



**Piano integrato per interventi di internazionalizzazione,
cooperazione internazionale e
Macroregione Adriatico Ionica
Anni 2022-24**

1. Contesto e scenario post-covid

Il contesto internazionale risulta profondamente impattato dal punto di vista politico, economico e sociale a seguito dello scoppio della **guerra tra Russia e Ucraina**. E' evidente che il conflitto produrrà **effetti negativi alla crescita globale**; come sottolineato dal Fondo Monetario Internazionale, essendo la situazione ancora fluida è difficile ed anche inutile effettuare delle stime in questo senso. Di certo, si assiste e si assisterà nel breve termine ad un ulteriore **incremento dei costi delle materie prime, con particolare riguardo al petrolio, gas e grano**; inoltre, si guarda con attenzione, sia nel breve che nel lungo termine, agli effetti delle "pesanti" sanzioni e iniziative di contrasto adottate da diversi Paesi nei confronti della Russia, considerando sia le possibili reazioni da parte del governo russo (con conseguenze sulla fornitura e quindi sui prezzi delle materie prime), sia il "costo" delle sanzioni medesime per gli stessi Paesi attuatori, ed anche le **ripercussioni per l'intero sistema economico mondiale del quale la Russia è comunque parte integrante**. La reazione dei Paesi occidentali e in particolare dell'Unione Europea al fine di contrastare l'invasione ha inevitabilmente danneggiato le relazioni con la Russia, la quale è divenuta negli anni addietro un partner commerciale sempre più importante. In prospettiva, è presumibile attendersi una fortissima riduzione degli interscambi (anche per la volontà espressa dai leader europei, e in particolare dell'Italia, di ridurre la dipendenza dalle materie prime russe) e probabilmente un tempo considerevole per ricostruire rapporti positivi. Come osservato dal Centro Studi di Confindustria, è presumibile attendersi che *"gli effetti a livello globale sono fortemente diseguali tra aree e settori, in base alla vicinanza al conflitto, alle dipendenze da petrolio, gas e altre commodity e, in generale, alle connessioni produttive e finanziarie con i paesi direttamente coinvolti nella guerra (Russia, Ucraina e Bielorussia)"*.

Alla luce di ciò, è opportuno evidenziare che l'analisi economica finalizzata a delineare il contesto internazionale e i possibili scenari, costituendo la fase iniziale della pianificazione prende avvio in un periodo ampiamente antecedente, ma è un'attività costante che prevede sistematicamente aggiornamenti e revisioni nell'intento di cogliere le evoluzioni ed offrire informazioni e conoscenze utili a definire opportuni interventi correttivi relativamente a obiettivi-strategie-azioni. Ciò, in riferimento sia all'anno 2022 (sono già state apportate alcune modifiche sia con riguardo alle azioni, sia ai Paesi target rispetto alle versioni del piano precedenti al conflitto) e sia, a maggior ragione, agli anni successivi del presente piano, integrando la verifica dei dati macro-economici aggiornati e pubblicati dalle principali fonti istituzionali, con i risultati delle attività di monitoraggio che si andranno ad espletare coinvolgendo le imprese partecipanti alle iniziative della Regione Marche, ed anche degli incontri e del confronto con le rappresentanze delle imprese.

La crisi originata dal conflitto Russia-Ucraina spinge ancora di più a evidenziare i limiti della concentrazione dell'export in un unico mercato e ad enfatizzare le azioni di supporto alle imprese per favorire il processo di diversificazione dei mercati anche al fine di limitare i rischi. Oltre alla promozione sui mercati esteri, nel piano saranno previsti interventi anche per l'individuazione di nuovi mercati di approvvigionamento di materie prime e semilavorati, sfruttando anche le opportunità delle piattaforme digitali; ciò, tenendo conto delle conseguenze del conflitto sulle filiere internazionali e ponendosi pertanto l'obiettivo di favorire la competitività e la sostenibilità delle produzioni marchigiane.

Tale crisi fa seguito ad un altro evento negativo che ha caratterizzato e continua a caratterizzare il contesto internazionale, ovvero, la pandemia di Covid-19, la quale ha provocato **rilevanti ripercussioni sull'economia mondiale** portando a registrare nel 2020 una diminuzione complessiva del PIL reale pari al -3,1% in base alle stime del Fondo Monetario Internazionale e del -3,6% secondo i dati della Banca Mondiale.

Tuttavia, come illustrato nella figura 1, si possono osservare **situazioni differenti**: la maggior parte dei Paesi sono caduti in recessione con contrazioni del PIL ben superiori al -3%; altri Paesi hanno subito perdite minori, altri ancora, come ad esempio Cina, Vietnam e Turchia, presentano addirittura tassi di crescita positivi. Anche relativamente alla “robusta” ripresa che è osservata nel corso del 2021 e alle **stime previsionali** (figure 2-4), si notano **scenari differenziati all’interno sia delle economie avanzate, sia di quelle emergenti e in via di sviluppo**. Come anticipato, in prospettiva futura occorre considerare l’impatto - **non ancora stimabile** - della crisi generata dal conflitto Russia-Ucraina. Le più recenti stime del Fondo Monetario Internazionale (aprile 2022) evidenziano come tale crisi impatti fortemente sulla ripresa dell’economia mondiale, rivedendo la crescita del PIL globale che viene stimata per il 2022 al +3,6% (0,8 punti percentuali in meno rispetto alle stime precedenti al conflitto).

A livello di **macro-aree geografiche** i cali maggiori nel corso del 2020 sono osservati per il Centro America (-7,1%) e Sud America (-6,5%), l’Unione Europea (-5,9%), il Sud Asia (-5,5%) (tabella 1); i “rimbalzi” maggiori sono previsti per il Sud Asia (+8,4%) e l’Est Asiatico (+6,7%), il Nord Africa (+11,8%), il Centro e Sud America (rispettivamente +11,0% e +7,2%), il Nord America (+5,5%). Le economie emergenti presentano nel complesso tassi di crescita superiori rispetto a quelle avanzate. Area Balcanica EUSAIR : Italia (+6,6%) Albania (+8,5%) Macedonia del nord (+4,0%) Serbia (+7,4%) Montenegro (+12,4%) Croazia (+10,4%) Slovenia (+8,1%) San Marino (+5,2%) Grecia (+8,3%) Bosnia Erzegovina (+5,8%) più Africa Mediterranea (+11,8%) ed Africa Subsahariana (+4,3%)

Analizzando i dati in dettaglio per singoli Paesi, si nota che la **ripresa viene trainata in particolare da Usa e Cina**. Tra i Paesi-mercati emergenti di interesse per l’**export Made in Italy** che si mostrano più reattivi in termini di recupero del PIL ai livelli pre-crisi, i principali analisti evidenziano Polonia, Marocco, Emirati Arabi Uniti, Vietnam, Malesia, Cina, India, Cile. Tra i meno reattivi si rilevano Russia, Brasile, Repubblica Ceca, Arabia Saudita, Messico e Sudafrica.

La divergenza nelle capacità di reazione dei Paesi agli effetti della crisi pandemica non è l’unico aspetto da tenere in forte considerazione ai fini delle strategie di sviluppo sui mercati internazionali.

Anche se il progresso delle **campagne vaccinali**, seppure disomogeneo nel mondo, favorisce la ripresa economica in diversi Paesi, permane comunque un **contesto di incertezza** legato alla possibilità di nuovi sviluppi della pandemia. Occorre peraltro porre attenzione sulla **crescita dei debiti sovrani** legata agli interventi di contrasto della crisi e di rilancio (tabella 4); si guarda con preoccupazione soprattutto alla **sostenibilità del debito pubblico** di alcuni Paesi emergenti. A ciò si aggiunge l’**aumento dell’esposizione debitoria delle imprese**, specialmente di quelle operanti nei settori più colpiti e oggetto di chiusure.

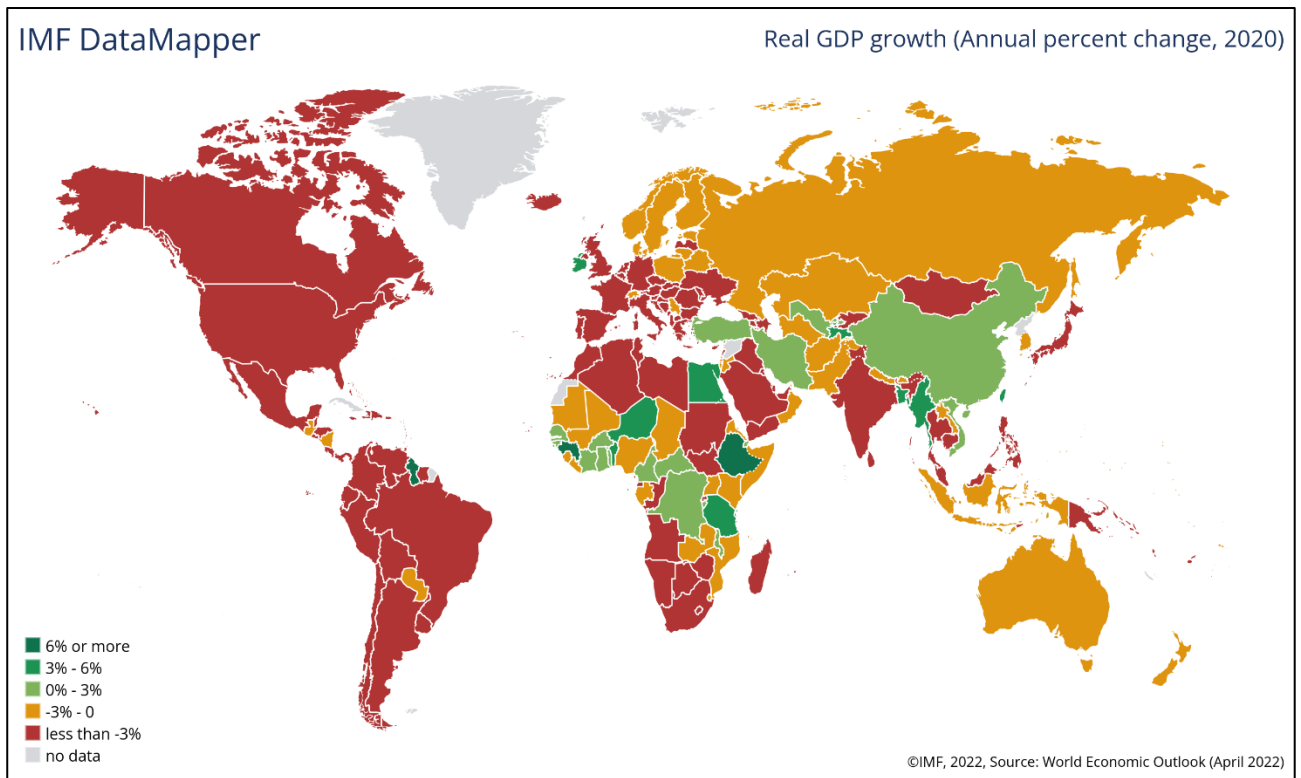
La pandemia influisce inoltre sui **rapporti internazionali**, sia favorendo strategie volte al **protezionismo** per tutelare le economie domestiche (anche se questa fase in vari casi sembra si stia superando), sia intensificando **rischi geopolitici**, generando o acuendo **tensioni** all’interno e tra Paesi, e modificando anche gli equilibri a livello mondiale. Nel prossimo decennio le imprese si troveranno quindi ad operare in un panorama geopolitico rimodulato, anche a seguito del conflitto tra Russia e Ucraina, il quale induce a riflettere sulla leadership internazionale degli USA, ed anche sul ruolo dell’Europa e di altri grandi Paesi come Cina e India. Gli analisti consigliano poi cautela per quanto concerne l’area del Golfo Persico, Turchia, Libano, Pakistan e India, Hong-Kong, Taiwan, Nigeria, Zambia, Armenia, Tunisia, Algeria, Colombia, Argentina, Venezuela. L’aumento delle tensioni, dell’instabilità politica e dei fenomeni di violenza che si osservano specialmente in alcuni Paesi incrementano i rischi di avvenimenti che possono stravolgere il contesto e le previsioni.

Tra gli effetti della pandemia merita inoltre di essere evidenziato il fenomeno del “**localismo versus globalismo**”, ovvero, la riconfigurazione delle **filiere globali** che non si sono dimostrate resilienti, al fine di evitare colli di bottiglia e problematiche di approvvigionamento come osservato soprattutto in alcuni settori;

anche se non è ancora chiara l'entità di tale fenomeno, è comunque plausibile attendersi un riavvicinamento delle produzioni nel nostro continente, con opportunità per le imprese fornitrici di beni di investimento ed intermedi.

