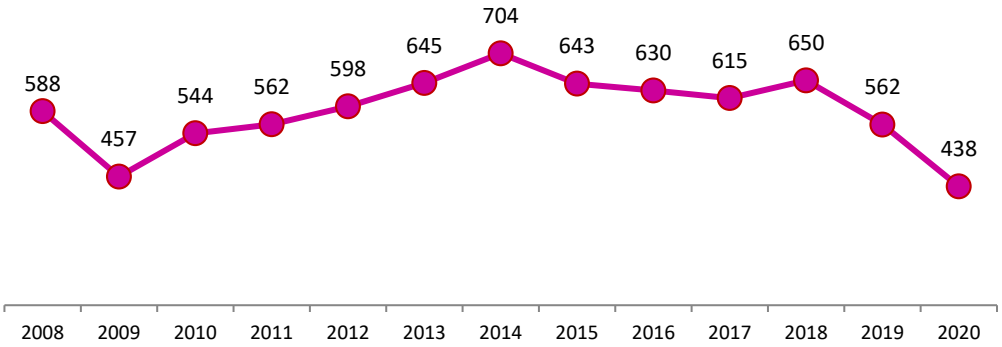
L’export del settore Calzaturiero continua ed accentua la sua contrazione: -28,1% rispetto all’anno precedente e -44,4% dal 2013 anno in cui si è registrato il picco di esportazioni. In contrazione (-19,9%) le due principali destinazioni europee (Germania e Francia). Considerevole la riduzione verso la Cina (-40,5%). Unica destinazione verso la quale si registra un incremento è la Spagna (+11,8%). La regione ha un'ottima posizione a livello nazionale, infatti è la quinta regione italiana per esportazioni del settore con una quota del 6,3%.

Andamento delle esportazioni delle Marche dei prodotti del settore calzaturiero (valori in milioni di euro)



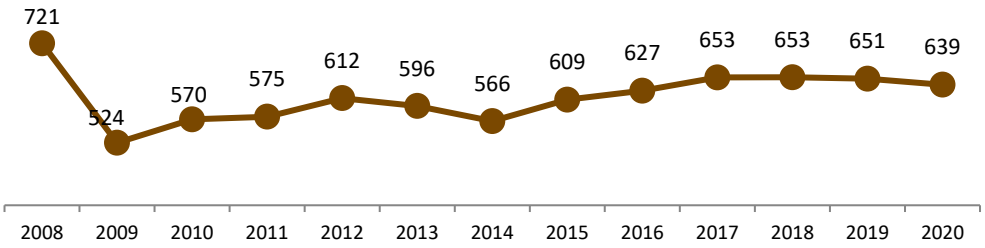
Dopo alcuni anni di crescita lieve ma costante delle esportazioni del settore tessile e abbigliamento dal 2014 si è assistito ad un andamento in calo fino al 2017. Dopo la ripresa del 2018, dal 2019 il settore evidenzia una forte contrazione. Nel 2020 rispetto all’anno precedente perde il 22,1% e rispetto al 2018, anno della ripresa verso l’estero, perde il 32,6%. Le esportazioni di tale settore sono da diversi anni rivolte in particolare verso alcuni paesi europei Germania e Francia. Le Marche si posizionano al 66°posto tra le regioni italiane con una quota del 2%.

Andamento delle esportazioni delle Marche dei prodotti del tessile abbigliamento (valori in milioni di euro)



Il grafico di andamento delle esportazioni del settore Legno e Mobile delinea a partire dal 2009 un assestamento dell'ammontare di esportazioni anche se nel 2020 viene evidenziata una contrazione dell’ 1,8%. Oltre ai mobili nel settore sono compresi i prodotti in legno (porte e finestre in legno) che con un incremento dello 0 3 quest’anno contribuiscono ad arginare la contrazione complessiva delle esportazioni del settore. La principale destinazione è la Francia che acquista una quota del 23,7% dei prodotti del settore Seguono gli Stati Uniti con il 14,4% in aumento del 1,7% e la Germania che quest'anno ha incrementato i suoi acquisti del settore dalla nostra regione del 19,7%. La regione si attesta in 5 posizione in Italia per esportazioni con una quota del 6%.

Andamento delle esportazioni delle Marche dei prodotti del legno e mobile (valori in milioni di euro)

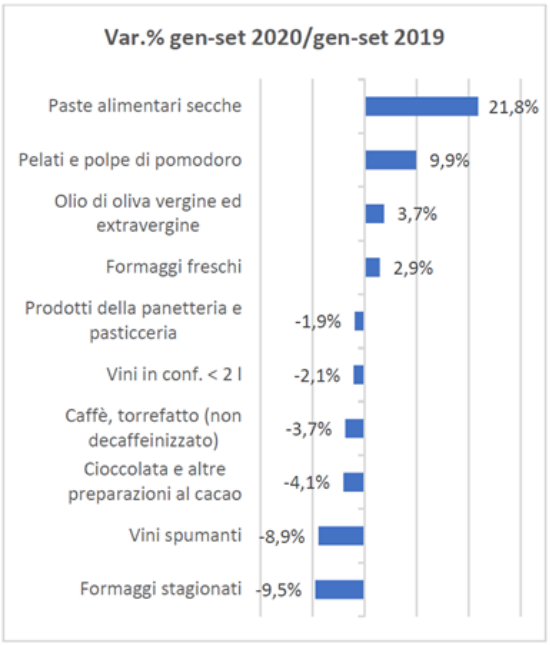


Per quanto riguarda il settore agroalimentare, sulla base dei dati emersi dallo studio sulle ***"Dinamiche del commercio estero globale, nazionale e regionale e l'impatto del covid-19 sul settore agroalimentare - dicembre 2020" pubblicato da ISMEA***, emerge che dal 2012 al 2019 la nostra regione ha mostrato una leggera flessione sul totale delle esportazioni agroalimentari. Nello stesso periodo, però, è migliorata la nostra propensione all'esportazione attestandoti vicino al 20% della produzione.

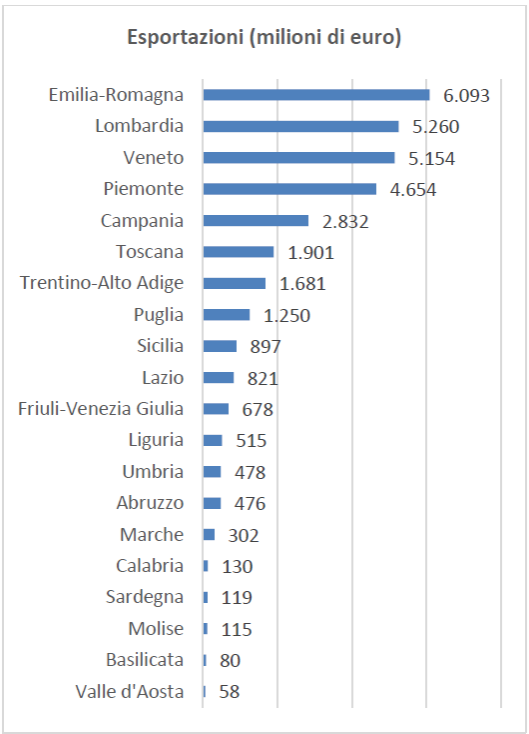
Nel 2019, le Marche hanno fatto registrare esportazioni per il settore agroalimentare per circa 407 milioni di euro con un incremento medio, sul valore del periodo 2012/2019, di circa il 3,1%. Il peso delle esportazioni agroalimentari, rispetto al PIL della nostra regione, si attesta sull'1%. Nel complesso, le esportazioni di prodotti agroalimentari dell'Italia sono cresciute dell'1,1% nei primi nove mesi dell'anno 2020, evidenziando un rallentamento nei confronti del +5,3% annuo del 2019 (-12,5% il totale beni e servizi nello stesso arco temporale del 2020). Nello stesso tempo, l'import italiano di prodotti agroalimentari si è ridotto del 4,6% (-15,5% per il totale).
L'export verso la UE è si è attestato a 21 miliardi di euro (il 63% del totale) nei primi nove mesi dell'anno 2020 ed è aumentato del 3% su base annua, in misura maggiore rispetto ai flussi verso i paesi terzi (12,4 miliardi di euro, +1,0%). Germania, Francia e Stati Uniti si confermano come principali destinazioni: Germania (5 miliardi di euro pari al 17% del totale); Francia (3,4 miliardi di euro pari all'11,4%), Stati Uniti (3,1 miliardi di euro pari al 10,5%). Sono cresciute molto anche le richieste dell'agroalimentare italiano da parte di Giappone (1,3 miliardi di euro pari al 4,4% del totale) e Svizzera (1,1 miliardi di euro pari al 3,7% del totale).