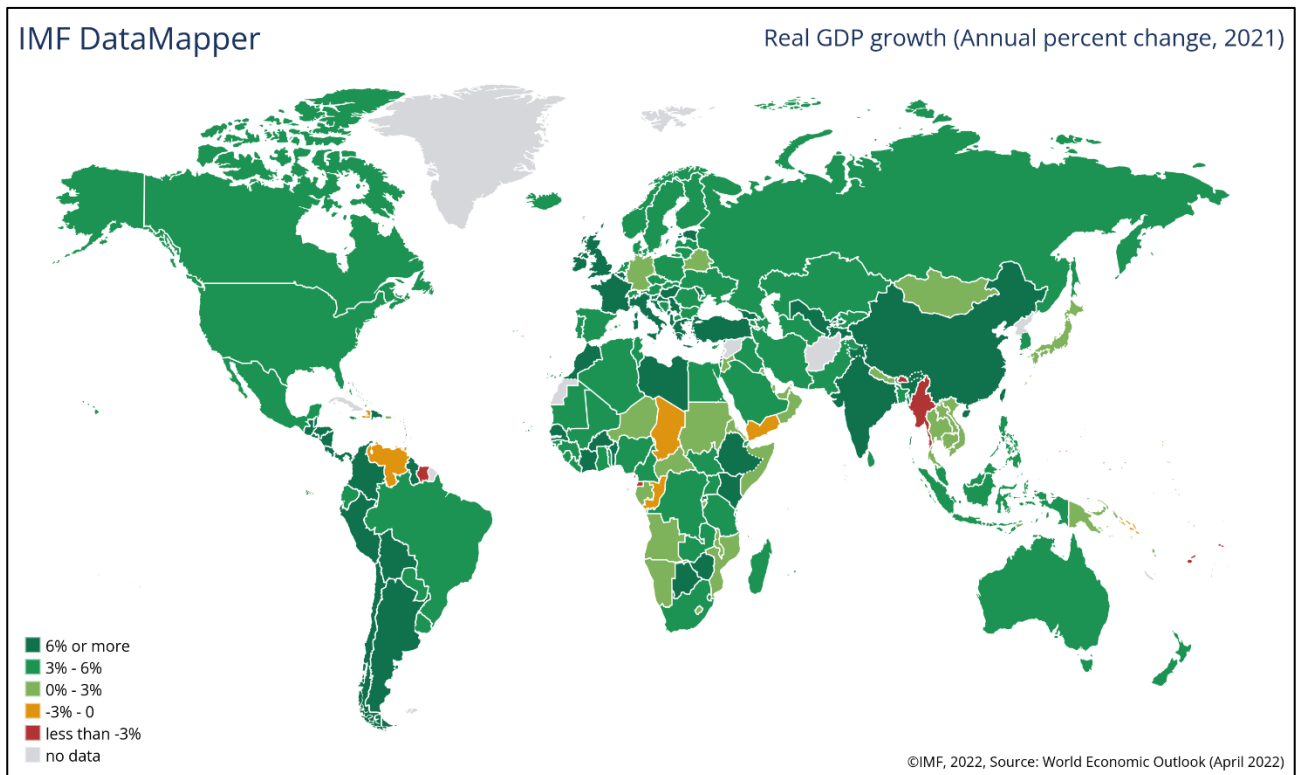
Va poi considerata l'accelerazione che interessa i processi di **trasformazione digitale** e di **trasformazione ambientale**, entrambi al centro di politiche pubbliche di investimento per il rilancio e lo sviluppo strutturale di molti Paesi. Relativamente al primo processo, si enfatizza **l'internazionalizzazione digitale**, considerando sia le opportunità legate alla diffusione dell'e-commerce e alla maggiore possibilità di servire i mercati esteri tramite questa modalità, sia le potenzialità offerte da strumenti come le fiere virtuali e le piattaforme BtoB per favorire l'incontro e gli scambi tra partners commerciali internazionali, sia l'Aggregazione tra Stakeholders dell'Area dell'Adriatico e dello Ionio e del Mediterraneo (Governi Sovranazionali, Nazionali, Regionali, Università, Centri di Ricerca, Camere di Commercio e Città). Infine, con riferimento alla sostenibilità ambientale, va rimarcato che tale concetto non è più soltanto una questione etica, ma un fattore di competitività delle imprese sempre più rilevante per il futuro; è poi evidente che il passaggio verso un mondo sempre più **green** apre importanti opportunità di business alle aziende che offrono in tal senso soluzioni in termini di **prodotti, servizi e innovazioni tecnologiche**.

Figura 1 - Tassi di crescita del PIL reale. Stime per l'anno 2020



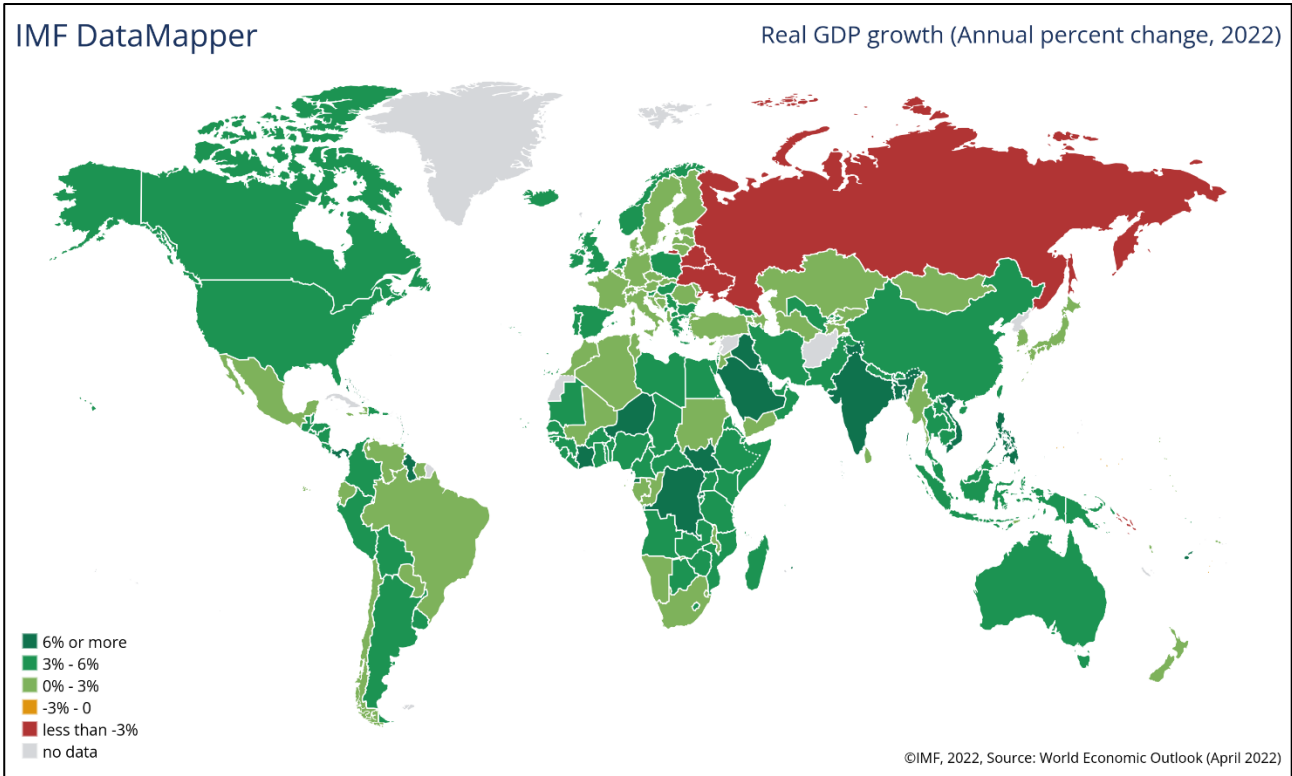
Fonte: Fondo Monetario Internazionale (aprile 2022)

Figura 2 - Tassi di crescita del PIL reale. Previsioni per l'anno 2021



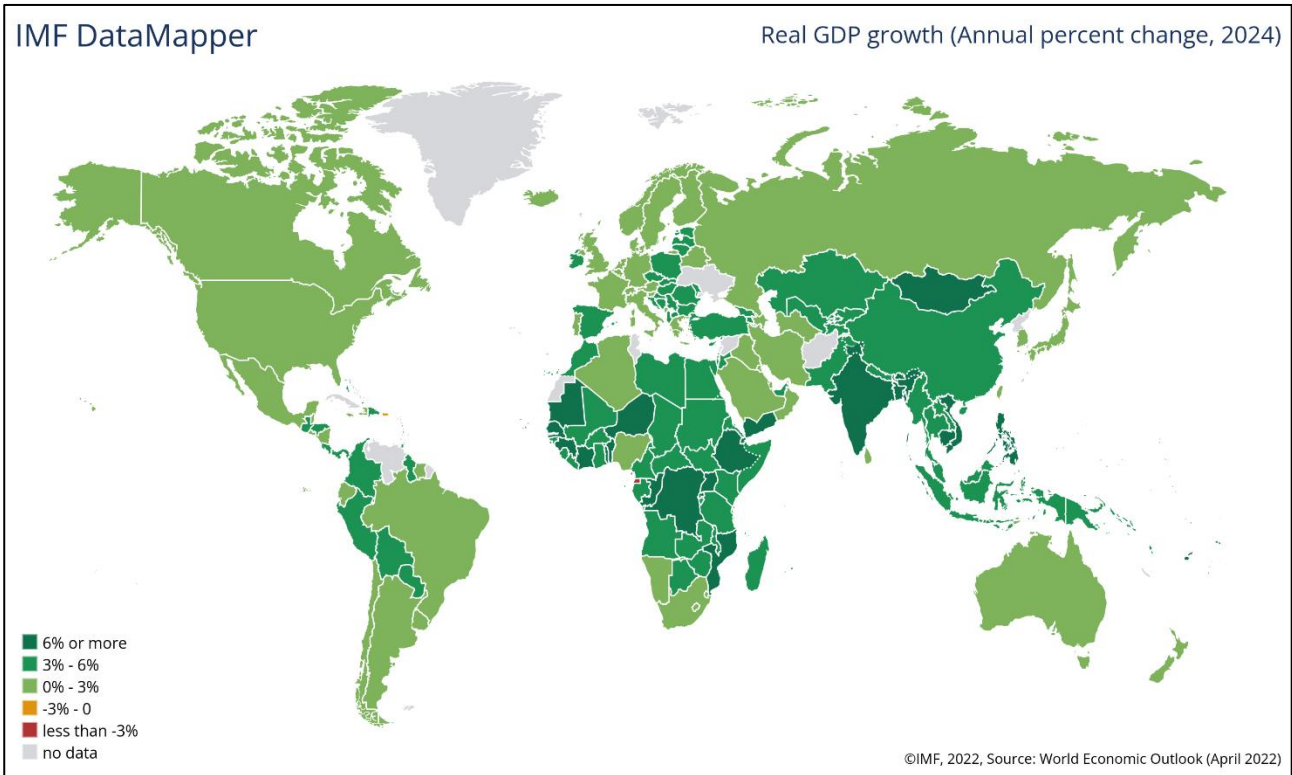
Fonte: Fondo Monetario Internazionale (aprile 2022)

Figura 3 - Tassi di crescita del PIL reale. Previsioni per l'anno 2022



Fonte: Fondo Monetario Internazionale (aprile 2022)

Figura 4 - Tassi di crescita del PIL reale. Previsioni per l'anno 2024



Fonte: Fondo Monetario Internazionale (aprile 2022)

Tabella 1 – Andamento del PIL reale per macro-aree (var. % annuali)

MACROAREE	STIME							PREVISIONI			
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Unione Europea	1,7	2,5	2,1	3,0	2,2	2,0	-5,9	5,4	2,9	2,5	2,1
Est Europa	1,1	-0,1	1,6	3,1	3,6	3,1	-3,2	5,0	-4,2	1,0	2,6
Nord America	2,4	2,6	1,7	2,3	2,8	2,0	-4,0	5,5	3,6	2,3	1,5
America centrale	4,8	4,9	4,5	4,3	3,9	3,3	-7,1	11,0	4,8	4,0	4,0
Sud America	0,5	-1,1	-2,4	0,8	0,5	-0,2	-6,5	7,2	2,3	2,1	2,5
Medio Oriente	3,6	2,0	4,9	0,6	1,3	0,9	-4,1	3,5	5,4	3,3	2,8
Nord Africa	1,6	3,6	3,1	5,4	4,4	4,2	-1,4	11,8	4,3	4,3	4,2
Africa	3,8	3,4	2,2	3,7	3,5	3,3	-1,6	6,9	3,9	4,1	4,2
Africa subsahariana	5,0	3,3	1,7	2,9	3,0	2,9	-1,7	4,3	3,7	4,0	4,3
Medio oriente e Asia centrale	3,3	2,8	4,1	2,4	2,7	2,2	-2,9	5,7	4,6	3,7	3,5
Est asiatico	5,5	5,3	5,1	5,5	5,2	4,4	0,9	6,7	3,9	4,4	4,2
Sud-Est asiatico	4,8	4,9	5,1	5,4	5,3	4,7	-3,2	3,1	5,1	5,6	5,4
Sud Asia	6,9	7,4	7,6	6,6	6,5	4,0	-5,5	8,4	7,5	6,5	6,7
Australia e Nuova Zelanda	2,7	2,5	2,9	2,5	2,9	2,1	-2,2	4,8	4,0	2,5	2,2
Economie avanzate	2,0	2,3	1,8	2,5	2,3	1,7	-4,5	5,2	3,3	2,4	1,7
Economie emergenti e in via di sviluppo dell'Asia	6,9	6,8	6,8	6,6	6,4	5,3	-0,8	7,3	5,4	5,6	5,6
Economie emergenti e in via di sviluppo dell'Europa	1,8	1,0	1,9	4,1	3,4	2,5	-1,8	6,7	-2,9	1,3	2,8
Mondo	3,5	3,4	3,3	3,7	3,6	2,9	-3,1	6,1	3,6	3,6	3,4

Fonte: Fondo Monetario Internazionale (aprile 2022)

Tabella 2 – Andamento del PIL reale dei Paesi dell'area UE-27 (var. % annuali)

PAESI UE-27	STIME							PREVISIONI			
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Austria	0,7	1,0	2,0	2,3	2,5	1,5	-6,7	4,5	2,6	3,0	2,3
Belgio	1,6	2,0	1,3	1,6	1,8	2,1	-5,7	6,3	2,1	1,4	1,4
Bulgaria	1,0	3,4	3,0	2,8	2,7	4,0	-4,4	4,2	3,2	4,5	4,2
Croazia	-0,3	2,5	3,5	3,4	2,9	3,5	-8,1	10,4	2,7	4,0	3,0
Cipro	-1,8	3,4	6,5	5,9	5,7	5,3	-5,0	5,5	2,1	3,5	3,0
Danimarca	1,6	2,3	3,2	2,8	2,0	2,1	-2,1	4,1	2,3	1,7	1,8
Estonia	3,0	1,9	3,2	5,8	4,1	4,1	-3,0	8,3	0,2	2,2	3,8
Finlandia	-0,4	0,5	2,8	3,2	1,1	1,2	-2,3	3,3	1,6	1,7	1,4
Francia	1,0	1,0	1,0	2,4	1,8	1,8	-8,0	7,0	2,9	1,4	1,5
Germania	2,2	1,5	2,2	2,7	1,1	1,1	-4,6	2,8	2,1	2,7	1,5
Grecia	0,5	-0,2	-0,5	1,1	1,7	1,8	-9,0	8,3	3,5	2,6	2,0
Irlanda	8,7	25,2	2,0	8,9	9,0	4,9	5,9	13,5	5,2	5,0	4,0
Italia	0,0	0,8	1,3	1,7	0,9	0,5	-9,0	6,6	2,3	1,7	1,3
Lettonia	1,9	3,9	2,4	3,3	4,0	2,5	-3,8	4,7	1,0	2,4	3,9
Lituania	3,5	2,0	2,5	4,3	4,0	4,6	-0,1	4,9	1,8	2,6	3,1
Lussemburgo	2,6	2,3	5,0	1,3	2,0	3,3	-1,8	6,9	1,8	2,1	2,9
Malta	7,6	9,6	3,4	11,1	6,0	5,9	-8,3	9,4	4,8	4,5	3,9
Paesi Bassi	1,4	2,0	2,2	2,9	2,4	2,0	-3,8	5,0	3,0	2,0	1,8
Polonia	3,4	4,2	3,1	4,8	5,4	4,7	-2,5	5,7	3,7	2,9	3,2
Portogallo	0,8	1,8	2,0	3,5	2,8	2,7	-8,4	4,9	4,0	2,1	2,4
Repubblica Ceca	2,3	5,4	2,5	5,2	3,2	3,0	-5,8	3,3	2,3	4,2	3,6
Romania	3,6	3,0	4,7	7,3	4,5	4,2	-3,7	5,9	2,2	3,4	3,8
Slovacchia	2,6	4,8	2,1	3,0	3,8	2,6	-4,4	3,0	2,6	5,0	3,8
Slovenia	2,8	2,2	3,2	4,8	4,4	3,3	-4,2	8,1	3,7	3,0	2,9
Spagna	1,4	3,8	3,0	3,0	2,3	2,1	-10,8	5,1	4,8	3,3	3,1
Svezia	2,7	4,5	2,1	2,6	2,0	2,0	-2,9	4,8	2,9	2,7	2,3
Ungheria	4,2	3,8	2,3	4,3	5,4	4,6	-4,7	7,1	3,7	3,6	3,6