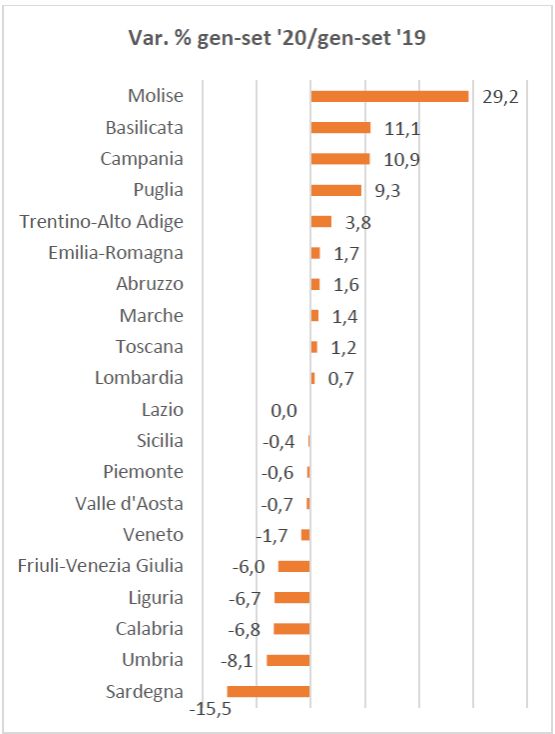
La dinamica nei primi nove mesi dell'anno 2020 è positiva per tutti i comparti ad eccezione dei vini, dei prodotti lattiero caseari, animali e carni, altre bevande e florovivaismo. Durante la diffusione della pandemia e dell'adozione delle misure di contenimento, sono i vini ad aver risentito maggiormente dei lockdown adottati a più riprese dalla maggior parte dei paesi; al contrario per la pasta che è a maggior uso per il consumo domestico si è osservato un significativo aumento delle esportazioni. In particolare, nel caso dei vini (-3,5%), la flessione è più marcata per gli spumanti (-8,9% per 993 milioni di euro) rispetto ai vini in bottiglia (-2,1% per 3,1 miliardi di euro). La performance positiva dei derivati dei cereali è da attribuire alla pasta (+21,8% per 1,6 miliardi di euro) mentre le esportazioni dei prodotti della panetteria e pasticceria sono risultati in calo (-1,9% per poco meno di 1,1 miliardi di euro).

Nel grafico che segue, troviamo i livelli di export del 2020, per i vari beni, e la loro variazione rispetto al medesimo periodo del 2019.



Nel grafico che segue, vediamo il quadro dell'export agroalimentare 2020 delle singole regioni e la variazione rispetto al medesimo periodo dell'anno 2019. Si nota come la Regione Marche registri una crescita dell'1,4%.





2. ATTIVITA' E RISULTATI 2020

Nel 2020 la Regione si è concentrata sulle seguenti attività:

- Iniziative promozionali e partecipazione ad eventi fieristici, attività in parte rivisitata a causa della pandemia, nella forma della partecipazione digitale (attività svolte dalla Camera di Commercio delle Marche in convenzione con la Regione);
- Sostegno a progetti di digitalizzazione delle imprese per lo sviluppo dello smart working e della commercializzazione digitale;
- Sostegno a progetti di internazionalizzazione incentrati sull'innovazione per moda e arredo;
- Gestione accordo con il Ministero per gli affari esteri per la partecipazione a EXPO Dubai.

Alcune attività sono state svolte in Convenzione con la Camera di Commercio delle Marche, così come sintetizzato nella tabella seguente:

LINEE DI INTERVENTO	Quota Regione	Quota Camera
A) realizzazione di manifestazioni fieristiche collettive: a causa della pandemia le uniche manifestazioni possibili sono state CPM a cui hanno partecipato 14 imprese e Tranoi Femme a cui hanno partecipato 11 imprese, per un costo complessivo pari a € 82.340,00. Le somme rimanenti sono state spostate nella linea B	€ 400.000,00 € 79.833,00 (economie 2019)	€ 400.000,00 € 79.833,00 (economie 2019)
B) partecipazione delle imprese a manifestazioni fieristiche e accesso delle imprese a piattaforme di market place: - bando voucher gen-mar 2020 (finanziate 346 imprese) e bando voucher ago-dic 2020 (finanziate 149 imprese) - bando B2B digital market (finanziate 492 imprese)	€ 1.485.000,00	€ 590.000,00 (+ 1.000.000 con delibera camerale)
C) realizzazione di un sistema informativo sull'economia della regione Marche con reportistica periodica : prodotti due report in data 23/7/2020 e 24/11/2020	€ 12.200,00	€ 12.200,00
TOTALI CONVENZIONE 2020 (DGR 510 del 05/05/2020)	**€ 1.977.033,00**	**€ 2.082.033,00**
ADDENDUM (DGR 1088 del 03/08/2020) La somma incrementa la dotazione della linea B e prevedere la realizzazione di una piattaforma e-commerce "1M – Marche eccellenza artigiana"; tale piattaforma non è stata realizzata in quanto si è ritenuto opportuno incrementare la dotazione del Bando B2B Digital Market	€ 550.000,00	€ 500.000,00
TOTALE CONVENZIONE + ADDENDUM	**€ 2.527.033,00**	**€ 2.582.033,00**

Le attività svolte direttamente dalla Regione, sono state realizzate sia a valere su risorse regionali disponibili nel Bilancio 2020, che su risorse comunitarie, e sono riportate sinteticamente nella tabella seguente.

POR FESR Interv. 9.2 - Sostegno ai processi di internazionalizzazione delle PMI del "sistema abitare" e " sistema moda"	€ 6.128.382,00	Bando volto a sostenere progetti integrati di innovazione e internazionalizzazione delle PMI del "sistema abitare" e del "sistema moda" (DDPF n. 365/IRE del 18/12/2019). Concessione dei contributi DDPF n. 216/IRE del 05/08/2020 e scorrimento DDPF 347/IRE del 10/12/2020. Finanziati 72 progetti che coinvolgono 84 imprese. Ad oggi il numero di imprese non finanziate per insufficienza di risorse è pari a 78 per una richiesta di contributi di € 5.921.036,09.
Fondo per l'attrazione degli investimenti internazionali	€ 40.000,00	Definizione di una strategia promozionale e valorizzazione del posizionamento internazionale della Regione per l'attrazione degli investimenti, con l'obiettivo di arrivare alla definizione di una value proposition, in corso di elaborazione

Gestione accordo tra il Commissario Generale di Sezione per l'Italia per Expo 2020 Dubai e la Regione Marche	€ 250.000,00	Con DGR n. 1131 del 24/09/2019 la Giunta ha approvato la partecipazione della Regione Marche. La successiva DGR n. 1555 del 09/12/2019 ha approvato lo schema di Accordo di collaborazione con il Commissario generale di Sezione per l'Italia, prevedendo la realizzazione di due video afferenti alle aree "Belvedere" e "Monografia Regionale" per un costo complessivo di € 380.000,00, di cui € 130.000 impegnate sul bilancio 2019 e € 250.000 impegnate sul bilancio 2020
Bando per favorire processi di riorganizzazione aziendale a seguito emergenza. Investimenti in tecnologie digitali, tecnologie 4.0 e smart working	€ 2.459.196,50	Il bando è stato approvato con DDPF n.181/IRE del 07/07/2020 e la sua dotazione complessiva ricomprende € 843.983,81 provenienti da capitoli afferenti le attività di internazionalizzazione, non realizzate a causa del covid-19. Il bando ha permesso di finanziare 130 imprese
OCM Vino – Annualità 2019/2020	€ 1.660.918,00	Bando destinato alla promozione dei vini in ambito extra UE
Piano di Sviluppo Rurale – Annualità 2020	€ 3.321.836,00	Bando destinato alla promozione dei vini in ambito UE

Per quanto riguarda il settore agroalimentare, nel 2020 si è registrata una forte riduzione degli eventi fieristici mentre hanno avuto un certo grado di continuità le azioni finanziate per il settore del vino sia in ambito UE con il PSR che extra UE con la OCM Vino. La tabella sotto fornisce un quadro riepilogativo di quanto accaduto.