Fonte: Fondo Monetario Internazionale (aprile 2022)

Tabella 3 – Andamento del PIL reale di alcuni Paesi extra-UE rilevanti per l'export italiano (var. % annuali)

PAESI	STIME						PREVISIONI				
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
BRICS											
Brasile	0,5	-3,5	-3,3	1,3	1,8	1,2	-3,9	4,6	0,8	1,4	2,2
Russia ¹	0,7	-2,0	0,2	1,8	2,8	2,2	-2,7	4,7	-8,5	-2,3	1,5
India	7,4	8,0	8,3	6,8	6,5	3,7	-6,6	8,9	8,2	6,9	7,0
Cina	7,4	7,0	6,9	6,9	6,8	6,0	2,2	8,1	4,4	5,1	5,1
Hong Kong	2,8	2,4	2,2	3,8	2,8	-1,7	-6,5	6,4	0,5	4,9	2,9
Sudafrica	1,4	1,3	0,7	1,2	1,5	0,1	-6,4	4,9	1,9	1,4	1,4
MINT											
Messico	2,8	3,3	2,6	2,1	2,2	-0,2	-8,2	4,8	2,0	2,5	1,8
Indonesia	5,0	4,9	5,0	5,1	5,2	5,0	-2,1	3,7	5,4	6,0	5,8
Nigeria	6,3	2,7	-1,6	0,8	1,9	2,2	-1,8	3,6	3,4	3,1	2,9
Turchia	4,9	6,1	3,3	7,5	3,0	0,9	1,8	11,0	2,7	3,0	3,7
ALTRI PAESI											
Australia	2,6	2,3	2,7	2,4	2,8	2,0	-2,2	4,7	4,2	2,5	2,3
Canada	2,9	0,7	1,0	3,0	2,8	1,9	-5,2	4,6	3,9	2,8	1,7
Iran	5,0	-1,4	8,8	2,8	-2,3	-1,3	1,8	4,0	3,0	2,0	2,0
Giappone	0,3	1,6	0,8	1,7	0,6	-0,2	-4,5	1,6	2,4	2,3	0,8
Corea del Sud	3,2	2,8	2,9	3,2	2,9	2,2	-0,9	4,0	2,5	2,9	2,6
Malesia	6,0	5,0	4,4	5,8	4,8	4,4	-5,6	3,1	5,6	5,5	4,9
Arabia Saudita	3,7	4,1	1,7	-0,7	2,5	0,3	-4,1	3,2	7,6	3,6	2,7
Singapore	3,9	3,0	3,6	4,7	3,7	1,1	-4,1	7,6	4,0	2,9	2,6
Svizzera	2,4	1,6	2,0	1,7	2,9	1,2	-2,5	3,7	2,2	1,4	1,8
Tailandia	1,0	3,1	3,4	4,2	4,2	2,2	-6,2	1,6	3,3	4,3	3,8
Emirati Arabi Uniti	4,3	5,1	3,1	2,4	1,2	3,4	-6,1	2,3	4,2	3,8	3,8
Regno Unito	3,0	2,6	2,3	2,1	1,7	1,7	-9,3	7,4	3,7	1,2	1,4
Stati Uniti	2,3	2,7	1,7	2,3	2,9	2,3	-3,4	5,7	3,7	2,3	1,4
Vietnam	6,4	7,0	6,7	6,9	7,2	7,2	2,9	2,6	6,0	7,2	7,0

Fonte: Fondo Monetario Internazionale (aprile 2022)

¹ Lo scenario è profondamente mutato e incerto a seguito del conflitto con l'Ucraina.

Tabella 4 – Andamento e stime previsionali del rapporto Debito/PIL nei principali Paesi e aree.

Debito pubblico in % sul PIL	2019	2020	2021	2022
PAESI G7	118,1	140,8	137,3	131,6
Giappone	236,1	259,0	263,1	262,5
Italia	134,1	155,3	150,9	150,6
Stati Uniti	108,8	134,2	132,6	125,6
Francia	97,4	115,2	112,3	112,6
Canada	87,2	117,8	112,1	101,8
Regno Unito	83,9	102,6	95,3	87,8
Germania	58,9	68,7	70,2	70,9
BRICS				
Brasile	87,9	98,7	93,0	91,9
Russia ²	13,7	19,2	17,0	16,8
India	75,1	90,1	86,8	86,9
Cina	57,2	68,1	73,3	77,8
Sudafrica	56,3	69,4	69,1	70,2
ALTRE AREE				
Unione Europea	78,8	91,8	90,3	89,3
Est Europa	30,2	39,7	37,5	36,8
Sud-Est asiatico	48,7	58,7	60,6	61,0
Est asiatico	95,9	107,2	106,1	106,2
Sud Asia	71,9	84,2	81,6	81,5
Nord Africa	69,3	78,5	82,9	81,9
Africa subsahariana	52,8	61,7	59,2	58,5
Africa	57,1	66,4	65,8	65,0
America centrale	46,3	59,4	55,8	54,4
Sud America	75,9	86,1	79,7	78,1
Medio Oriente	41,4	50,9	48,9	39,2
Australia e Nuova Zelanda	44,8	55,9	58,4	58,9
Mercati emergenti e in via di sviluppo	53,9	63,9	65,1	66,3
Mercati emergenti e in via di sviluppo di Europa	29,7	38,6	36,8	36,2
Mercati emergenti e in via di sviluppo di Asia	56,8	67,7	71,8	75,3

Fonte: Fondo Monetario Internazionale (aprile 2022)

² Lo scenario è profondamente mutato e incerto a seguito del conflitto con l'Ucraina.

In tale contesto, l'export italiano nel 2020 ha subito una perdita di circa 43 miliardi di euro, passando da 480 a 437 miliardi circa, registrando una flessione in termini percentuali del -9,1% (tabella 5). Osservando in dettaglio i dati a livello di singole regioni, si può notare che la Marche si caratterizzano per una flessione relativa maggiore rispetto alle principali regioni esportatrici (-11,2%), ad eccezione del Piemonte (-12,4%); raffrontando i dati riferiti al 2021 rispetto all'anno precedente, seppure ancora provvisori, si rileva una ripresa meno vigorosa con una percentuale di incremento del 15,6% contro una media nazionale del 18,2% circa. Si supera tuttavia il valore registrato nel 2019. Le performance divergenti sono anche da collegare alle differenze esistenti a livello regionale per quanto riguarda le tipologie merceologiche e i Paesi di destinazione, inducendo a riflettere su **nuove strategie di sviluppo internazionale**.

Tabella 5 – Andamento annuale del valore dell'export per regioni (dati assoluti in milioni di euro)

REGIONE	2017	2018	2019	2020	2021 provvisorio	Var.% 2020/ 2019	Var.% 2021/ 2020
Lombardia	120.787	127.253	127.488	114.063	135.883	-10,5%	19,1%
Emilia-Romagna	59.999	63.762	66.621	61.973	72.440	-7,0%	16,9%
Veneto	61.581	63.635	65.142	60.181	70.252	-7,6%	16,7%
Piemonte	48.042	48.278	46.903	41.107	49.574	-12,4%	20,6%
Toscana	34.830	36.933	43.242	40.840	47.720	-5,6%	16,8%
Lazio	23.575	23.069	27.701	25.557	28.490	-7,7%	11,5%
Friuli-Venezia Giulia	14.734	15.505	15.495	14.306	18.140	-7,7%	26,8%
Campania	10.582	11.030	12.345	11.659	13.146	-5,6%	12,8%
Marche	11.832	11.748	12.236	10.866	12.561	-11,2%	15,6%
Sicilia	9.314	10.783	9.498	7.538	10.462	-20,6%	38,8%
Trentino-Alto Adige	8.482	8.777	9.095	8.442	10.168	-7,2%	20,5%
Abruzzo	8.403	8.763	8.712	8.209	8.621	-5,8%	5,0%
Puglia	8.260	8.117	8.962	8.206	8.606	-8,4%	4,9%
Liguria	8.035	7.541	7.103	7.080	7.846	-0,3%	10,8%
Sardegna	5.371	5.727	5.659	3.392	5.542	-40,1%	63,4%
Umbria	3.876	4.226	4.315	3.798	4.688	-12,0%	23,4%
Basilicata	3.918	4.093	3.445	3.305	2.818	-4,1%	-14,7%
Molise	400	677	755	953	1.155	26,2%	21,3%
Valle d'Aosta	681	742	701	561	718	-20,0%	28,0%
Calabria	469	555	480	411	547	-14,3%	32,9%
Diverse o non specificate	5.959	4.112	4.453	4.271	6.885	-4,1%	61,2%
Totale Italia	449.129	465.325	480.352	436.718	516.262	-9,1%	18,2%

Fonte: elaborazioni su dati Istat

Tali dati evidenziano andamenti nettamente superiori rispetto alle previsioni (si attendeva un rimbalzo dell'11% circa e un ritorno ai valori pre-pandemia). L'incremento sarebbe connesso soprattutto alla ripresa di importanti partner commerciali che hanno trainato gli scambi internazionali, anche a seguito di importanti programmi di investimento pubblico per il rilancio e la resilienza; tra questi si evidenziano il Next Generation Eu e gli investimenti infrastrutturali negli USA.

Per quanto concerne le dinamiche settoriali, per il biennio 2021-2022 si attendono i tassi di crescita maggiori relativamente ai beni di investimenti, superando i livelli pre-covid, evidenziandosi specialmente la **meccanica**

strumentale, i **mezzi di trasporto** (in particolare **l'automotive**), e gli **apparecchi elettrici**. La ripresa dell'edilizia produrrà effetti positivi sull'export di prodotti come **metalli, gomma e plastica**. In forte recupero anche i comparti **tessile e abbigliamento, mobili**; continua il trend positivo dell'export dei prodotti **alimentari e bevande**, i quali hanno risentito meno degli effetti della crisi pandemica e beneficiano della ripresa del **canale ho.re.ca** ed anche dello sviluppo dell'e-commerce.

Nel rapporto export 2021 di SACE sono individuati inoltre i Paesi **più reattivi per l'export italiano**, ovvero, la cui domanda di prodotti dall'Italia è "ripartita" prima e con maggiore intensità. Tra i principali si evidenziano:

- **Germania**, primo mercato di sbocco dell'export italiano, si caratterizzerebbe per una forte ripresa, gli incrementi più elevati sono attesi per i **mezzi di trasporto** e i prodotti della **chimica**.
- **Stati Uniti**, a seguito degli investimenti pubblici per il rilancio si attende una ripresa economica sostenuta e un incremento delle esportazioni Made in Italy intorno all'11% nel 2021.
- **Svizzera**, la quale sta rafforzando il ruolo di hub per la logistica internazionale; si prospetta la crescita di esportazioni di beni di consumo, in particolare del **tessile e abbigliamento**.
- **Giappone**, mercato sempre più importante per l'Italia a seguito dell'accordo di partenariato economico con l'UE in vigore dal 1° gennaio del 2019; si attende un balzo rilevante per i beni di consumo e in particolare del **tessile e abbigliamento, alimentari e bevande, meccanica strumentale e mezzi di trasporto, gomma e plastica**.
- **Russia**, si prevedeva una ripresa delle esportazioni italiane verso questo importante partner consolidato, trainata in particolare da **meccanica strumentale, metallo e chimica di base**; tuttavia alla luce del conflitto con l'Ucraina lo scenario risulta profondamente cambiato e incerto.
- **Canada**, altro partner rilevante anche a seguito dell'accordo di libero scambio CETA; i tassi di crescita maggiori sono attesi per **meccanica strumentale, alimentari e bevande**.
- **Polonia**, l'aumento del reddito pro-capite favorisce la domanda di **alimentari e bevande** ed altri **prodotti di consumo** dall'Italia; anche gli altri settori beneficiano della ripresa economica del Paese, il quale richiede sempre più prodotti in metallo, chimica, gomma e plastica, apparecchi elettrici, macchinari e mezzi di trasporto (non solo automotive).
- **Cina**, si prevede una forte richiesta di prodotti della **moda e dell'arredo**, ed anche di beni di investimento; i settori della chimica e dei metalli hanno registrato performance particolarmente positive anche durante la pandemia.
- **Corea del Sud**, l'export italiano nel 2021 dovrebbe superare i livelli pre-crisi, consolidando il ruolo di tale partner a seguito dell'accordo di libero scambio con l'UE dal 2011; i beni di consumo rappresentano la quota maggiore e si prevede che la ripresa sia trainata in particolare dai prodotti della **moda e dai mezzi di trasporto**.
- **Vietnam**, prospettive di ripresa e sviluppo si evidenziano per i macchinari da impiegare nella produzione di prodotti della moda; ulteriori opportunità sono legate al piano di investimenti pubblici per il potenziamento delle infrastrutture (pari a 120 miliardi di dollari tra il 2021-2025).
- **Taiwan**, l'economia risulta tra le meno colpite dalla pandemia; si rilevano interessanti opportunità di crescita per l'export italiano di **apparecchi elettrici, mezzi di trasporto e meccanica strumentale**.
- **Emirati Arabi Uniti**, si enfatizzano i benefici per l'export di prodotti della **meccanica strumentale** connessi ai piani di diversificazione del governo locale finalizzati allo sviluppo del sistema manifatturiero; ulteriori spinte provengono dagli investimenti pubblici relativi alla sicurezza alimentare e al settore sanitario (biomedica e farmaceutica); si attende l'impatto dell'expo Dubai sulla ripresa dell'export di prodotti di consumo e agroalimentari. Rimangono poi rilevanti i tradizionali settori dell'energia, petrolchimico e dell'industria pesante.

Come già evidenziato, tali analisi e previsioni sono oggetto di costante aggiornamento e revisione con particolare attenzione agli effetti della crisi Russia-Ucraina.

2. Performance export Regione Marche

Nel 2020 il valore delle esportazioni delle Marche si è contratto in modo consistente passando rispetto all'anno precedente da 12.236 a 10.866 miliardi di euro (1.370 miliardi in meno), facendo registrare una variazione del -11,2% (superiore alla media nazionale del -9,1%).

Analizzando la dinamica dell'export marchigiano in relazione ai top 15 Paesi di destinazione (tabella 6), è possibile innanzitutto osservare che il valore delle esportazioni verso la **Germania** risulta costante nell'ultimo quinquennio e che nel 2020 è rimasto sostanzialmente invariato rispetto all'anno precedente; i dati provvisori relativi al 2021 evidenziano una consistente crescita del +34,1%. Tale Paese si conferma quindi partner principale ed ha mostrato affidabilità anche nel periodo di crisi pandemica.

Anche la performance nei confronti del **Belgio** mostra una certa "tenuta" con un calo del -2,7% nel 2020, così come per i **Paesi Bassi (-1,3%)**. Cali più consistenti sono registrati per **Francia (-9,5%), Stati Uniti (-7,6%) Polonia (-5,8%), Romania (-7,1%), Cina (-13,3%), Austria (-5,7%), Repubblica Ceca (-3,7%)**.

Riduzioni molto più marcate si osservano per **Spagna (-15,8%, 5° Paese per valore complessivo), Regno Unito (-21,6%)** in calo costante negli ultimi anni (dal 2015 al 2019 il valore è passato da 627,7 a 518,2 milioni di euro, per scendere a 406,0 milioni nel corso del 2020), **Russia (-22,1%), Turchia (-15,9%) e Svizzera (-33,2%)**.

Per quanto concerne l'andamento per settori merceologici, la crisi ha colpito in maniera più pesante le esportazioni dei prodotti della **Moda**, e in particolare, si evidenzia che il valore dell'export di **calzature** nel 2020 rispetto all'anno precedente è sceso da 1.285,3 a 934,4 milioni di euro (pari a una contrazione del -27,3%), la **pelletteria** ha registrato una diminuzione del 32,5%, il valore degli **articoli di abbigliamento** si è contratto del -21,6% e del **tessile** del -18,7%, la gioielleria del -31,1%. In calo consistente, intorno all'11%, anche i comparti della produzione di **metalli e macchinari, degli apparecchi elettrici (-11,5%)**. L'export di autoveicoli ha segnato una diminuzione del -18,7%, ancora più vistoso il calo relativo a navi e **imbarcazioni, pari al -60,6%**. Si rileva una contrazione dell'export di **bevande** pari al -13,9%, mentre risulta positivo il valore dei prodotti **alimentari (+7,6%)**.

Più resistenti si sono rivelati i settori della produzione di **mobili (-1,3%)** e dei **giocattoli**, l'export di quest'ultimo è rimasto praticamente invariato. Positive le performance del comparto **farmaceutico (+8,9%)**.

Nella matrice sottostante sono riportati i **principali settori e Paesi di destinazione dell'export marchigiano** in base al **grado di reattività** misurato come variazione percentuale del valore esportato nel 2021 rispetto all'anno precedente. La dimensione delle immagini e delle bandiere è proporzionale all'entità del valore dell'export. Nel 1° quadrante a sinistra si collocano i settori con una variazione percentuale superiore al 20%; più nel dettaglio, come illustrato nella tabella 7, le performance superiori sono registrate per i settori navi e imbarcazioni (+72,0%), meccanica (+27,5%), prodotti in metallo (27,5%) e apparecchi elettrici (+25,5). Nel 2° quadrante sono riportati i settori con variazioni comprese tra il 10-20%, e nello specifico, chimica (17,9%), articoli in gomma e plastica (+16,2%), abbigliamento (+14,4%), cuoio e pelletteria (+13,9%), alimentari (+10,3%), prodotti della carta (10,0%). Tassi di crescita inferiori (sotto il 10%), nel terzo quadrante in basso, si registrano per calzature (+9,7%).

Nel lato destro della matrice sono invece riportati i principali Paesi di destinazione dell'export marchigiano in base alla crescita del valore, sempre in riferimento all'anno 2021. Nelle posizioni più elevate si individuano Germania (+34,1%), Spagna (+27,1%), Paesi Bassi (+24,0%), Turchia (+22,8%), Austria (+20,8%), Polonia (+20,7%), Francia (+20,2%). Nel secondo quadrante si collocano Cina (+19,4%), Svizzera (+18,6%), Regno Unito (+16,0%), Stati Uniti (+14,0%), Russia (+12,3%). Sul "podio", terzo quadrante in basso, Romania (+6,6%).

Reattività Settori

Reattività Paesi



Fonte: nostre elaborazioni

Tabella 6 – Andamento del valore dell'export delle Marche per Paesi di destinazione. Periodo 2016-2021 (valori assoluti in milioni di euro)

PAESE	2016	2017	2018	2019	2020	2021 provvisorio	Var.% 2020/ 2019	Var.% 2021/ 2020
Germania	1.407,2	1.253,7	1.276,1	1.276,0	1.277,4	1.712,5	0,1%	34,1%
Francia	1.075,8	1.057,9	1.132,8	1.187,4	1.074,5	1.291,5	-9,5%	20,2%
Stati Uniti	755,4	880,2	825,3	974,1	899,8	1.026,1	-7,6%	14,0%
Belgio	1.255,8	1.036,1	988,5	1.170,0	1.138,0	860,7	-2,7%	-24,4%
Spagna	537,3	579,3	598,9	602,9	507,6	645,4	-15,8%	27,1%
Polonia	446,0	446,6	465,8	471,9	444,7	537,0	-5,8%	20,7%
Regno Unito	585,4	549,5	534,5	518,2	406,0	471,1	-21,6%	16,0%
Russia	376,5	424,1	386,3	351,5	273,8	307,4	-22,1%	12,3%
Cina	236,8	291,9	290,1	291,4	252,6	301,6	-13,3%	19,4%
Romania	334,7	299,5	320,9	286,2	265,8	283,4	-7,1%	6,6%
Paesi Bassi	210,3	219,8	223,6	231,0	228,0	282,8	-1,3%	24,0%
Svizzera	350,5	378,5	402,2	318,0	212,3	251,9	-33,2%	18,6%
Austria	176,2	162,4	185,2	191,4	180,4	217,9	-5,7%	20,8%
Turchia	232,1	233,3	214,2	200,7	168,7	207,1	-15,9%	22,8%
Albania	145,2	156,2	177,9	168,2	151,0	186,8	-10,3%	23,7%
Grecia	131,5	116,0	134,5	141,0	125,4	183,2	-11,0%	46,0%
Portogallo	142,6	146,2	139,4	148,1	143,3	169,3	-3,3%	18,2%
Repubblica Ceca	147,8	139,9	159,1	159,0	153,2	152,6	-3,7%	-0,4%
Ungheria	127,1	126,9	139,1	123,7	130,9	151,0	5,8%	15,3%
Emirati Arabi Uniti	185,7	174,8	143,6	141,4	114,8	147,2	-18,8%	28,3%
Arabia Saudita	126,6	121,8	91,8	86,4	122,2	144,9	41,5%	18,6%
Australia	92,9	150,1	96,9	100,4	96,6	120,7	-3,7%	24,9%
Svezia	123,4	118,3	116,2	123,2	110,7	118,1	-10,1%	6,7%
Tunisia	119,8	148,1	138,8	108,7	86,1	109,9	-20,8%	27,6%
Bulgaria	126,8	106,2	115,6	115,7	92,6	107,7	-20,0%	16,3%
Corea del Sud	97,3	97,7	88,0	100,0	96,1	104,6	-3,9%	8,9%
Canada	107,5	81,9	88,5	89,0	115,1	103,9	29,4%	-9,7%
Hong Kong	147,1	133,6	137,2	125,0	85,6	99,6	-31,5%	16,4%
Giappone	109,1	120,5	105,7	123,4	118,5	87,8	-4,0%	-25,9%
Ucraina	78,1	85,8	73,5	76,0	86,4	85,3	13,7%	-1,3%
Altri Paesi	2.031,6	1.995,3	1.957,6	2.235,9	1.707,6	2.092,2	-23,6%	22,5%
MONDO	12.020	11.832	11.748	12.236	10.866	12.561	-11,2%	15,6%

Fonte: elaborazioni su dati Istat

Tabella 7 – Andamento del valore dell’export delle Marche per settori principali. Periodo 2016-2021 (valori assoluti in milioni di euro)

MERCE	2016	2017	2018	2019	2020	2021 provvisorio		Var.% 2020/ 2019	Var.% 2021/ 2020
PRODOTTI DELL'AGRICOLTURA, DELLA SILVICOLTURA E DELLA PESCA	128,0	114,5	103,9	118,8	111,7	114,5		-6,0%	2,6%
PRODOTTI DELLE ATTIVITÀ MANIFATTURIERE	11.827,9	11.658,0	11.556,1	12.040,2	10.681,5	12.285,7		-11,3%	15,0%
Prodotti farmaceutici di base e preparati farmaceutici	1.962,4	1.633,5	1.456,5	1.755,5	1.912,1	1.639,2		8,9%	-14,3%
Macchinari e apparecchi n.c.a.	1.926,9	1.997,2	1.939,2	2.023,3	1.810,1	2.307,3		-10,5%	27,5%
Metalli di base e prodotti in metallo, esclusi macchine e impianti	1.181,2	1.277,0	1.361,3	1.379,6	1.228,5	1.565,9		-11,0%	27,5%
Apparecchi elettrici	1.225,8	1.141,6	1.246,7	1.164,4	1.030,9	1.293,6		-11,5%	25,5%
Calzature	1.453,2	1.432,1	1.379,5	1.285,3	934,4	1.025,2		-27,3%	9,7%
Mobili	534,1	543,7	538,9	531,2	524,4	593,6		-1,3%	13,2%
Articoli in gomma e materie plastiche	543,1	542,6	548,0	563,5	500,3	581,2		-11,2%	16,2%
Sostanze e prodotti chimici	333,7	398,9	387,0	383,8	407,0	479,8		6,0%	17,9%
Articoli di abbigliamento (anche in pelle e in pelliccia)	531,1	520,2	547,7	463,1	362,9	415,2		-21,6%	14,4%
Computer, apparecchi elettronici e ottici	274,7	264,8	282,3	294,9	285,8	276,3		-3,1%	-3,3%
Carta e prodotti di carta	344,9	317,9	289,3	288,3	262,8	288,9		-8,9%	10,0%
Prodotti alimentari	186,7	195,6	213,7	231,5	249,1	274,8		7,6%	10,3%
Cuoio conciato e lavorato; articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria; pellicce preparate e tinte	415,9	415,7	368,9	353,0	238,4	271,6		-32,5%	13,9%
Navi e imbarcazioni	133,3	122,8	54,9	418,6	164,8	283,5		-60,6%	72,0%
Legno e prodotti in legno e sughero (esclusi i mobili); articoli in paglia e materiali da intreccio	92,7	109,4	114,4	119,4	119,4	146,7		0,0%	22,8%

segue...

MERCE	2016	2017	2018	2019	2020	2021 provvisorio		Var.% 2020/ 2019	Var.% 2021/ 2020
Altri prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	85,9	91,6	102,4	100,5	103,0	123,5		2,5%	19,9%
Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	90,0	99,1	131,0	126,3	102,7	116,7		-18,7%	13,7%
Prodotti tessili	98,7	94,4	102,3	98,5	80,1	89,7		-18,7%	12,0%
Giochi e giocattoli	63,2	66,6	71,4	75,7	76,5	96,7		1,0%	26,4%
Bevande	55,1	57,1	65,4	71,0	61,1	63,5		-13,9%	3,9%
Strumenti musicali	54,6	53,8	52,8	50,1	45,5	53,5		-9,4%	17,7%
Coke e prodotti petroliferi raffinati	106,5	152,8	172,2	117,5	41,4	138,9		-64,7%	235,3%
Mezzi di trasporto n.c.a.	19,3	21,5	23,1	30,1	33,3	41,6		10,8%	24,8%
Articoli sportivi	19,0	19,2	22,0	24,9	25,2	30,1		1,5%	19,2%
Strumenti e forniture mediche e dentistiche	21,6	18,8	18,0	19,9	16,8	16,3		-15,3%	-3,3%
Aeromobili, veicoli spaziali e relativi dispositivi	6,2	7,0	8,6	11,4	15,3	14,8		33,4%	-2,8%
Gioielleria, bigiotteria e articoli connessi; pietre preziose lavorate	26,2	20,5	19,2	17,3	11,9	13,9		-31,1%	17,0%
Altri prodotti delle industrie manifatturiere	41,8	42,5	39,2	41,6	37,8	43,6		-9,1%	15,3%
ALTRI SETTORI	64,1	59,7	87,5	76,8	72,6	160,8		-5,5%	121,6%
TOTALE	12.020	11.832	11.748	12.236	10.866	12.561		-11,2%	15,6%

Fonte: elaborazioni su dati Istat

ANALISI EXPORT DEI SETTORI INDIVIDUATI NELLA STRATEGIA DI SPECIALIZZAZIONE

Nelle tabelle seguenti 8-13 sono illustrati i dati relativi al valore dell'export delle principali categorie di prodotti rientranti nei settori individuati nella strategia di specializzazione della regione Marche. Date le ripercussioni negative della pandemia verificatesi nel 2020, è stato considerato il valore cumulato del biennio 2019-2020 al fine di evidenziare i principali mercati. Nello specifico, si possono osservare i seguenti top 10 partner commerciali per ciascun sistema:

- **CASA:** Francia (610,6 milioni, valore export cumulato anni 2019+2020), Germania (426,4), Stati Uniti (277,4), Spagna (218,2), Polonia (196,8), Regno Unito (190,0), Russia (166,5), Romania (151,7), Svizzera (115,4), Paesi Bassi (103,0).
- **MODA:** Germania (503,2 milioni), Francia (432,6), Russia (266,5), Stati Uniti (250,8), Regno Unito (198,0), Svizzera (195,7), Cina (185,2), Belgio (140,8), Hong Kong (139,1), Albania (123,2).
- **MECCANICA:** Germania (986,6 milioni), Francia (947,4), Stati Uniti (738,1), Polonia (535,7), Spagna (530,9), Regno Unito (407,0), Romania (285,0), Cipro (193,3 milioni, dei quali 175,7 riferiti a imbarcazioni), Austria (185,9), Svizzera (184,8), Paesi Bassi (183,5).
- **ALIMENTARE:** Francia (164,5 milioni), Stati Uniti (151,3), Germania (146,0), Spagna (77,1), Austria (69,6), Regno Unito (63,6), Polonia (54,9), Paesi Bassi (47,9), Bulgaria (42,1), Albania (33,8).
- **SALUTE:** Belgio (1.809,6 milioni), Stati Uniti (514,7), Germania (366,9), Francia (129,8), Spagna (108,8), Ungheria (79,4), Polonia (76,8), Regno Unito (56,2), Romania (53,5), Austria (53,5).
- **CULTURA-EDUCAZIONE:** Germania (140,6 milioni), Francia (139,7), Spagna (45,1), Turchia (40,6), Regno Unito (39,1), Repubblica Ceca (35,2), Stati Uniti (33,0), Grecia (31,8), Polonia (30,6), Belgio (26,6).