Evento	***n. Soggetti/imprese partecipanti***	***Contributo concesso***
Fiere	12	€ 99.000,00 *(incluso anticipo Vinitaly)*
Incoming	50	€16.900,00
OCM Vino	2 Consorzi (60 imprese aderenti nel complesso)	€ 1.660.918,00
PSR	8 (5 Consorzi + 3 Cooperative)	€ 3.653.000,00
Valorizzazione	19	€ 233.378,72

3. LINEE DI AZIONE 2021

3.1 PROSPETTIVE E OBIETTIVI

Andando verso l'auspicata uscita dalla crisi sanitaria, tutti i paesi cercheranno di sostenere fortemente il proprio apparato industriale cercando di farlo uscire dalla situazione di difficoltà, dovuta all'accumulo di scorte, riduzione di fatturato e alle loro conseguenze sugli equilibri finanziari.

E' prevedibile pertanto un forte sostegno statale incluso qualche rischio protezionistico, una corsa all'attrazione degli investimenti con tentazioni di ricorrere al dumping fiscale. Pertanto è da attendersi una ripresa caratterizzata da un forte livello di concorrenzialità, soprattutto sui fattori di produzione. Almeno nel contesto europeo è da augurarsi che vi sia la capacità di assicurare il rispetto di regole finalizzate al principio della coesione interna.

Certamente le catene globali del valore negli ultimi anni hanno sviluppato interdipendenze tra le industrie nazionali, ma molti opinionisti ritengono che vi sarà un accorciamento geografico delle catene proprio per le politiche di attrazione o riattrazione dei diversi paesi. Naturalmente, l'altra faccia della medaglia è che alcune imprese decidano localizzazioni più convenienti rispetto alla loro attuale sede.

Tutto questo fa prevedere non solo più concorrenza, ma anche una maggiore regionalizzazione degli scambi, almeno nel breve e medio periodo. La possibilità di mantenere o recuperare una dimensione globale sarà sempre più legata al grado di innovazione, sofisticazione e livello reputazionale dei prodotti e dei marchi che li accompagnano.

In questo contesto, diviene essenziale rafforzare le linee su cui la Regione ha iniziato a lavorare nel 2020, con le difficoltà che sono intervenute. Le linee che si intendono seguire pertanto sono:

A. riattivare e rafforzare i legami di mercato e i flussi di esportazione laddove i prodotti marchigiani godono di una elevata reputazione e verificare, in modo selettivo, nuovi mercati per iniziare un percorso mirato di diversificazione;
B. rafforzare le competenze e il grado di digitalizzazione delle imprese, in particolare dal punto di vista commerciale e promozionale, ma anche sul piano produttivo e organizzativo, in collaborazione con i Digital Innovation Hubs;
C. prepararsi ad una strategia mirata che leghi l'internazionalizzazione agli ambiti industriali prioritari della regione e al rafforzamento delle sue capacità di innovazione (sulla base di una nuova Strategia di Specializzazione Intelligente);
D. promuovere e sostenere strumenti finanziari per facilitare i rapporti commerciali con l'estero delle PMI;
E. iniziare la costruzione di percorsi di internazionalizzazione di filiera, per favorire la messa a sistema di tutti gli elementi e fattori alla base della competitività nei vari ambiti produttivi regionali;
F. rafforzare l'immagine internazionale della regione dal punto di vista industriale per favorire l'attrazione degli investimenti sul territorio, anche sviluppando gli adeguati strumenti in termini di servizi e schemi di incentivazione.

Nel 2021 la geografia economica delle aree di domanda cambierà spostandosi verso i Paesi che sono stati colpiti prima dall'emergenza sanitaria (Cina), o meno intensamente (area Asean) o che hanno reagito più in fretta (Corea del Sud e Giappone). Tra gli emergenti asiatici, le prospettive si mostrano relativamente favorevoli anche per India e Vietnam le cui economie, pur in forte rallentamento rispetto ai ritmi del 2019, sono tra le poche previste in crescita in un 2020 di recessione globale, sostenute dalla spinta di fattori strutturali: aumento demografico, crescente urbanizzazione, recente apertura del mercato domestico, maggiore utilizzo dell'e-commerce che potrebbe diventare strutturale agendo così da volano per gli scambi, soprattutto nell'ambito dei beni di consumo. Secondo la ricerca ICE-Prometeia, l'aggregato dei paesi emergenti Asia arriverà a +10,3% e +8,2% per l'import di manufatti rispettivamente nel 2021 e 2022.

La geografia economica delle aree di domanda dipenderà, inoltre, dalle relazioni fra i blocchi geo-economici, con un auspicabile recupero del ruolo e della compattezza dell'Europa che dovrà tornare protagonista nella geolocalizzazione delle filiere globali, tenendo conto della sfida commerciale tra Stati Uniti e Cina.

Per quanto riguarda la regione Marche, la disponibilità contenuta di risorse finanziarie regionali da impiegare sul fronte della promozione estera, dell'internazionalizzazione e dell'attrazione degli investimenti 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.

L'attività regionale intende, pertanto, focalizzarsi su interventi sistemici, che vedano il contributo e il confronto con le organizzazioni di rappresentanza del territorio e la collaborazione con le altre istituzioni locali e nazionali (Università regionali, Camera di Commercio delle Marche, Ministero degli Esteri, ICE, SACE e SIMEST), con particolare riferimento ai seguenti aspetti:

- innovazione e qualità dei prodotti;
- digitalizzazione delle informazioni e impiego diffuso degli strumenti di comunicazione in rete;
- accesso al credito e strumenti finanziari;
- creazione di reti internazionali che fanno leva su partnership strategiche nei diversi Paesi target in ambito istituzionale, commerciale e tecnologico;
- crescita e qualificazione delle competenze professionali in tutti i settori economici regionali.

Per cercare di contenere l'impatto a lungo termine della crisi occorrerà continuare a sostenere il sistema delle imprese con azioni volte a promuovere gli investimenti necessari ad affrontare il nuovo contesto competitivo che sta emergendo per effetto della crisi. Quest'ultima ha accelerato tendenze che erano già in atto e che sono riconducibili alle due grandi traiettorie di cambiamento indicate dalla Commissione Europea per i prossimi decenni: la sostenibilità ambientale e la rivoluzione digitale. Ciò costituisce un'opportunità per un salto di qualità nell'innovazione tecnologica e per un'impronta più green di prodotti e processi, rispondendo così alle richieste sempre più esigenti di consumatori e imprese.

L'e-commerce e le tecnologie digitali sono fattori di traino per l'export italiano, ancor più in prospettiva dell'accelerazione dei canali di marketing digitale post Covid-19, ma anche l'innovazione, la sostenibilità e la finanza per l'innovazione di fronte alla crescente attenzione verso le start-up e il venture capital come volano di un ciclo virtuoso "finanziamento–innovazione–export–crescita–occupazione".

Alcuni interventi verranno attuati in modo immediato, mettendo tuttavia le basi per avviare un percorso innovativo e strategico di medio-lungo periodo che potrà essere compiuto da fine 2021 a valere anche sulla programmazione comunitaria 2021-2027.

L'11 marzo si è tenuta una riunione del Comitato di coordinamento di cui alla L.R. 30/2008, allargato anche ad esperti di settore, in cui sono stati discussi e condivisi gli indirizzi per la programmazione a supporto dell'internazionalizzazione del sistema produttivo marchigiano per l'anno 2021, con uno sguardo anche agli anni successivi, in vista della nuova programmazione comunitaria 2021-27. Gli indirizzi sono stati ulteriormente precisati e dettagliati in questo piano, alla luce delle considerazioni emerse durante la riunione stessa e tenendo conto dei contributi successivamente pervenuti. La bozza di piano è stata, inoltre, trasmessa, con nota prot. 0436415|16/04/2021, ai componenti del Comitato regionale di coordinamento di cui alla L.R. 30/2008, invitando ad inviare eventuali ulteriori note ed osservazioni. I contributi pervenuti sono stati recepiti.

3.2 SETTORI E PAESI TARGET

Settori	**Paesi target**
Calzature, pelletteria e accessori	Europa, Russia, Cina, Giappone, Usa, Sud Africa, Turchia, Corea del Sud, Portogallo, Spagna, Messico
Abbigliamento e accessori	Francia, Svizzera, Cina, Giappone , Corea del Sud
Mobile e arredo	Europa, Nord America, Russia, Cina, India, Vietnam

Meccanica e metallurgia	Europa, Usa, Russia, Cina, India, Vietnam
Nautica	Emirati Arabi, Olanda, Usa
Strumenti musicali	Europa, Usa, Cina
Agroalimentare	Germania, Regno Unito, Paesi Nord ed Est Europa, Stati Uniti, Canada, Brasile, EAU, Russia, Giappone, Cina
Vitivinicolo	Germania, Francia, Svizzera, Regno Unito, Paesi del Nord Europa, Stati Uniti, Canada, Russia, Cina, Giappone, Brasile, India, Vietnam e Corea
Florovivaistico	Germania, Francia, Regno Unito, Polonia, Paesi dell'Est e Russia

3.3 LE LINEE DI AZIONE 2021 PER IL SETTORE MANIFATTURIERO

Linee di azione 2021	Cronoprogramma
Linea di azione 1 - Accordo quadro 2021-2023 con ICE-Agenzia, da attuare con convenzioni specifiche	Da maggio 2021
Linea di azione 2 – Partecipazione alle principali manifestazioni fieristiche in Italia e all'estero con una immagine coordinata della regione, anche attraverso la presenza sulle principali piattaforme digitali B2B, la realizzazione di missioni di sistema e lo sviluppo di relazioni istituzionali	Maggio 2021 – Maggio 2022
Linea di azione 3 – Partecipazione della regione Marche a Expo Dubai 2020	Ottobre 2021 – Marzo 2022
Linea di azione 4 - Strumenti creditizi e finanziari a supporto dell'Internazionalizzazione e rafforzamento della partnership con SACE e SIMEST a livello regionale	Da maggio 2021
Linea di azione 5 – Analisi dell'impatto economico degli investimenti realizzati a sostegno dei processi di internazionalizzazione, propedeutica alla elaborazione del Piano triennale 2022-24	Giugno – Ottobre 2021

LINEA DI AZIONE 1 - Accordo quadro triennale con ICE-Agenzia, da attuare con convenzioni specifiche

La prima linea di azione del 2021 consiste nella stipula di un accordo quadro con l'ICE- Agenzia, volto a realizzare azioni coordinate tra il livello nazionale e quello regionale sui settori portanti dell'economia marchigiana. L'accordo verrà attuato con singole convenzioni e sarà finalizzato alla formazione sia digitale che specialistica per settori e paesi target, per supportare le imprese nella definizione di una strategia di internazionalizzazione in grado di far fronte alle sfide globali. L'accordo consentirà, inoltre, alle imprese marchigiane di utilizzare la piattaforma messa a disposizione dall'ICE quale strumento aggiuntivo e disponibile, anche in considerazione della valutazione positiva delle imprese che già lo utilizzano. Le azioni specifiche che verranno delineate nell'accordo sono le seguenti:

1.1 Formazione PMI sul digitale e formazione personalizzata su settori e paesi target specifici. In particolare, si intende realizzare interventi specifici formativi finalizzati a sviluppare conoscenze e competenze tecnico manageriali e digitali per accrescere la competitività, riguardanti in particolare la strategia per approcciare i mercati, le opportunità internazionali e le modalità di organizzazione. Inoltre, si intende realizzare un percorso di formazione specialistica sulla strategia complessiva per approcciare i mercati esteri, sulle opportunità internazionali, sui canali distributivi più adatti e le azioni promozionali da implementare presso il mercato target individuato (previa selezione delle imprese) per arrivare ad un piano di internazionalizzazione personalizzato per ciascuna azienda partecipante (progetto UPGRADING).

1.2 Analisi di mercato e presentazione di paesi target, con particolare riferimento ai seguenti aspetti: analisi e individuazione delle principali (e nuove) aree di vendita, normative d'importazione ed esportazione, legislazione doganale specifiche per i paesi target, legislazione contrattuale, tutela della proprietà intellettuale, configurazioni di prodotto e relativi marchi e certificazioni.

1.3 Piattaforma plurisettoriale ICE "SMART 365" sui settori portanti dell'economia marchigiana (moda, mobile e arredo, agroalimentare). La piattaforma "SMART 365", che nasce dalla volontà di ICE-Agenzia in risposta alla difficile situazione a causa del Covid-19, è uno strumento che garantisce lo svolgimento oltre che di missioni di sistema e missioni imprenditoriali settoriali virtuali, anche di fiere e incontri B2B. La piattaforma, pertanto, rappresenta un elemento importante per affrontare uno scenario di emergenza, ma guarda anche al ritorno alla normalità, quando potrà accompagnare l'offerta delle fiere fisiche che, con il valore aggiunto dello *scouting* dei mercati esteri a cura della rete ICE nel mondo, saranno sempre più connesse con lo spazio digitale.

1.4 Realizzazione di attività di promo-commercializzazione (B2B, incoming, fiere e workshop in settori e paesi target, in particolare USA, Europa, Russia e Cina) a favore dei settori portanti dell'economia marchigiana, da concordare con ICE-Agenzia compatibilmente con l'evolversi della pandemia Covid-19.
Nello specifico, in attuazione dell'accordo con ICE, si prevede l'organizzazione di:

- B2B e missioni di sistema che danno seguito ai contatti già avviati sulle piattaforme digitali;
- incoming di operatori e buyer provenienti dai nuovi mercati individuati, B2B e visite aziendali;
- "mini fiere" e/o "showroom", da realizzare in loco o nei Paesi target, allargati a sistemi di imprese;
- partecipazione ad alcune fiere da selezionare;
- B2B ed eventi fuori fiera da realizzarsi in parallelo rispetto alle principali fiere di settore.

1.5 Attività congiunta di promozione dell'attrattività del territorio e di ricerca e supporto agli investimenti esteri, azioni coordinate volte all'identificazione e valorizzazione dell'offerta, alla ricerca di nuovi investitori/progetti di investimento all'estero e alla successiva assistenza e accompagnamento agli operatori esteri nelle Marche.

1.6 Iniziative volte a sostenere lo sviluppo sui mercati esteri e le attività di promozione e di internazionalizzazione delle start up innovative della Regione Marche, anche attraverso la realizzazione di azioni di sistema e la partecipazione a manifestazioni ed eventi internazionali.

LINEA DI AZIONE 2 – Partecipazione alle principali manifestazioni fieristiche in Italia e all'estero con una immagine coordinata della regione, anche attraverso la presenza sulle principali piattaforme digitali B2B, la realizzazione di missioni di sistema e lo sviluppo di relazioni istituzionali

La seconda linea di azione prevede la partecipazione alle più importanti manifestazioni fieristiche internazionali di settore, in Italia e all'estero, con un'immagine coordinata della regione, anche attraverso la

realizzazione di missioni di sistema all'estero e lo sviluppo di relazioni istituzionali internazionali. La partecipazione alle manifestazioni potrà avvenire anche mediante la definizione di accordi con le principali piattaforme digitali B2B già esistenti sui principali settori di interesse delle aziende marchigiane, per consentire alle imprese l'accesso in forma gratuita o a costo ridotto, ma anche garantendo un percorso di accompagnamento personalizzato. La partecipazione alle piattaforme permetterà la realizzazione di B2B e matching virtuali e sarà propedeutica alla partecipazione alle fiere fisiche che riprenderanno alla fine della pandemia, nonché alla realizzazione di missioni di sistema/incoming/B2B in presenza. Di seguito le azioni specifiche:

2.1 Partecipazione alle principali manifestazioni fieristiche di settore in Italia e all'estero, in collaborazione con le associazioni di categoria maggiormente rappresentative a livello regionale e con la Camera di Commercio delle Marche. Si precisa che la partecipazione ad alcune fiere rientrerà nel più ampio accordo quadro sottoscritto con ICE di cui alla precedente linea di azione, anche mediante la partecipazione in forma aggregata e collettiva. Nel paragrafo finale è indicato l'elenco ad oggi previsto delle principali fiere alle quali si intende partecipare, tenuto conto in ogni caso dell'evolversi della situazione pandemica. Si prevede, inoltre, la realizzazione di missioni di sistema finalizzate alla promozione di un'immagine coordinata della regione e allo sviluppo di relazioni istituzionali, in collaborazione con le associazioni di categoria, i centri di servizi, la Camera di Commercio delle Marche e le Università, anche al fine della valorizzazione di filiere significative verso paesi target individuati e con l'obiettivo di promuovere il marketing territoriale.