L'osservazione dei dati consente di evidenziare interessanti opportunità di crescita in relazione a comparti affini o complementari rispetto a quelli che mostrano un certo grado di penetrazione dei Paesi-mercati. Ciò avvalorla la strategia di presentare e promuovere un sistema di competenze, al fine di valorizzare un'offerta più completa e cogliere a pieno le potenzialità dei Paesi-mercati.

Tabella 8 – Valore dell’export marchigiano relativo ai principali comparti del SISTEMA CASA suddiviso per Paesi. Valore cumulato anni 2019 + 2020, e anno 2020 (milioni di euro)

PAESE	Legno tagliato e piallato	Prodotti in legno, sughero, paglia e materiali da intreccio	Mobili	Apparecchi per uso domestico	Articoli in gomma	Articoli in materie plastiche	Elementi da costruzione in metallo	Cisterne, serbatoi, radiatori e contenitori in metallo	Tubi, condotti, profilati cavi e relativi accessori in acciaio (esclusi quelli in acciaio colato)
Francia	0,4	125,3	185,3	93,7	13,4	103,9	14,0	51,3	4,7
Germania	1,8	11,1	75,2	161,7	14,6	121,2	1,5	5,4	4,8
Stati Uniti	0,2	12,1	169,5	54,5	0,4	18,7	3,5	3,0	0,8
Spagna	0,1	3,9	31,3	71,1	10,7	62,1	3,7	26,6	1,1
Polonia	0,0	2,3	19,3	58,2	28,3	54,8	0,6	26,7	1,8
Regno Unito	0,4	1,9	61,2	55,7	1,7	47,9	3,9	11,5	0,9
Russia	0,0	1,9	54,2	69,8	3,5	11,5	0,1	22,6	0,1
Romania	0,2	2,8	14,2	20,9	20,5	23,1	1,5	64,8	0,4
Svizzera	0,7	8,7	33,6	43,4	4,3	14,7	3,0	0,5	1,3
Paesi Bassi	0,1	8,8	17,2	43,2	2,3	25,1	0,4	2,4	0,6
Turchia	0,0	0,6	2,6	7,4	1,5	20,7	0,1	54,9	0,4
Cina	0,4	5,3	41,3	7,0	3,7	7,2	0,4	16,9	0,1
Emirati Arabi Uniti	0,0	2,4	25,8	41,5	0,3	10,7	0,0	1,6	0,2
Arabia Saudita	0,0	0,6	19,1	45,1	0,2	3,4	0,2	1,5	0,5
Belgio	0,1	2,2	16,1	23,9	0,8	19,8	0,2	4,1	2,2
Ungheria	0,0	2,1	5,5	11,7	3,6	20,6	0,4	21,4	0,0
Grecia	0,1	3,4	6,0	7,3	1,0	19,0	0,2	23,5	0,3
Repubblica ceca	0,1	0,8	4,6	16,3	6,2	16,0	0,0	4,6	0,0
Portogallo	0,0	1,0	3,2	4,7	10,2	33,3	0,1	0,4	0,0
Slovenia	0,1	0,4	3,9	6,8	2,4	11,2	0,7	0,1	0,0
Svezia	0,0	0,6	6,3	29,8	0,4	7,6	0,0	0,2	0,0
Ucraina	0,0	1,6	9,7	16,2	2,0	7,7	0,0	5,7	0,2
Canada	0,0	0,8	16,0	5,7	0,9	5,7	0,0	13,1	0,0
Slovacchia	0,1	0,1	2,3	4,2	11,8	17,9	0,1	2,2	0,2
Australia	0,3	1,2	5,4	18,4	0,1	8,2	0,5	0,3	0,7
Austria	0,2	1,3	5,5	9,2	3,8	10,3	0,2	0,8	1,3
Tunisia	0,1	0,3	1,3	3,7	1,3	17,4	0,6	5,0	0,0
Marocco	0,0	0,6	6,8	12,5	0,8	6,6	0,1	0,4	0,0
Messico	0,0	0,2	7,9	7,3	2,4	8,5	0,0	0,0	0,1
Malta	0,2	0,5	18,4	2,4	0,2	1,5	0,4	1,1	0,1

Segue...

PAESE	Vetro e prodotti in vetro	Prodotti refrattari	Materie da costruzione in terracotta	Altri prodotti in porcellana e in ceramica	Cemento, calce e gesso	Prodotti in calcestruzzo, cemento e gesso	Pietre tagliate, modellate e finite	Prodotti abrasivi e di minerali non metaliferi n.c.a.	TOTALE VALORE EXPORT 2019+ 2020	TOTALE ANNO 2020
Francia	11,8	0,1	0,7	1,1	0,0	2,6	1,5	0,7	610,6	297,2
Germania	24,9	0,0	0,7	0,9	0,0	0,2	0,9	1,3	426,4	215,3
Stati Uniti	4,8	0,0	0,1	0,5	0,0	1,3	1,9	6,1	277,4	132,9
Spagna	4,8	0,0	0,1	0,3	0,0	1,2	0,1	0,9	218,2	101,6
Polonia	4,4	0,0	0,0	0,2	0,0	0,1	0,0	0,2	196,8	97,5
Regno Unito	2,1	0,0	0,0	0,4	0,0	0,2	0,4	1,5	190,0	90,5
Russia	1,1	0,0	0,2	0,8	0,0	0,1	0,5	0,1	166,5	76,6
Romania	0,7	0,0	0,1	0,1	0,0	2,2	0,0	0,2	151,7	76,0
Svizzera	2,5	0,1	0,3	0,3	0,0	0,5	1,4	0,2	115,4	56,4
Paesi Bassi	2,4	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	103,0	53,8
Turchia	6,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,7	0,4	0,6	96,1	46,6
Cina	1,3	0,0	0,4	0,1	0,0	0,1	0,7	0,0	85,0	44,0
Emirati Arabi Uniti	1,1	0,0	0,0	0,4	0,0	0,2	0,1	0,2	84,6	41,2
Arabia Saudita	0,4	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6	72,7	36,6
Belgio	0,7	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,8	71,2	34,2
Ungheria	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	0,9	66,5	30,0
Grecia	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,6	62,0	28,4
Repubblica ceca	5,7	0,0	0,6	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	55,3	26,9
Portogallo	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,4	54,5	25,4
Slovenia	19,5	0,0	0,0	0,1	0,0	0,4	0,0	0,9	46,4	23,3
Svezia	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	46,1	25,4
Ucraina	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,4	43,7	22,9
Canada	0,5	0,0	0,0	0,1	0,0	0,2	0,1	0,0	43,2	24,7
Slovacchia	2,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	41,5	17,2
Australia	1,1	0,0	0,0	0,1	0,0	1,9	0,2	1,2	39,6	21,3
Austria	1,2	0,0	0,1	0,1	0,0	0,2	0,0	1,0	35,1	18,2
Tunisia	0,2	0,0	0,0	0,1	0,0	0,2	0,0	0,0	30,2	14,1
Marocco	0,1	0,0	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	28,4	13,3
Messico	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,1	0,3	27,5	10,1
Malta	0,4	0,0	0,1	0,0	0,0	0,2	0,2	0,6	26,1	11,4

Fonte: nostre elaborazioni su dati Istat

Tabella 9 – Valore dell’export marchigiano relativo ai principali comparti del SISTEMA MODA suddiviso per Paesi. Valore cumulato anni 2019 + 2020, e anno 2020 (milioni di euro)

PAESE	Prodotti tessili	Articoli di abbigliamento (anche in pelle e in pelliccia)	Cuoio conciato e lavorato; articoli da viaggio, borse, pelletteria e selleria; pellicce preparate e tinte	Calzature	Saponi e detergenti, prodotti per la pulizia e la lucidatura, profumi e cosmetici	Fibre sintetiche e artificiali	Gioielleria, bigiotteria e articoli connessi; pietre preziose lavorate	TOTALE VALORE EXPORT 2019+ 2020	TOTALE ANNO 2020
Germania	7,7	100,5	25,1	360,0	8,7	0,3	1,0	503,2	224,6
Francia	9,6	151,9	41,0	210,5	17,6	0,1	2,0	432,6	203,1
Russia	3,0	44,0	17,2	195,3	6,8	0,0	0,3	266,5	114,4
Stati Uniti	3,4	47,3	22,0	164,6	10,5	0,1	2,9	250,8	92,7
Regno Unito	10,4	37,3	32,6	111,7	5,4	0,0	0,6	198,0	73,0
Svizzera	0,8	42,9	18,7	131,4	1,7	0,0	0,1	195,7	53,8
Cina	12,8	22,9	22,9	124,6	1,2	0,2	0,6	185,2	83,9
Belgio	0,4	13,7	6,5	118,3	1,4	0,0	0,4	140,8	63,7
Hong Kong	8,5	50,8	22,2	53,8	3,1	0,1	0,7	139,1	51,8
Albania	19,5	27,7	57,6	14,6	3,5	0,0	0,2	123,2	54,7
Spagna	3,5	27,3	16,9	55,5	5,8	0,0	2,4	111,4	45,4
Paesi Bassi	0,8	17,1	6,2	72,0	3,4	0,0	0,4	99,9	45,3
Giappone	3,8	33,5	27,7	32,8	0,8	0,0	0,6	99,2	43,5
Corea del Sud	6,6	27,1	18,2	44,4	1,3	0,0	0,3	98,0	43,1
Romania	23,5	3,9	38,1	26,8	4,1	0,1	0,2	96,7	39,7
Bulgaria	12,5	1,6	38,4	26,6	2,0	0,0	0,2	81,3	35,4
Polonia	2,2	5,9	20,8	35,6	4,7	0,0	4,9	74,2	38,0
Ucraina	2,1	35,3	2,1	22,6	2,6	0,0	0,6	65,3	38,4
Austria	0,6	8,0	5,3	35,6	1,2	0,0	0,0	50,8	22,7
Portogallo	4,6	1,4	28,2	12,5	1,8	0,0	1,8	50,3	22,0
Danimarca	0,3	22,0	1,4	18,9	0,3	0,0	0,0	43,0	18,1
Tunisia	8,5	2,6	18,2	8,9	0,4	0,0	0,0	38,6	16,2
Canada	0,4	7,8	2,9	25,8	0,4	0,0	0,3	37,6	15,5
Svezia	0,5	19,3	2,9	9,4	0,8	0,0	0,1	33,0	14,8
Turchia	2,6	5,9	3,2	16,9	2,2	0,1	0,3	31,2	13,0
Grecia	1,4	4,5	2,9	19,4	1,3	0,0	0,2	29,7	12,2
Emirati Arabi Uniti	0,2	2,5	4,4	19,5	2,5	0,0	0,4	29,4	13,2
Repubblica ceca	0,3	14,0	1,8	10,7	0,9	0,0	0,9	28,6	13,4
India	1,6	0,2	19,7	3,3	1,5	0,0	0,1	26,4	9,0
Taiwan	0,3	2,4	5,4	16,3	1,0	0,0	0,1	25,5	10,1

Fonte: nostre elaborazioni su dati Istat

Tabella 10 – Valore dell’export marchigiano relativo ai principali comparti del SISTEMA MECCANICA suddiviso per Paesi. Valore cumulato anni 2019 + 2020, e anno 2020 (milioni di euro)

PAESE	Macchinari e apparecchi n.c.a.	Prodotti della metallurgia	Prodotti in metallo, esclusi macchinari e attrezzature	Articoli in gomma e materie plastiche	Autoveicoli, rimorchi e semirimorchi	Navi e imbarcazioni
Germania	304,4	196,8	202,1	135,8	37,8	0,0
Francia	353,5	145,8	214,0	117,4	41,6	21,2
Stati Uniti	413,2	56,4	202,8	19,1	3,5	17,1
Polonia	256,7	42,5	87,0	83,1	11,6	0,0
Spagna	220,0	97,0	107,6	72,8	12,4	1,2
Regno Unito	205,4	23,2	62,7	49,6	25,3	2,8
Romania	82,3	11,7	85,9	43,6	14,1	0,0
Cipro	6,5	0,6	5,1	3,6	0,4	175,7
Austria	121,0	24,6	13,8	14,0	2,4	0,0
Svizzera	70,3	39,9	36,5	19,0	2,4	1,3
Paesi Bassi	103,0	14,1	23,2	27,4	2,4	0,0
Belgio	85,9	18,7	27,9	20,6	7,0	0,0
Russia	81,9	4,6	54,5	15,0	0,2	0,0
Cina	105,0	0,5	32,1	10,9	2,3	0,0
Turchia	64,1	3,9	62,6	22,2	8,2	0,0
Repubblica ceca	56,9	19,4	39,0	22,2	5,2	0,0
Portogallo	54,6	18,0	15,0	43,5	5,1	0,0
Albania	18,4	3,1	47,0	10,4	3,2	0,0
Ungheria	33,6	5,1	45,4	24,1	2,2	0,0
Slovacchia	34,2	11,0	22,5	29,7	1,8	0,0
Tunisia	12,0	5,8	20,4	18,7	1,2	0,0
Grecia	34,3	4,6	38,5	20,0	2,4	0,0
Australia	73,9	1,0	7,4	8,2	1,5	0,8
Svezia	54,3	8,9	10,8	7,9	0,4	0,0
Brasile	53,9	17,9	6,7	3,6	0,4	0,0
Canada	38,8	0,5	22,8	6,6	0,3	0,0
Bulgaria	47,6	2,3	10,8	7,9	1,6	0,0
Messico	30,6	0,9	16,2	10,8	1,7	0,0
Slovenia	32,2	6,3	7,0	13,7	1,5	2,0
Emirati Arabi Uniti	27,4	2,4	6,2	11,0	0,2	0,0
Giappone	34,7	3,6	2,4	3,7	0,1	12,8
Danimarca	36,7	3,4	9,8	2,2	0,7	0,0
India	43,0	0,9	5,3	4,7	0,6	0,0
Arabia Saudita	27,3	4,5	15,2	3,6	0,0	0,0

Segue...