2.2 Presenza su piattaforme digitali B2B specializzate, anche in vista della partecipazione alle principali manifestazioni fieristiche:

- Piattaforma plurisettoriale ICE "SMART 365" sui settori portanti dell'economia marchigiana della moda, mobile e arredo, agroalimentare (a valere su accordo ICE di cui alla linea di azione precedente);
- Piattaforma specializzata White, settore abbigliamento ed accessori moda, propedeutica alla partecipazione alla fiera White;
- Piattaforma specializzata Micam, settore calzature e pelletteria, propedeutica alla partecipazione alla fiera Micam;
- Piattaforma Access French Market, settore immobiliare, edilizia, utilities e smart cities, propedeutica a incoming di settore e outgoing in Francia anche in vista delle Olimpiadi 2024;
- Piattaforma specializzata Cibus, settore agroalimentare, propedeutica alla partecipazione alla fiera Cibus.

2.3 Realizzazione di un portale regionale per B2B e matching virtuali tra imprese della regione ed imprese di paesi target. Le imprese marchigiane dei principali settori (quali meccanica, mobile, moda e agroalimentare) potranno registrarsi per attivare matching virtuali, mediante la trasmissione del proprio company profile. Il portale regionale consentirà di entrare in contatto con aziende, partner e collaboratori nelle aree di interesse, come buyer, agenti, distributori, per avviare trattative commerciali, che potranno sfociare in affari immediati o che saranno prodromiche, ed orientative, in merito ai successivi eventi o B2B che verranno organizzati. Il portale prevede l'individuazione di una rete di collaboratori e partner esperti per specifico settore, presenti nelle aree geografiche di interesse ed una rete di collaboratori esperti per specifico settore presenti nelle Marche, con relativa procedura di accreditamento.

LINEA DI AZIONE 3 – Partecipazione della regione Marche a Expo Dubai 2020

La partecipazione della Regione all'Expo Dubai 2020 (ottobre 2021 – marzo 2022) costituisce oggi, ancora di più di un anno fa, uno straordinario evento per il numero dei Paesi partecipanti, il carattere universale del tema scelto, il grande flusso di visitatori attesi (molti dei quali virtuali), ma soprattutto perché potrà essere un'occasione di rilancio delle relazioni internazionali e degli scambi culturali e di business. Di seguito il dettaglio delle attività previste:

3.1 Realizzazione del racconto narrativo “Belvedere” e del video denominato “Monografia regionale” in collaborazione con il curatore Davide Rampello e con il regista selezionato dal Commissario generale di Sezione per l'Italia Gabriele Salvatores;

3.2 Partecipazione delle eccellenze produttive e accademiche alle 11 settimane tematiche previste da ottobre 2021, con la presenza di relatori rappresentativi della regione ai global business forum, thematic business forum e international days e con la realizzazione di eventi/seminari;

3.3 Programmazione e predisposizione delle attività relative alla partecipazione della Regione e delle eccellenze produttive ed accademiche alla settimana tematica “Food, agriculture and livelihood” (20-26 febbraio 2022), che si svolgeranno sia nel padiglione Italia che fuori padiglione per la valorizzazione e la promozione dell’immagine regionale e delle sue progettualità;

3.4 Realizzazione di attività promozionali e di comunicazione;

3.5 Eventuale supporto alle imprese che intendono realizzare eventi e iniziative promozionali sul territorio degli Emirati Arabi Uniti in concomitanza con EXPO DUBAI (eventi che devono essere connessi con i temi trattati all’Expo, con target di operatori esteri a cui l’iniziativa si rivolge, es. workshop, seminari, incontri d’affari, degustazioni, sfilate, visite aziendali, altro);

3.6 Eventuale supporto alle imprese che vorranno partecipare alle fiere che si svolgeranno durante l’Expo in stretta connessione con ICE, quali: WATCH & JEWELLERY SHOW, GITEX FUTURE STARS, SPECIALITY FOOD FESTIVAL, DOWNTOWN DESIGN, ARAB HEALTH, GULFOOD, BOAT SHOW.

LINEA DI AZIONE 4 – Strumenti creditizi e finanziari a supporto dell’Internazionalizzazione e rafforzamento della partnership con SACE e SIMEST a livello regionale

La Regione intende realizzare strumenti creditizi e finanziari a sostegno delle imprese che esportano, attraverso gli istituti di credito e confidi operanti nel territorio regionale, al fine di:

- garantire l’accesso al credito ed a strumenti finanziari volti a sostenere specifici progetti di internazionalizzazione e progetti di investimento ricadenti in ambito green economy;
- connettere il sistema regionale con operatori bancari e finanziari specializzati per le esportazioni e per l’internazionalizzazione, anche a livello nazionale ed europeo;
- promuovere joint ventures, accordi e partnerships, anche attraverso gli strumenti finanziari messi a disposizione da SIMEST;
- realizzare strumenti finanziari ad hoc volti a favorire la crescita dimensionale delle PMI esportatrici e l’accesso delle stesse al mercato dei capitali.

A tal fine la Regione intende promuovere, anche d’accordo con ABI Marche, protocolli di intesa con i principali istituti di credito operanti nella regione, in cui, tra le azioni previste, vi è il supporto all’internazionalizzazione, attraverso adeguati strumenti finanziari di accompagnamento all’export delle imprese.

La Regione intende, inoltre, rafforzare la partnership a livello regionale con SACE e SIMEST nell’ottica di:

- favorire la diffusione e conoscenza degli strumenti finanziari (quali ad esempio la garanzia dei crediti commerciali delle imprese marchigiane verso controparti estere) utili a rendere più competitivo l’export regionale;
- proporre azioni sinergiche su champion strategici per l’economia e l’occupazione regionale al fine di favorire l’integrazione delle filiere, l’individuazione di opportunità e la diversificazione dei mercati di sbocco;
- promuovere a livello regionale le attività di business matching realizzate da SACE con particolare riferimento ai settori 3F (Fashion, Food and Forniture), favorendo il contatto diretto tra le filiere delle PMI e i grandi retailer / distributori internazionali;
- promuovere tra le imprese regionali le iniziative SACE quali “Education to Export” (Webinar gratuiti dedicati ai temi dell’internazionalizzazione) e Presentazione della Mappa dei Rischi / Rapporto Export

nell'ottica di incrementare la conoscenza degli strumenti e monitorare l'andamento dei mercati internazionali;

- prevedere iniziative promozionali dedicate e nei settori core dell'economia regionale.

LINEA DI AZIONE 5 – Analisi dell'impatto economico degli investimenti realizzati a sostegno dei processi di internazionalizzazione, propedeutica alla elaborazione del Piano triennale 2022-24

La presente linea di azione è finalizzata a rilevare ed analizzare l'impatto economico degli investimenti realizzati a sostegno dei processi di internazionalizzazione delle imprese. In particolare, verranno prese in considerazione i ritorni delle attività di comunicazione e di promozione sui mercati esteri, i risultati conseguiti mediante la partecipazione alle fiere digitali e in riferimento ad altre iniziative svolte in tal senso. Dal punto di vista metodologico si procederà mediante lo svolgimento di un'indagine diretta coinvolgendo i soggetti beneficiari delle suddette attività, mediante la somministrazione di interviste semi-strutturate al fine di ottenere informazioni sia di carattere quantitativo che qualitativo, utili anche alla programmazione delle attività future. L'indagine sarà volta in particolare ad osservare le performance economiche delle imprese (intese in termini di acquisizione di contatti con nuovi clienti, di acquisizione ordini, di fatturato e di utili) ma anche le opportunità di incremento delle conoscenze e di opportunità di collaborazione sui mercati internazionali, in vista della definizione del Piano triennale 2022-24, per il quale la regione potrà avvalersi anche di risorse del POR FESR 21-27. L'analisi fornirà importanti elementi anche al fine della valorizzazione delle filiere produttive sui mercati esteri e per la costruzione di reti e accordi internazionali con partnership istituzionali strategiche e a trazione regionale, che costituiranno azioni importanti da realizzare con le risorse comunitarie, in ottica di medio-lungo periodo.

3.4 LE LINEE DI AZIONE 2021 PER IL SETTORE AGROALIMENTARE E VITIVINICOLO

Linee di azione 2021	Cronoprogramma
Linea di azione 1 - Definizione di strategie mirate per la promozione enogastronomica nei canali HORECA – GDO e DO	Giugno 2021 – Dicembre 2021
Linea di azione 2 - Organizzare sistemi di aggregazione delle offerte e piattaforme specializzate in partenza e nei mercati di destinazione	Maggio 2021- Giugno 2022
Linea di azione 3 – Partecipazione a manifestazioni fieristiche in Italia ed all'estero per la promozione dei settori produttivi e dell'internazionalizzazione	Giugno 2021 – Dicembre 2021
Linea di azione 4 - Sviluppo del turismo enogastronomico con l'attuazione di progetti coordinati di missioni/incoming di operatori selezionati coordinando ed armonizzando le iniziative di promozione economica del settore anche attraverso l'attuazione di progetti speciali e sostegno di azioni innovative on line	Maggio 2021 – Dicembre 2021
Linea di azione 5 - Supporto alle azioni promozionali autonome dei Consorzi di Tutela sui mercati paesi terzi con la OCM Vino e UE con il PSR. Promozione del comparto vitivinicolo e agroalimentare e valorizzazione all'estero dei prodotti di qualità della Regione Marche attraverso la	Gennaio 2021- Dicembre 2021

definizione ed attuazione di specifiche azioni di comunicazione	
Linea di azione 6 - Sostegno ad eventi di presentazione e promozione delle eccellenze florovivaistiche del distretto di Grottammare	Giugno 2021 – Ottobre 2021

In linea generale gli obiettivi che gli interventi nel settore agroalimentare si pongono sono così sintetizzabili:

- Favorire la penetrazione commerciale dei prodotti marchigiani nei mercati in crescita
- Valorizzare le produzioni biologiche
- Creare azioni coordinate anche con il settore enologico
- Favorire lo sviluppo di catene distributive e piattaforme logistiche
- Favorire il consolidamento delle produzioni marchigiane sui mercati tradizionali
- Creare nuove opportunità per l'ingresso in paesi emergenti
- Promuovere l'aggregazione di prodotto attraverso i Consorzi di Tutela regionali
- Favorire lo sviluppo di catene distributive e piattaforme logistiche
- Focalizzare le politiche promozionali sul concetto che il vino rappresenta un "portabandiera" di un paniere molto più ampio di prodotti marchigiani di qualità
- Consolidare la presenza commerciale delle produzioni marchigiane sui mercati sia nazionali che esteri
- Creare nuove opportunità per l'ingresso in nuovi mercati in crescita
- Favorire l'aggregazione dell'offerta

LINEA DI AZIONE 1 - Definizione di strategie mirate per la promozione enogastronomica nei canali HORECA – GDO e DO

Con questa linea di azione si intende dare sviluppo a strategie atte a valorizzare le produzioni di eccellenza regionali attraverso il coinvolgimento dei principali soggetti della distribuzione.

1.1 Progetto "Marche: dalla vigna alla tavola".
Individuazione di una "aggregazione" tra operatori singoli e/o associati del settore (Ho.Re.Ca., Operatori turistici, Agenzie di comunicazione, Hotel, Cantine, ecc.) con individuazione di un soggetto capofila che presenti un progetto locale che punti a sostenere la ripresa economica del settore della produzione di vino di qualità, delle attività del settore Ho.Re.Ca., avvicinare i produttori di vini di qualità ad un mercato dalle alte potenzialità, promuovere una conoscenza della qualità del prodotto vino anche verso le regioni limitrofe.

1.2 Progetto Filiera del Tartufo Bianco delle Marche.
Questo progetto si pone l'obiettivo di puntare alla valorizzazione di uno dei prodotti pregiati di eccellenza regionale: il tartufo bianco pregiato delle Marche.
Propedeutica è una indagine di mercato rivolta, a campione, al tessuto economico del segmento di riferimento di questo prodotto.
Attuazione di un focus sul rapporto economico tra domanda e offerta.
Analisi dei dati per la realizzazione di una azione di marketing rivolta alla promozione del tartufo anche attraverso la realizzazione di una campagna promozionale digitale targettizzata.
Importante sarà lo studio di fattibilità propedeutico alla definizione di una piattaforma digitale per promuovere e agevolare la commercializzazione del tartufo con possibilità di trasformala in un vero e proprio e-commerce a cui possono aderire tutti i commercianti di tartufo delle Marche. Tale azione si andrà ad integrare con quanto si definirà a livello generale nella linea di azione 2 che segue.

LINEA DI AZIONE 2 - Organizzare sistemi di aggregazione delle offerte e piattaforme specializzate in partenza e nei mercati di destinazione

Lo sviluppo della commercializzazione on line rappresenta uno strumento fondamentale per ridare ulteriore slancio alla commercializzazione delle nostre produzioni agroalimentari.
Per questo è fondamentale l'analisi e lo studio di tutte le possibili strade atte a far crescere questo settore. Partendo da aggregazioni locali occorrerà poi trovare piattaforme più ampie per raggiungere i mercati internazionali appoggiandosi a palinsesti già presenti a livello internazionale.
Fondamentale, in questo senso, il lavoro propedeutico che in collaborazione con la CCIAA delle marche si è avviato specificatamente per il settore agroalimentare.

LINEA DI AZIONE 3 – Partecipazione a manifestazioni fieristiche in Italia ed all'estero per la promozione dei settori produttivi e dell'internazionalizzazione

Il settore fieristico sta ancora attraversando una profonda difficoltà nella ripartenza a seguito del perdurare dei gravi rischi della pandemia che frenano la mobilità internazionale dei produttori e dei bayer.
Pertanto, occorrerà attendere ancora qualche mese per comprendere se e quali eventi fieristici potranno essere attivati – per ora – solo in Italia poiché il contesto internazionale resta ancora più complicato.

LINEA DI AZIONE 4 - Sviluppo del turismo enogastronomico con l'attuazione di progetti coordinati di missioni/incoming di operatori selezionati coordinando ed armonizzando le iniziative di promozione economica del settore, con particolare riguardo al comparto del biologico, anche attraverso l'attuazione di progetti speciali e sostegno di azioni innovative on line.

Questa linea di azione rappresenta un percorso trasversale ed articolato di azioni che, rifacendosi alle classiche impostazioni di missioni di settore o incoming da realizzare in presenza qualora fattibile, vede attraverso sistemi innovativi la loro attuazione.

4.1 Progetto Speciale
Attraverso l'attuazione del progetto speciale si intende perseguire la promozione della cucina marchigiana, l'immagine Marche ed attuare dei "Percorsi del Gusto" che vedano il diretto coinvolgimento di soggetti già operanti, in maniera consolidata, nella valorizzazione e promozione dei prodotti enogastronomici del territorio regionale.

4.2 Sostegno alla realizzazione di strutture atte alla promozione digitale
In questo contesto si punterà allo sviluppo di spazi, strutture, strumentazioni ed applicazioni atte alla crescita di attività interattive, applicazioni informatiche specifiche per il marketing territoriale integrando i diversi settori con le produzioni agroalimentari di qualità.

4.3 Valorizzazione e promozione agroalimentare regionale
Attraverso lo strumento dei bandi si individueranno i progetti territoriali meritevoli per la loro azione di promozione dell'immagine Marche, di promozione dei prodotti di qualità, della cucina marchigiana e delle produzioni tipiche attuate da vari soggetti, Enti Locali, Associazioni e/o provati con comprovata esperienza.

LINEA DI AZIONE 5 - Supporto alle azioni promozionali autonome dei Consorzi di Tutela sui mercati paesi terzi con la OCM Vino e UE con il PSR. Promozione del comparto vitivinicolo e agroalimentare e valorizzazione all'estero dei prodotti di qualità della Regione Marche attraverso la definizione ed attuazione di specifiche azioni di comunicazione

Non mancherà il supporto della Regione Marche nelle attività che i Consorzi di Tutela del Vino attueranno nell'ambito delle loro progettualità con le misure di promozione in UE con il PSR ed extra UE con la OCM Vino.