PAESE	Motori, generatori e trasformatori elettrici; apparecchiature per la distribuzione e il controllo dell'elettricità	Batterie di pile e accumulatori elettrici	Apparecchiature di cablaggio	Apparecchiature per illuminazione	TOTALE VALORE EXPORT 2019+2020	TOTALE ANNO 2020
Germania	26,1	0,1	63,5	20,0	986,6	479,0
Francia	15,8	0,2	18,2	19,9	947,4	446,4
Stati Uniti	22,6	0,1	1,8	1,5	738,1	336,4
Polonia	37,8	0,2	13,6	3,1	535,7	250,4
Spagna	6,3	0,6	0,7	12,5	530,9	234,1
Regno Unito	8,4	0,1	12,0	17,4	407,0	175,6
Romania	13,4	0,8	32,0	1,1	285,0	140,8
Cipro	0,9	0,0	0,0	0,5	193,3	7,0
Austria	5,5	0,1	3,0	1,4	185,9	96,1
Svizzera	2,3	0,1	0,4	12,6	184,8	86,4
Paesi Bassi	7,7	0,2	3,1	2,4	183,5	91,1
Belgio	4,1	0,1	5,9	6,7	177,1	83,2
Russia	3,4	0,0	6,3	9,2	175,2	80,7
Cina	16,2	0,0	1,7	4,8	173,5	73,5
Turchia	8,3	0,0	1,1	0,8	171,4	83,1
Repubblica ceca	6,4	0,0	0,9	1,8	151,7	70,6
Portogallo	6,0	0,2	0,6	0,8	143,8	69,3
Albania	38,5	0,0	0,6	0,5	121,6	60,0
Ungheria	2,2	0,0	0,1	1,1	113,9	51,3
Slovacchia	0,5	0,3	12,6	0,8	113,2	51,8
Tunisia	26,9	0,0	22,0	0,0	107,0	50,3
Grecia	2,9	0,4	2,1	1,2	106,4	48,2
Australia	1,2	0,0	0,1	5,3	99,5	47,9
Svezia	1,9	0,3	0,1	5,6	90,1	37,4
Brasile	1,4	0,0	0,3	0,9	85,0	39,9
Canada	1,6	0,0	0,2	6,0	76,8	40,5
Bulgaria	4,9	0,1	1,0	0,2	76,3	31,8
Messico	9,5	0,0	0,2	1,0	71,0	29,4
Slovenia	2,6	0,1	0,7	0,8	66,9	30,9
Emirati Arabi Uniti	1,3	0,0	0,8	10,2	59,6	26,9
Giappone	0,5	0,0	0,0	0,8	58,7	19,2
Danimarca	0,9	0,0	0,5	4,0	58,4	25,5
India	2,5	0,0	0,1	1,3	58,3	23,7
Arabia Saudita	1,2	0,1	0,4	4,7	57,1	33,6

Fonte: nostre elaborazioni su dati Istat

Tabella 11 – Valore dell’export marchigiano relativo ai principali comparti del SISTEMA ALIMENTARE suddiviso per Paesi. Valore cumulato anni 2019 + 2020, e anno 2020 (milioni di euro)

PAESE	Prodotti alimentari	Bevande	Agrofarmaci e altri prodotti chimici per l'agricoltura	Macchine per l'agricoltura e la silvicoltura	TOTALE VALORE EXPORT 2019+2020	TOTALE ANNO 2020
Francia	44,4	2,6	0,3	117,3	164,5	99,6
Stati Uniti	38,2	21,1	0,1	91,9	151,3	78,5
Germania	66,1	11,5	0,0	68,3	146,0	87,2
Spagna	20,4	0,5	0,2	56,0	77,1	41,7
Austria	16,3	1,5	0,0	51,7	69,6	45,1
Regno Unito	22,3	7,5	0,0	33,8	63,6	38,7
Polonia	2,6	0,4	0,0	51,9	54,9	37,3
Paesi Bassi	16,1	6,3	0,0	25,5	47,9	26,8
Bulgaria	3,7	3,0	0,0	35,4	42,1	17,8
Albania	31,3	2,2	0,0	0,2	33,8	17,9
Grecia	27,8	0,3	0,0	5,4	33,4	15,4
Giappone	4,5	9,1	0,0	18,5	32,1	14,9
Belgio	10,7	7,8	0,0	10,8	29,3	14,6
Portogallo	2,4	0,4	0,0	23,7	26,5	16,6
Svezia	3,2	12,0	0,0	10,5	25,7	13,6
Corea del Sud	15,9	1,5	0,0	7,7	25,1	13,8
Repubblica ceca	4,5	3,8	0,0	16,0	24,4	10,8
Slovenia	5,6	0,0	0,0	15,7	21,4	8,6
Australia	2,0	1,6	0,0	17,0	20,7	10,3
Arabia Saudita	20,0	0,0	0,0	0,3	20,3	17,6
Svizzera	11,0	6,5	0,2	0,9	18,7	9,1
Israele	10,1	0,6	0,0	6,3	17,0	9,0
Romania	5,7	1,1	0,0	7,4	14,2	6,9
Danimarca	3,3	1,3	0,0	6,8	11,4	5,5
Canada	4,4	6,2	0,0	0,6	11,2	6,1
Ungheria	2,5	0,0	0,0	8,1	10,6	4,7
Egitto	3,1	0,0	0,0	7,4	10,5	4,9
Turchia	8,7	0,0	0,1	0,8	9,5	3,9
Cina	1,3	6,4	0,0	1,6	9,3	4,3
Russia	0,8	3,0	0,0	5,3	9,1	4,6
Irlanda	1,8	0,3	0,0	6,2	8,3	5,4
Ucraina	1,0	0,9	0,0	4,4	6,2	3,1
Messico	0,4	0,3	0,0	4,2	5,0	2,6
Hong Kong	4,2	0,6	0,0	0,0	4,8	2,6
Sudafrica	1,0	0,0	0,0	3,3	4,3	1,8
Slovacchia	0,5	0,3	0,1	3,2	4,1	1,8
Algeria	2,7	0,0	0,0	1,1	3,9	1,4
Taiwan	0,7	0,4	0,0	2,2	3,4	2,2
Cile	1,0	0,0	0,0	1,8	2,9	1,8

Fonte: nostre elaborazioni su dati Istat

Tabella 12 – Valore dell’export marchigiano relativo ai principali comparti del SISTEMA SALUTE suddiviso per Paesi. Valore cumulato anni 2019 + 2020, e anno 2020 (milioni di euro)

PAESE	Prodotti farmaceutici di base e preparati farmaceutici	Strumenti per irradiazione, apparecchiature elettromedicali ed elettroterapeutiche	Articoli sportivi	Strumenti e forniture mediche e dentistiche	TOTALE VALORE EXPORT 2019+2020	TOTALE ANNO 2020
Belgio	1.808,5	0,0	0,5	0,5	1.809,6	873,8
Stati Uniti	510,6	1,8	1,3	1,1	514,7	290,4
Germania	360,8	0,2	2,9	3,1	366,9	211,8
Francia	120,2	0,0	7,4	2,2	129,8	69,0
Spagna	103,4	0,3	1,9	3,3	108,8	56,4
Ungheria	78,5	0,0	0,6	0,3	79,4	47,8
Polonia	72,5	0,0	2,0	2,3	76,8	34,8
Regno Unito	53,4	0,1	1,5	1,1	56,2	29,1
Romania	51,3	0,0	1,7	0,5	53,5	23,9
Austria	52,9	0,0	0,2	0,4	53,5	25,7
Cina	44,0	1,3	0,5	1,1	47,0	26,1
Canada	43,7	0,0	0,2	0,2	44,1	33,8
Repubblica ceca	40,9	0,0	0,6	0,7	42,2	23,0
Giappone	39,0	0,0	0,1	0,0	39,1	36,9
Grecia	32,0	0,0	1,2	2,6	35,8	19,2
Portogallo	26,6	0,0	0,4	0,7	27,7	15,4
Svezia	23,5	0,0	0,9	0,1	24,6	11,8
Russia	19,5	0,0	0,6	1,2	21,3	6,0
Paesi Bassi	15,1	0,0	3,0	0,9	19,0	10,1
Australia	17,1	0,0	0,6	0,3	18,0	8,8
Finlandia	14,9	0,3	0,3	0,5	16,0	7,3
Irlanda	14,6	0,0	0,0	0,1	14,7	10,7
Messico	11,6	0,0	0,6	0,1	12,3	6,4
Danimarca	8,7	0,5	0,2	2,4	11,7	5,4
Hong Kong	9,8	0,0	0,4	1,1	11,4	5,0
Thailandia	9,2	0,0	0,2	0,0	9,3	5,2
Lituania	8,4	0,0	0,2	0,1	8,7	6,4
Corea del Sud	7,6	0,7	0,0	0,2	8,5	5,0
Taiwan	4,1	1,9	0,4	0,1	6,5	3,6
Svizzera	4,7	0,4	0,8	0,5	6,4	3,3
Sudafrica	5,4	0,0	0,0	0,1	5,5	3,0
Singapore	5,3	0,0	0,0	0,1	5,4	2,8
Brasile	4,1	0,0	0,0	0,3	4,4	1,9

Fonte: nostre elaborazioni su dati Istat

Tabella 13 – Valore dell’export marchigiano relativo ai principali comparti del Sistema CULTURA-EDUCAZIONE suddiviso per Paesi. Valore cumulato anni 2019 + 2020, e anno 2020 (milioni di euro)

PAESE	Carta e prodotti di carta	Prodotti della stampa e della riproduzione di supporti registrati	Computer e unità periferiche	Prodotti di elettronica di consumo audio e video	Strumenti musicali	Giochi e giocattoli
Germania	68,6	0,0	1,9	30,4	14,2	24,4
Francia	93,9	0,0	9,0	3,2	5,9	25,6
Spagna	26,1	0,0	0,6	1,7	2,4	13,7
Turchia	34,9	0,0	0,7	0,8	0,5	3,4
Regno Unito	19,5	0,0	1,1	4,8	1,9	10,8
Repubblica ceca	9,5	0,0	0,0	22,8	1,0	1,6
Stati Uniti	10,7	0,0	1,5	4,9	11,8	2,2
Grecia	25,5	0,0	0,8	0,9	0,8	3,7
Polonia	2,7	0,0	0,8	2,5	2,1	21,3
Belgio	16,4	0,0	0,1	0,4	3,4	6,1
Paesi Bassi	10,7	0,0	0,6	1,2	2,2	4,4
Romania	13,1	0,0	0,8	1,0	1,8	0,5
Svizzera	10,1	0,0	0,7	1,4	1,9	1,7
Marocco	15,1	0,0	0,0	0,4	0,0	0,6
Cina	4,3	0,0	0,1	5,9	5,5	0,1
Tunisia	6,8	0,0	0,2	0,4	7,8	0,1
Slovacchia	3,6	0,0	0,1	6,5	0,1	4,5
Svezia	5,4	0,0	0,2	2,3	4,3	1,9
Australia	12,3	0,0	0,0	0,6	0,5	0,5
Bulgaria	10,5	0,0	0,2	0,8	0,8	0,8
Austria	7,8	0,0	0,0	1,7	3,1	0,2
Hong Kong	1,5	0,0	0,2	0,2	7,9	0,6
Danimarca	8,4	0,0	0,1	1,6	0,2	0,3
Portogallo	3,8	0,0	0,2	0,3	0,9	4,6
Indonesia	9,0	0,0	0,1	0,2	0,1	0,1
Albania	7,1	0,0	0,3	0,3	0,1	0,1
Ungheria	2,1	0,0	0,0	2,8	1,0	1,3
Israele	5,5	0,0	0,2	0,2	0,6	0,6
Corea del Sud	1,3	0,0	0,3	0,8	4,2	0,0
Algeria	6,3	0,0	0,0	0,5	0,0	0,1
Irlanda	5,0	0,0	0,0	0,0	0,3	1,5

Segue...

PAESE	Prodotti delle attività creative, artistiche e d'intrattenimento	Libri, periodici e prodotti di altre attività editoriali	Giochi per computer e altri software a pacchetto	Prodotti delle attività cinematografiche, video e televisive	Prodotti dell'editoria musicale e supporti per la registrazione sonora	TOTALE VALORE EXPORT 2019+2020	TOTALE ANNO 2020
Germania	0,0	0,9	0,0	0,1	0,0	140,6	69,9
Francia	0,8	1,0	0,0	0,2	0,0	139,7	61,9
Spagna	0,1	0,6	0,0	0,0	0,0	45,1	20,4
Turchia	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	40,6	20,0
Regno Unito	0,1	0,6	0,0	0,3	0,0	39,1	17,8
Repubblica ceca	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	35,2	19,6
Stati Uniti	0,2	1,7	0,0	0,0	0,0	33,0	17,2
Grecia	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	31,8	19,0
Polonia	0,0	0,8	0,0	0,4	0,0	30,6	14,2
Belgio	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	26,6	11,2
Paesi Bassi	0,0	0,2	0,0	0,1	0,0	19,4	9,9
Romania	0,0	0,3	0,0	0,0	0,1	17,6	7,1
Svizzera	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	16,9	8,3
Marocco	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0	16,8	7,5
Cina	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	16,0	7,0
Tunisia	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	15,8	8,2
Slovacchia	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	15,2	6,7
Svezia	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	14,3	7,3
Australia	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	14,0	6,7
Bulgaria	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	13,5	4,2
Austria	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	12,9	5,7
Hong Kong	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	10,6	5,0
Danimarca	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	10,6	5,6
Portogallo	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0	10,1	6,9
Indonesia	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	9,5	0,2
Albania	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	8,3	4,1
Ungheria	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	7,3	4,2
Israele	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	7,2	3,3
Corea del Sud	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0	7,0	2,9
Algeria	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,9	3,0
Irlanda	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,9	3,6

Fonte: nostre elaborazioni su dati Istat

3. ANALISI “ATTRATTIVITA’ MERCATO” – “COMPETITIVITA’ MARCHE”

Ai fini dell’individuazione dei Paesi-mercati verso i quali indirizzare le attività di internazionalizzazione della Regione Marche, è utile ricorrere al modello di analisi di attrattività (del mercato) e competitività (dei sistemi produttivi marchigiani). Nell’analisi sono stati considerati i primi 30 Paesi per valore dell’export marchigiano considerando i dati cumulati degli anni 2019+2020, con riguardo ai settori rappresentativi degli ambiti di specializzazione individuati dalla Regione Marche (come evidenziato in precedenza): sistemi casa, moda, meccanica, alimentare, salute, cultura-educazione.

Per calcolare l’indice di attrattività dei Paesi sono state considerate le seguenti variabili e fonti dei dati:

- Tasso medio di crescita del PIL con riferimento al periodo 2021-2024 (fonte: Fondo Monetario Internazionale); fino a 10 punti
- Popolazione residente nell’anno 2020 (fonte: Banca Mondiale); fino a 10 punti
- Reddito pro-capite nell’anno 2019 (fonte: Banca Mondiale); fino a 10 punti
- Rapporto Debito/PIL 2021 (fonte: Fondo Monetario Internazionale); fino a 10 punti
- Importazioni complessive della categoria di prodotti rientranti tra i settori di specializzazione delle Marche (fonte: Banca Mondiale); fino a 20 punti
- Export Opportunity Index (fonte: SACE); fino a 20 punti
- Previsioni crescita delle importazioni dall’Italia periodo 2021-2024 (fonte: SACE); fino a 20 punti.