LINEA DI AZIONE 6 - Sostegno ad eventi di presentazione e promozione delle eccellenze florovivaistiche del distretto di Grottammare

Qualora possibile, si incentiverà la partecipazione ad eventi fieristici dei produttori del comparto florovivaistico di Grottamare. Inoltre, si procederà, nel corso dell'anno a preparare la partecipazione all'EUROFLORA di Genova spostata al prossimo anno

3.5 ATTIVITA' DI MEDIO E LUNGO PERIODO

Nel 2021 si porranno le basi per la definizione del Piano triennale 22-24, che potrà contare su risorse regionali ma anche e soprattutto su risorse del POR FESR 2021-27.
In particolare la Regione intende mettere a punto un piano triennale volto alla valorizzazione delle filiere produttive in stretto collegamento con gli ambiti produttivi definiti nella strategia di specializzazione intelligente in ricerca e innovazione, nell'ottica della costruzione di un quadro unitario e coordinato.
Il piano sarà finalizzato alla valorizzazione delle competenze specifiche del Made in Marche e delle eccellenze produttive marchigiane, **garantendo unitarietà dell'immagine territoriale ed istituzionale**, con azioni integrate per la promozione delle produzioni e dell'intero territorio.
L'obiettivo è quello di fare marketing in riferimento alle produzioni, inserendole appieno nel "contesto Marche" inteso nel senso più completo possibile; in una interconnessione alle realtà locali, a tutti quegli elementi ed aspetti che hanno sempre fatto la differenza e caratterizzato le nostre eccellenze. Il legame tra tutti questi aspetti con la storia dei territori nei quali essi si sono sviluppati, con la loro cultura, con l'ambiente, con la ricettività, ecc.. è ciò che attira sempre più il consumatore attento e conferisce valore aggiunto, unicità e non replicabilità delle produzioni.
La specificità del modello industriale italiano e soprattutto marchigiano viene riconosciuta a livello internazionale come esemplare, proprio per la qualità delle produzioni associate al Made in Italy e più in generale per la **capacità di "saper fare".**
Si ritiene che tali caratteristiche possano consentire di realizzare anche delle **partnership istituzionali a scala internazionale basate, tra gli altri, su fattori di innovazione e di conoscenza tecnica consolidati.**
Presupposto fondamentale è la **creazione di reti a livello istituzionale (a trazione regionale), per lo sviluppo commerciale e tecnologico**, finalizzate da un lato, alla penetrazione nei Paesi target e dall'altro, a favorire l'attrattività del sistema marchigiano in termini di immagine e referenza.

La Regione intende, inoltre, inserire nel piano triennale 2022-240la realizzazione di bandi a sostegno dell'attività di internazionalizzazione che saranno attuati sia a valere sulle risorse regionali che sulle risorse comunitarie, con particolare riferimento alle seguenti attività:

- Scorrimento del bando POR FESR 2014-20 Int. 9.2 Sostegno ai processi di internazionalizzazione delle PMI del "sistema abitare" e " sistema moda" – Bando 2019 (compatibilmente con le economie che matureranno sull'Asse 3 del POR FESR 2014-2020);
- Sostegno alle aziende per elaborare una strategia di internazionalizzazione, basata su diversi fattori che costituiscono un differenziale di competitività, quali: innovazione tecnologica e commerciale, design, ecosostenibilità, qualità certificata e certificazione etica;
- Sostegno alle PMI per l'acquisizione di servizi di consulenza delle figure professionali specializzate che assisteranno i processi di internazionalizzazione delle PMI, tra i quali Temporary Export Manager e Digital Export Manager (incluse le figure professionali accreditate sul portale regionale di cui alla linea di azione 2);

- Sostegno a progetti integrati di filiera per il riposizionamento competitivo a livello internazionale, in collaborazione con Università, Centri di ricerca, Centri di servizi e trasferimento tecnologico, Associazioni di categoria;
- Sostegno alle PMI per posizionamento prodotti di qualità presso affermate Showroom, in Italia e all'estero, temporanee e permanenti;
- Sostegno alle PMI per studio, progettazione e realizzazione di campionari ad alto contenuto innovativo, tecnologico e di design;
- Sostegno alla realizzazione di progetti di sistema integrati in collaborazione con le associazioni di categoria e i centri di servizi e di trasferimento tecnologico per filiere significative verso paesi target individuati, con l'obiettivo di promuovere anche il marketing territoriale.

4. LE RISORSE FINANZIARIE

Le risorse regionali attribuite al Servizio Attività Produttive e alla P.F. Innovazione, ricerca e internazionalizzazione destinate alla Promozione e internazionalizzazione delle imprese attualmente disponibili nel bilancio 2021/2023 – ***fatte salve successive integrazioni*** – per l'anno 2021 sono le seguenti:

CAPITOLO	DESCRIZIONE	COMPETENZA 2021	DISPONIBILITA' 2021
2140310047	CONTRIBUTI ALLE IMPRESE per attività di internazionalizzazione	€ 500.000,00	€ 500.000,00
2140110209	SPESE PER SERVIZI CONNESSI ALL'ATTIVITA' DI INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE	€ 500.000,00	€ 451.322,00
2140110022	SPESE PER LE ATTIVITA' REGIONALI IN MATERIA DI COMMERCIO ESTERO, PROMOZIONE ECONOMICA ED INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE E DEL SISTEMA TERRITORIALE - LR 30/2008 - CNI/08	€ 30.000,00	€ 30.000,00
2140110097	SPESE PER ATTIVITA' REGIONALI IN MATERIA DI COMMERCIO ESTERO, PROMOZIONE ECONOMICA ED INTERNAZIONALE DELLE IMPRESE E DEL SISTEMA TERRITORIALE LR 30/2008	€ 10.000,00	€ 10.000,00
2140110100	FONDO PER L'ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI INTERNAZIONALI E PER I PROGETTI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE	€ 100.000,00	€ 100.000,00
TOTALE disponibilità capitoli di spesa		**€ 1.140.000,00**	**€ 1.091.322,00**

Le risorse regionali attribuite alla PF Competitività Multifunzionalità ed Internazionalizzazione dell'impresa agricola ed agroalimentare e SDA di Fermo - Ascoli Piceno e destinate alla Promozione e dei prodotti agricoli attualmente disponibili nel bilancio 2021/2023 – ***fatte salve successive integrazioni*** – per l'anno 2021 sono le seguenti:

CAPITOLO	***DESCRIZIONE***	COMPETENZA 2021	DISPONIBILITA' 2021
2140110040	SPESE PER LA PROMOZIONE E LA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI - AMMINISTRAZIONI LOCALI - CNI/SIOPE/13	€ 160.000,00	€ 130.000,00

2140110081	SPESE PER LA PROMOZIONE E LA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI - TRASFERIMENTI AD ALTRI SOGGETTI - CNI/SIOPE/12	€ 42.000,00	€ 42.000,00
2140110130	SPESE PER LA PROMOZIONE E LA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI - TRASFERIMENTI CORRENTI AD IMPRESE - CNI/18	€ 470.000,00	€ 0
2140110134	SPESE PER LA PROMOZIONE E LA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI - AMMINISTRAZIONI LOCALI - CNI/SIOPE/13	€ 170.000,00	€ 170.000,00
2140110181	SPESE PER LA PROMOZIONE E LA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI - TRASFERIMENTI CORRENTI AD IMPRESE - CNI/18 RIF. 2140110130 S, 2140110163 S_EMERGENZA COVID - CNI/20	€ 77.390,84	€ 0
2140110215	SPESE PER LA PROMOZIONE E LA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI - TRASFERIMENTI CORRENTI AD IMPRESE - RIF. 2140110180 S, 2140110204_S, 2140110206_S - EMERGENZA COVID - CNI/21	€ 306.416,99	€ 0
2140110216	EMERGENZA COVID - SPESE PER LA PROMOZIONE E LA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI - TRASFERIMENTI CORRENTI AD IMPRESE - RIF. 2140110183_S –EMERGENZA COVID - CNI/21	€ 33.000,00	€ 0
2140110217	SPESE PER LA PROMOZIONE E LA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI - TRASFERIMENTI CORRENTI AD IMPRESE - RIF. 2140110182 S, 2140110187 S - EMERGENZA COVID - CNI/21	€ 13.192,17	€ 0
2140110211	SPESE PER LA PROMOZIONE E LA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI – PROMOZIONE MARCHIO QM - CNI/20	€ 100.000,00	€ 100.000,00
2160110208	ATTUAZIONE PIANO DI RILANCIO SISMA - PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE PRODOTTI AGRICOLI - CNI/2018	€ 300.000,00	€ 300.000,00
TOTALE		**€ 1.672.000,00**	**€ 742.000,00**

5. IL CRONOPROGRAMMA

Nel presente paragrafo si riportano in sintesi le principali attività previste dal presente piano in ambito dell'Accordo quadro con ICE-Agenzia e/o in collaborazione con Camera di Commercio delle Marche ed associazioni di categoria. Si precisa che sulla base dell'evolversi della situazione pandemica le iniziative potranno subire modifiche ed integrazioni.