Il calcolo dell’indice di competitività delle Marche con riferimento ai singoli sistemi produttivi è stato effettuato sulla base delle seguenti variabili e fonti dei dati:

- Valore dell’export complessivo dalle Marche verso il Paese, dati cumulati anni 2017+2018+2019 (fonte: dati Istat); fino a 20 punti
- Quota % delle Marche sul valore delle importazioni complessive del Paese nel 2019 (fonte: dati Istat); fino a 20 punti
- Quota % delle Marche sul valore complessivo delle importazioni del Paese dall’Italia nel 2019 (fonte: dati Istat); punteggio fino a 20
- Quota % delle Marche sul valore delle importazioni del Paese dall’Italia nel 2019, relativo ai comparti degli ambiti di specializzazione della regione (fonte: dati Istat); punteggio fino a 40 punti

Per ogni Paese sono stati calcolati i relativi indici, per i quali il valore massimo raggiungibile è 100 punti dato dalla sommatoria dei dati riferiti alle variabili sopra illustrate; tali punteggi sono visibili nelle tabelle di seguito riportate. Per la realizzazione dei grafici, tali valori sono stati tradotti su una scala da 1 (minimo) a 5 (massimo) al fine di evidenziare il posizionamento sempre rispetto al grado di attrattività del Paese e di competitività delle Marche con riferimento ad ogni sistema di specializzazione produttiva.

Come già evidenziato, l’analisi sarà oggetto di sistematiche revisioni supportate dagli aggiornamenti dei dati che saranno resi disponibili dalle massime fonti accreditate (in particolare FMI e Banca Mondiale), al fine di una maggiore coerenza tra l’evoluzione dei contesti e le decisioni riguardanti strategie ed azioni. Si chiarisce inoltre che il modello di analisi attrattività-competitività va letto non nell’ottica di escludere determinati Paesi-mercati dalle azioni di promozione della Regione, bensì di supportare la definizione di obiettivi e interventi diretti a cogliere le opportunità di crescita in mercati con potenzialità di sviluppo e/o ad incrementare la competitività dei sistemi produttivi marchigiani. Con riguardo al primo aspetto, si deve notare che nell’indice di attrattività sono ricomprese due variabili (valori ottenuti da fonte SACE), con un peso significativamente alto, che si riferiscono proprio alle prospettive di crescita dell’export verso i Paesi-mercati.

SISTEMA CASA

PAESI	ATTRATTIVITA' PAESE								COMPETITIVITA' MARCHE				
	Tasso medio crescita PIL 2021-2024	Popolazione (2020)	Reddito pro-capite (2019)	Rapporto Debito/PIL 2021	Importazioni categoria prodotti specializ.	Export opportunity Index (SACE)	Crescita import da Italia 2021-2024(SACE)	Punteggio	Valore export Marche (2017+2018+2019)	% Marche su tot import Paese (2019)	% Marche su tot import da Italia (2019)	% Marche su tot import da Italia settori	Punteggio
Francia	5	10	10	2,5	20	15	15	77,5	20	20	15	30	85
Germania	2,5	10	10	7,5	20	20	15	85,0	20	15	15	20	70
Stati Uniti	5	10	10	2,5	20	20	15	82,5	20	10	15	30	75
Spagna	7,5	10	7,5	2,5	15	15	20	77,5	20	20	15	30	85
Polonia	7,5	7,5	5	7,5	20	20	20	87,5	20	20	20	40	100
Regno Unito	5	10	10	2,5	15	15	10	67,5	20	15	15	30	80
Russia*	0	10	2,5	10	20	15	20	77,5	20	15	20	40	95
Romania	7,5	5	5	7,5	5	15	10	55	15	20	20	40	95
Svizzera	2,5	2,5	10	10	5	20	10	60	20	15	10	30	75
Paesi Bassi	5	5	10	7,5	15	20	15	77,5	15	10	10	30	65
Turchia	10	10	2,5	10	5	15	15	67,5	15	15	15	40	85
Cina	10	10	2,5	7,5	20	20	15	85	15	5	15	30	65
Emirati Arabi Uniti	7,5	2,5	10	10	5	20	20	75	10	10	20	40	80
Arabia Saudita	7,5	7,5	5	10	0	15	10	55	10	10	15	40	75
Belgio	5	5	10	2,5	15	20	20	77,5	20	20	20	20	80
Ungheria	7,5	2,5	5	5	5	15	20	62,5	10	15	15	40	80
Grecia	7,5	5	5	0	0	15	10	42,5	10	20	20	40	90
Repubblica ceca	7,5	5	5	10	15	20	15	77,5	10	15	15	30	70
Portogallo	5	5	5	2,5	10	15	15	57,5	10	20	20	40	90
Slovenia	7,5	2,5	7,5	5	5	15	15	57,5	5	20	10	30	65
Svezia	5	5	10	10	20	20	15	85	10	10	15	30	65
Canada	5	7,5	10	2,5	20	15	20	80	10	5	15	30	60
Slovacchia	7,5	2,5	5	7,5	10	15	15	62,5	5	15	15	40	75
Australia	5	7,5	10	7,5	10	15	15	70	10	10	15	30	65

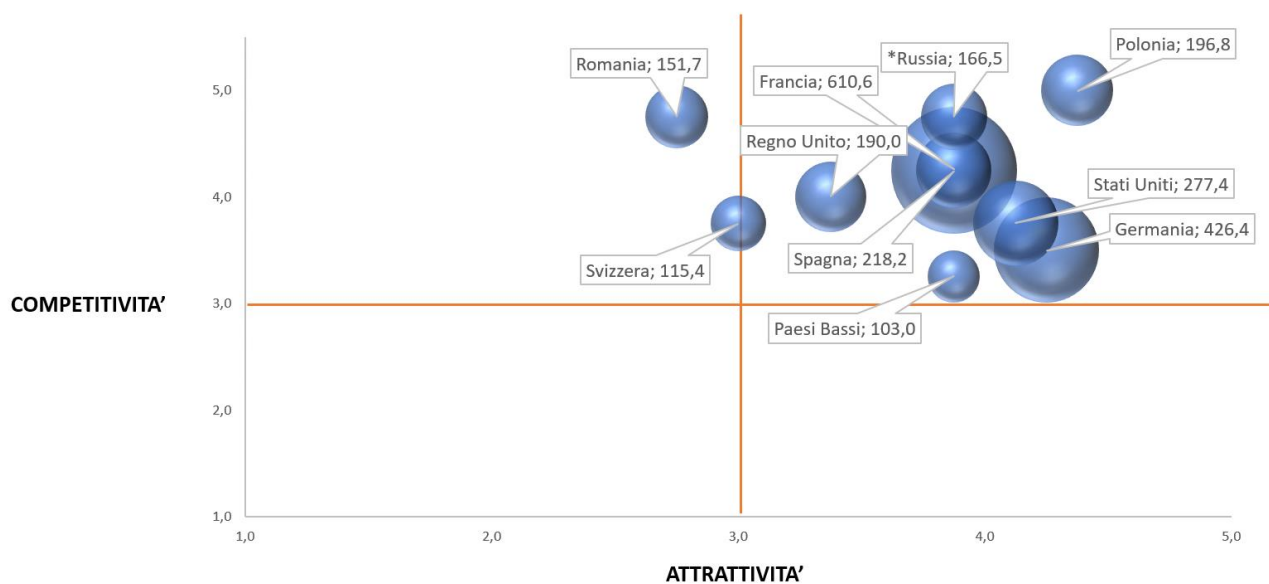
* Lo scenario è profondamente mutato e incerto a seguito del conflitto con l'Ucraina.

segue...

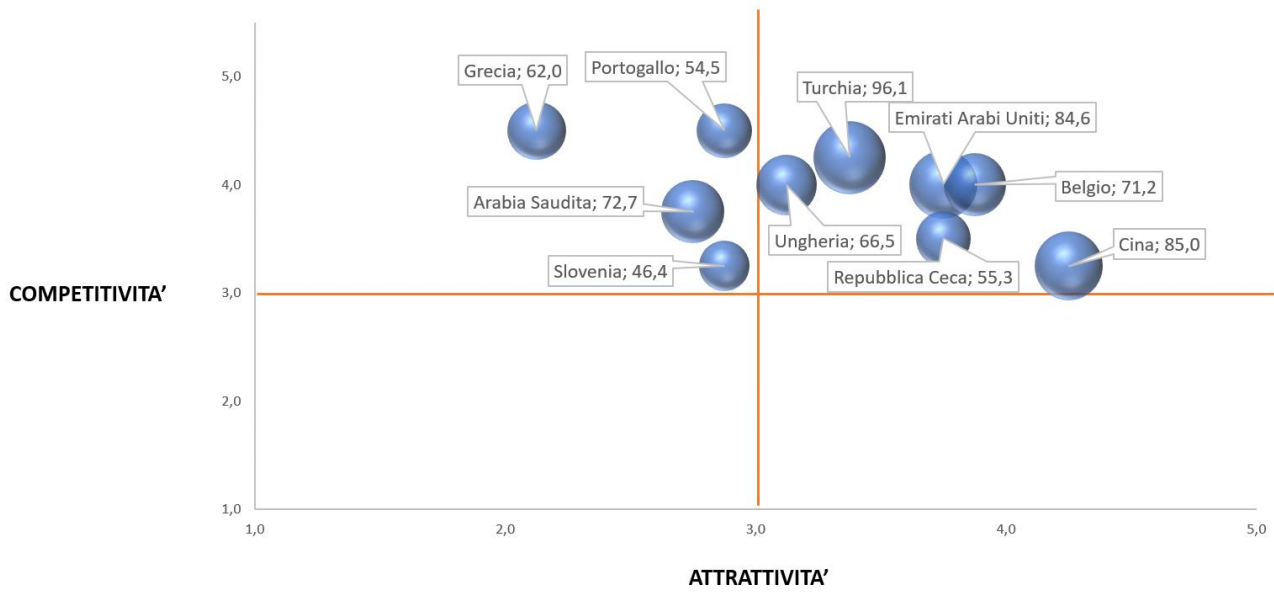
PAESI	ATTRATTIVITA' PAESE								COMPETITIVITA' MARCHE				
	Tasso medio crescita PIL 2011-2024	Popolazione (2020)	Reddito pro-capite (2019)	Rapporto Debito/PIL 2021	Importazioni categoria prodotti specializ.	Export opportunity Index (SACE)	Crescita import da Italia 2011-2024(SACE)	Punteggio	Valore export Marche (2017+2018+2019)	% Marche su tot import Paese (2019)	% Marche su tot import da Italia (2019)	% Marche su tot import da Italia settori	Punteggio
Austria	5	2,5	10	5	20	15	15	72,5	15	15	10	10	50
Tunisia	2,5	5	0	5	0	5	15	32,5	10	20	20	40	90
Marocco	7,5	7,5	0	5	0	15	20	55	5	15	15	40	75
Messico	5	10	2,5	7,5	10	15	15	65	5	5	15	30	55
Malta	10	0	7,5	7,5	0	15	15	55	5	20	15	40	80

Fonte: nostre elaborazioni su dati FMI, World Bank, Istat

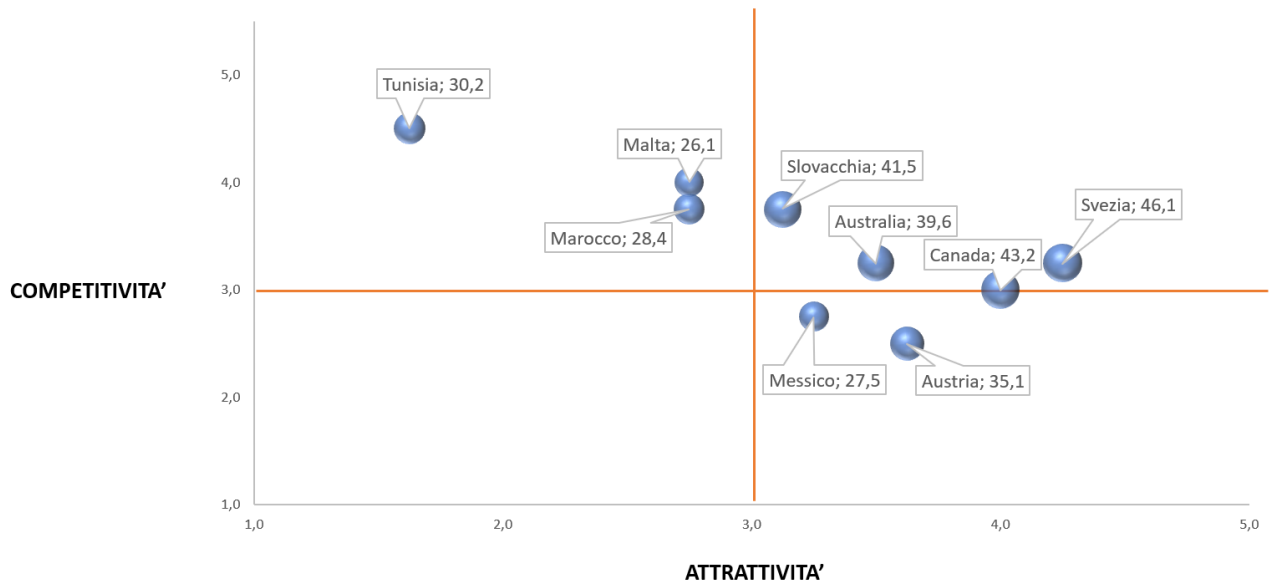
SISTEMA CASA TOP 10 PAESI



SISTEMA CASA POSIZIONI PAESI 11-20



SISTEMA CASA POSIZIONI PAESI 21-30



SISTEMA MODA

PAESI	ATTRATTIVITA' PAESE								COMPETITIVITA' MARCHE				
	Tasso medio crescita PIL 2021-2024	Popolazione (2020)	Reddito pro-capite (2019)	Rapporto Debito/PIL 2021	Importazioni categoria prodotti specializ.	Export opportunity Index (SACE)	Crescita import da Italia 2021-2024(SACE)	Punteggio	Valore export Marche (2017+2018+2019)	% Marche su tot import Paese (2019)	% Marche su tot import da Italia (2019)	% Marche su tot import da Italia settori	Punteggio
Germania	2,5	10	10	7,5	20	20	15	85	20	15	15	30	80
Francia	5	10	10	2,5	20	15	15	77,5	20	20	15	30	85
Russia*	0	10	2,5	10	5	15	20	62,5	20	15	20	40	95
Stati Uniti	5	10	10	2,5	20	20	15	82,5	20	10	15	20	65
Regno Unito	5	10	10	2,5	15	15	10	67,5	20	15	15	20	70
Svizzera	2,5	2,5	10	10	10	20	10	65	20	15	10	10	55
Cina	10	10	2,5	7,5	20	20	15	85	15	5	15	30	65
Belgio	5	5	10	2,5	20	20	20	82,5	20	20	20	40	100
Hong Kong	7,5	2,5	10	10	10	15	15	70	10	10	15	20	55
Albania	7,5	0	0	5	5	15	15	47,5	15	20	20	40	95
Spagna	7,5	10	7,5	2,5	20	15	20	82,5	20	20	15	20	75
Paesi Bassi	5	5	10	7,5	20	20	15	82,5	15	10	10	30	65
Giappone	2,5	10	10	0	15	15	20	72,5	10	5	10	20	45
Corea del Sud	5	10	7,5	7,5	20	20	15	85	10	5	15	20	50
Romania	7,5	5	5	7,5	15	15	10	65	15	20	20	30	85
Bulgaria	7,5	2,5	2,5	10	10	15	20	67,5	10	20	20	40	90
Polonia	7,5	7,5	5	7,5	15	20	20	82,5	20	20	20	30	90
Austria	5	2,5	10	5	10	15	15	62,5	15	15	10	20	60
Portogallo	5	5	5	2,5	15	15	15	62,5	10	20	20	30	80
Danimarca	5	2,5	10	10	10	15	10	62,5	10	10	15	40	75
Tunisia	2,5	5	0	5	10	5	15	42,5	10	20	20	30	80
Canada	5	7,5	10	2,5	10	15	20	70	10	5	15	30	60
Svezia	5	5	10	10	5	20	15	70	10	10	15	30	65