Attività/manifestazione	**Date attualmente previste**	**Settori**
Stipula accordo quadro triennale con ICE-Agenzia	Maggio 2021	Plurisettoriale
Convenzioni con ICE-Agenzia in attuazione dell'accordo quadro	Da maggio 2021	Plurisettoriale
Formazione PMI sul digitale e strategie di marketing	Da giugno 2021	Plurisettoriale
Analisi di mercato e presentazione di paesi target	Da maggio 2021	Plurisettoriale
Formazione specialistica per imprese strutturate (progetto upgrading)	Da novembre 2021	Plurisettoriale
B2B/Incoming/fiere e workshop in progetti specifici di settore da realizzare con ICE-Agenzia	Da settembre 2021	Plurisettoriale
Expo Dubai 2020	Da ottobre 2021 a marzo 2022	Plurisettoriale

Piattaforma ICE SMART 365	Da maggio 2021	Plurisettoriale
Accordo ICE- Amazon	Da giugno 2021	Plurisettoriale
Piattaforma White	Da maggio 2021 a febbraio 2022	Abbigliamento, accessori moda
Access French Market in vista delle Olimpiadi 2024	Da maggio 2021 incontri virtuali e B2B Settembre/ottobre 2021 outgoing in Francia e incoming nelle Marche	Immobiliare, edilizia, utilities e smart cities

WHITE	(Italia, 23-26 settembre 2021 e 24-27 febbraio 2022)	abbigliamento, accessori moda
WATCH & JEWELLERY SHOW	(EAU, 5-9 ottobre 2021)	gioielleria
TRANOI FEMME	(Francia, 4-7 ottobre 2021 e 1-4 marzo 2022)	abbigliamento, accessori moda
MODA ITALIA/SHOES FROM ITALY	(Giappone, 7-9 febbraio 2022)	moda
ITALIAN FASHION DAYS	(Corea Sud, 3-5 febbraio 2022)	moda

Piattaforma Micam	Da settembre 2021	Calzature, pelletteria
MICAM/MIPEL	(Italia, 19-21 settembre 2021 e 20-23 febbraio 2022)	calzature, pelletteria
LINEA PELLE	(Italia, 22-24 settembre 2021 e 21-24 febbraio 2022)	Pelli, accessori e componenti per calzaturifici
OBUV	(Russia, 19-22 ottobre 2021 e 10-14 marzo 2022)	calzature, pelletteria
PREMIUM	(Germania, 18-20 febbraio 2022)	calzature, pelletteria
MICAM AMERICAS	(USA,4-6 febbraio 2022)	calzature, pelletteria
SHOESSTAR	(Russia, 18-20 marzo 2022)	calzature, pelletteria

SALONE MO.MI	(Russia, 8-11 ottobre 2021)	mobili/arredo
INCOMING SETTORE MOBILE	(Italia, ottobre/novembre 2021)	mobili/arredo

DOWNTOWN DESIGN	(EAU, 8-12 novembre 2021)	artigianato/complementi di arredo e arredo
MAISON&OBJET	(Francia,21-25 gennaio 2022)	arredo, complementi di arredo

EUROBLECH	(Germania, 25-28 ottobre 2022)	meccanica
GITEX FUTURE STARS	(EAU, 17-20 ottobre 2021)	start up e PMI innovative
ARTIGIANO IN FIERA	(Italia, 4-12 dicembre 2021)	plurisettoriale
CINA INT. IMPORT EXPORT	(Cina, 5-10 novembre 2021)	plurisettoriale
ARAB HEALTH	(EAU,1-4 febbraio 2022)	settore sanitario

METS	(Olanda,16-18 novembre 2021)	nautica subfornitura
BOAT SHOW Presenza delle imprese marchigiane in stand rivisti con esperti di settore Evento promosso da Regione Marche durante Expo Dubai in collaborazione con un partner forte del luogo	(EAU, 8-12 marzo 2022)	nautica

VINITALY SPECIAL EDITION - Vinitaly Plus	(Italia, Verona – 17-19 ottobre 2021)	Vino
CIBUS	(Italia, Parma , 31 agosto - 3 settembre 2021)	agroalimentare
ANUGA	(Germania, Colonia 9-13 ottobre 2021)	agroalimentare
BIOLIFE	(Italia, Bolzano 19-21 novembre 2021)	biologico
SPECIALITY FOOD FESTIVAL	(EAU, 7-9 novembre 2021)	agroalimentare
ARTIGIANO IN FIERA	(Italia, Milano 4/12 dicembre 2021)	plurisettoriale
GULFOOD	(EAU,21-25 febbraio 2022)	agroalimentare

La realizzazione delle attività previste dal presente "Programma annuale–L.R. 30/2008 (Anno 2021)" potrà essere sviluppata proseguendo nella collaborazione con Associazioni di categoria, sistema camerale regionale, ITA/Agenzia ICE, banche, Università Politecnica delle Marche e le Università regionali, network regionali di Organizzazioni del terzo settore anche attraverso la stipula di convenzioni operative che consentano in genere la resa dei servizi finalizzati all'assistenza tecnica alle imprese, quali, a titolo esemplificativo, la realizzazione di studi specifici di settore, di progetti di sviluppo su nuovi mercati, di analisi dei risultati delle attività intraprese, ecc.

Per l'attuazione del presente Programma e per le attività connesse ai vari settori, sono necessarie missioni in Italia e all'estero per le quali sono autorizzati in via preventiva, il Presidente della Giunta o suo sostituto, il Dirigente del Servizio Attività Produttive Lavoro e Istruzione, il Dirigente della P.F. Innovazione, Ricerca e Internazionalizzazione, nonché il personale del Servizio e della P.F. suddetti, attraverso singoli ordini di missione. Ciò scaturisce dalla necessità di organizzare missioni istituzionali ed economiche, gestire ed essere presenti a Comitati di Sorveglianza, alle fiere, alle manifestazioni collaterali, ai workshop, ai sondaggi di mercato, missioni di monitoraggio, missioni paese ecc., per svolgere funzioni ispettive e di controllo volte a garantire il buon esito delle stesse, nonché per avviare, mantenere o consolidare contatti istituzionali ed operativi con Direzioni Generali di CE, ACT, AICS (e i relativi uffici esteri), Dip. COE, ITA/Agenzia ICE (e i relativi uffici esteri), con operatori di settore nazionali e internazionali, giornalisti, TV, Consolati, Ambasciate.

Si stabilisce che le delegazioni regionali che si recheranno all'estero per la realizzazione di iniziative programmate e le necessità di cui sopra, saranno formate, oltre che dal personale di supporto e collaborazione per le delegazioni e da quello addetto al banco informazioni ove previsto, da non più di tre rappresentanti, salvo iniziative particolari per l'attuazione di attività collaterali di promozione e pubblicizzazione che richiedono un contingente maggiore di personale.

Qualora si utilizzino nell'ambito delle attività collaterali, particolari strumenti multimediali per i quali occorre una specifica preparazione tecnica, potrà essere utilizzato personale regionale dei competenti Servizi regionali. Competono ai titolari delle missioni, secondo la normativa vigente, il rimborso delle spese di viaggio che comprende, sia per l'andata che per il ritorno, le spese per taxi (o per altri mezzi noleggiati), le spese sostenute per trasporto materiale, nonché per i mezzi urbani di trasporto. In particolare l'uso del taxi è consentito per raggiungere le varie sedi di partenza ferroviarie, aeree e marittime, comprese quelle di connessione per raggiungere l'albergo, nonché le sedi delle manifestazioni e delle iniziative promozionali, ivi comprese riunioni ed incontri riguardanti i settori in oggetto, anche nelle fasi di programmazione, qualora non adeguatamente servite e nel caso che gli orari delle iniziative non consentano l'uso di idonei mezzi urbani. Per raggiungere l'aeroporto Ancona/Falconara M., è consentito l'uso del taxi da e per le due località. Nel caso si utilizzi l'auto propria per raggiungere le sedi iniziali di partenza, competono i rimborsi parcheggio e dell'eventuale custodia del mezzo. Nel caso di trasferimenti da stazioni/aeroporti di partenza ed arrivo e/o transito in orari particolari (es: prima delle ore 7.00 del mattino), sono ammissibili le spese di vitto sostenute in tali contesti. Sono altresì comprese tra le spese ammesse a rimborso, qualora necessario, l'acquisto di biglietti d'ingresso alle manifestazioni fieristiche