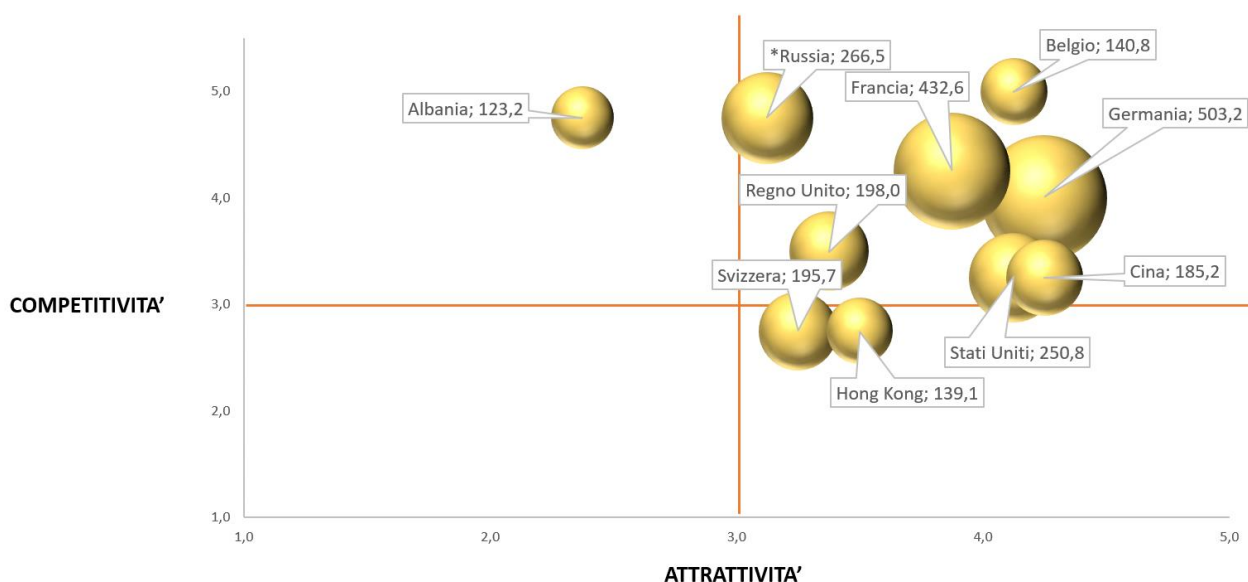
* Lo scenario è profondamente mutato e incerto a seguito del conflitto con l'Ucraina.

segue...

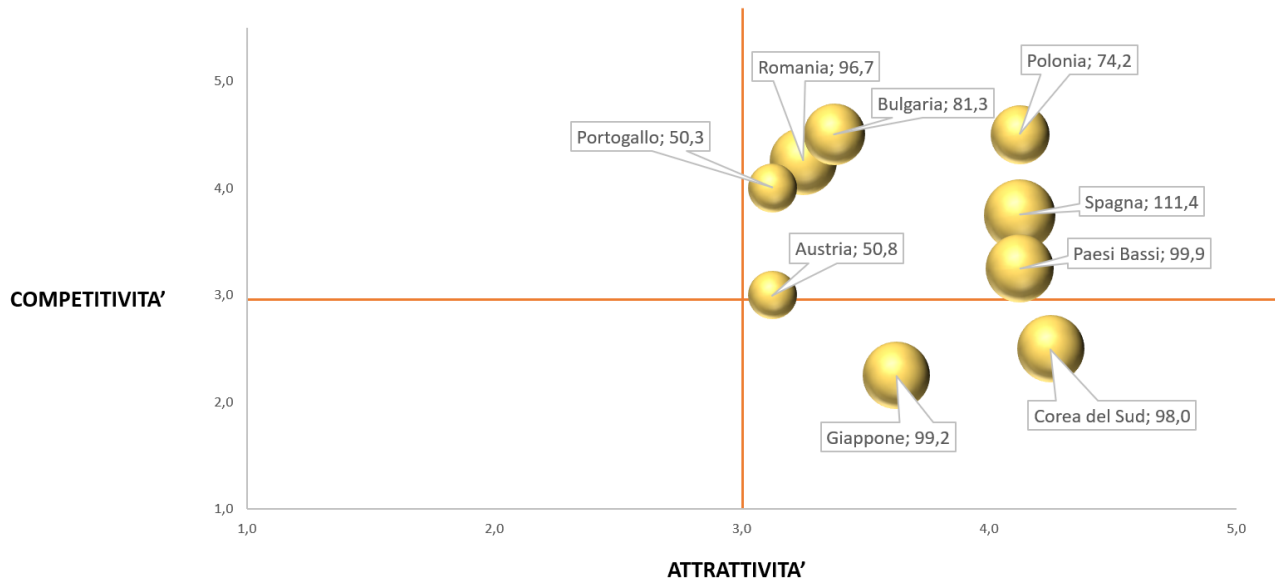
PAESI	ATTRATTIVITA' PAESE								COMPETITIVITA' MARCHE				
	Tasso medio crescita PIL 2021-2024	Popolazione (2020)	Reddito pro-capite (2019)	Rapporto Debito/PIL 2021	Importazioni categoria prodotti specializ.	Export opportunity Index (SACE)	Crescita import da Italia 2021-2024(SACE)	Punteggio	Valore export Marche (2017+2018+2019)	% Marche su tot import Paese (2019)	% Marche su tot import da Italia (2019)	% Marche su tot import da Italia settori	Punteggio
Turchia	10	10	2,5	10	20	15	15	82,5	15	15	15	10	55
Grecia	7,5	5	5	0	5	15	10	47,5	10	20	20	20	70
Emirati Arabi Uniti	7,5	2,5	10	10	0	20	20	67,5	10	10	20	10	50
Repubblica ceca	7,5	5	5	10	10	20	15	72,5	10	15	15	20	60
India	10	10	0	5	20	15	15	75	10	5	10	40	65
Taiwan	7,5	7,5	10	10	10	15	15	75	5	5	15	40	65

Fonte: nostre elaborazioni su dati FMI, World Bank, Istat

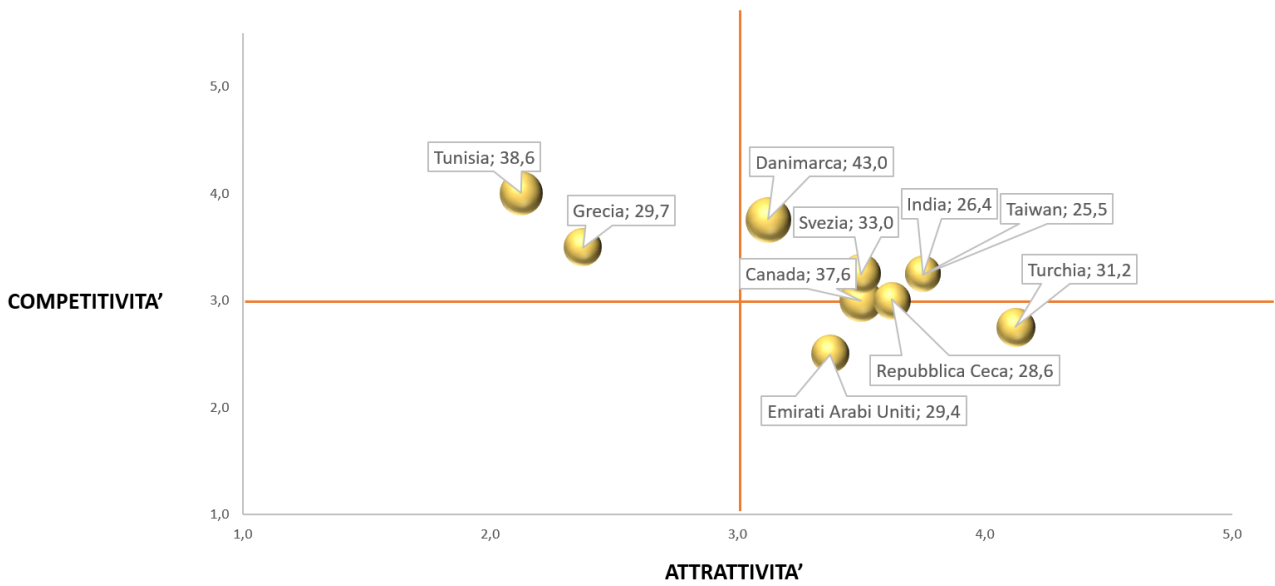
SISTEMA MODA TOP 10 PAESI



SISTEMA MODA POSIZIONI PAESI 11-20



SISTEMA MODA POSIZIONI PAESI 21-30



SISTEMA MECCANICA

PAESI	ATTRATTIVITA' PAESE								COMPETITIVITA' MARCHE				
	Tasso medio crescita PIL 2021-2024	Popolazione (2020)	Reddito pro-capite (2019)	Rapporto Debito/PIL 2021	Importazioni categoria prodotti specializ.	Export opportunity Index (SACE)	Crescita import da Italia 2021-2024(SACE)	Punteggio	Valore export Marche (2017+2018+2019)	% Marche su tot import Paese (2019)	% Marche su tot import da Italia (2019)	% Marche su tot import da Italia settori	Punteggio
Germania	2,5	10	10	7,5	20	20	15	85	20	15	15	20	70
Francia	5	10	10	2,5	20	15	15	77,5	20	20	15	30	85
Stati Uniti	5	10	10	2,5	20	20	15	82,5	20	10	15	30	75
Polonia	7,5	7,5	5	7,5	15	20	20	82,5	20	20	20	40	100
Spagna	7,5	10	7,5	2,5	10	15	20	72,5	20	20	15	30	85
Regno Unito	5	10	10	2,5	15	15	10	67,5	20	15	15	30	80
Romania	7,5	5	5	7,5	10	15	10	60	15	20	20	40	95
Cipro	7,5	0	7,5	2,5	0	15	15	47,5	5	20	20	40	85
Austria	5	2,5	10	5	10	15	15	62,5	15	15	10	30	70
Svizzera	2,5	2,5	10	10	10	20	10	65	20	15	10	10	55
Paesi Bassi	5	5	10	7,5	15	20	15	77,5	15	10	10	30	65
Belgio	5	5	10	2,5	10	20	20	72,5	20	20	20	30	90
Russia*	0	10	2,5	10	5	15	20	62,5	20	15	20	30	85
Cina	10	10	2,5	7,5	20	20	15	85	15	5	15	20	55
Turchia	10	10	2,5	10	10	15	15	72,5	15	15	15	30	75
Repubblica ceca	7,5	5	5	10	15	20	15	77,5	10	15	15	30	70
Portogallo	5	5	5	2,5	5	15	15	52,5	10	20	20	40	90
Albania	7,5	0	0	5	0	15	15	42,5	15	20	20	40	95
Ungheria	7,5	2,5	5	5	10	15	20	65	10	15	15	30	70
Slovacchia	7,5	2,5	5	7,5	10	15	15	62,5	5	15	15	40	75
Tunisia	2,5	5	0	5	5	5	15	37,5	10	20	20	40	90
Grecia	7,5	5	5	0	5	15	10	47,5	10	20	20	40	90
Australia	5	7,5	10	7,5	5	15	15	65	10	10	15	30	65
Svezia	5	5	10	10	10	20	15	75	10	10	15	20	55
Brasile	2,5	10	2,5	5	10	15	10	55	5	10	10	30	55

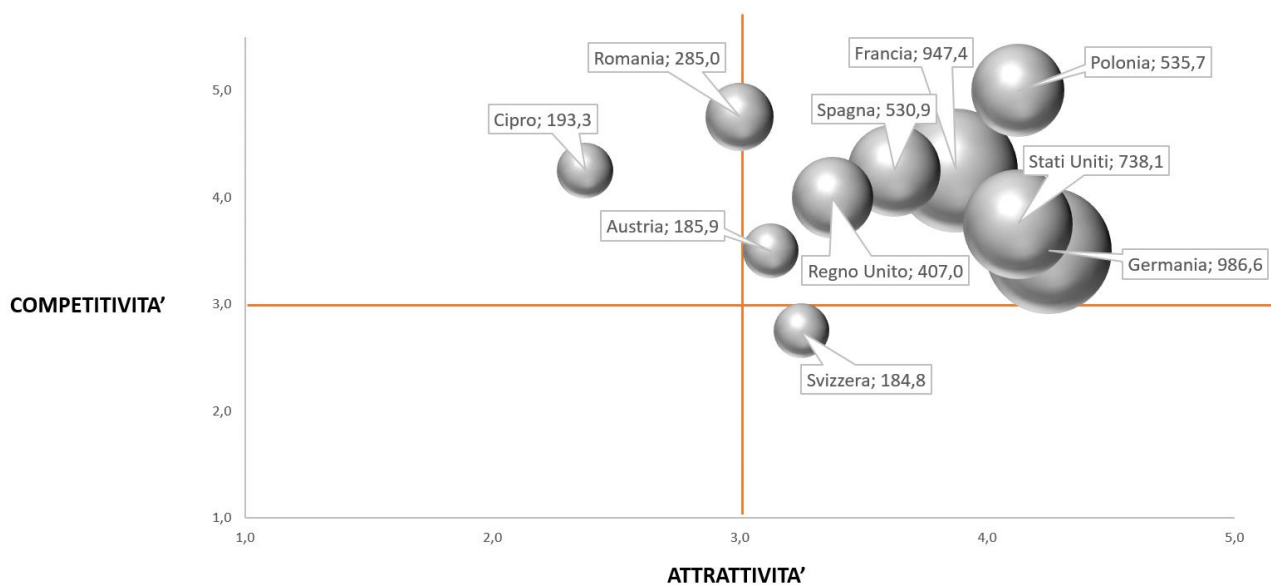
* Lo scenario è profondamente mutato e incerto a seguito del conflitto con l'Ucraina.

segue...

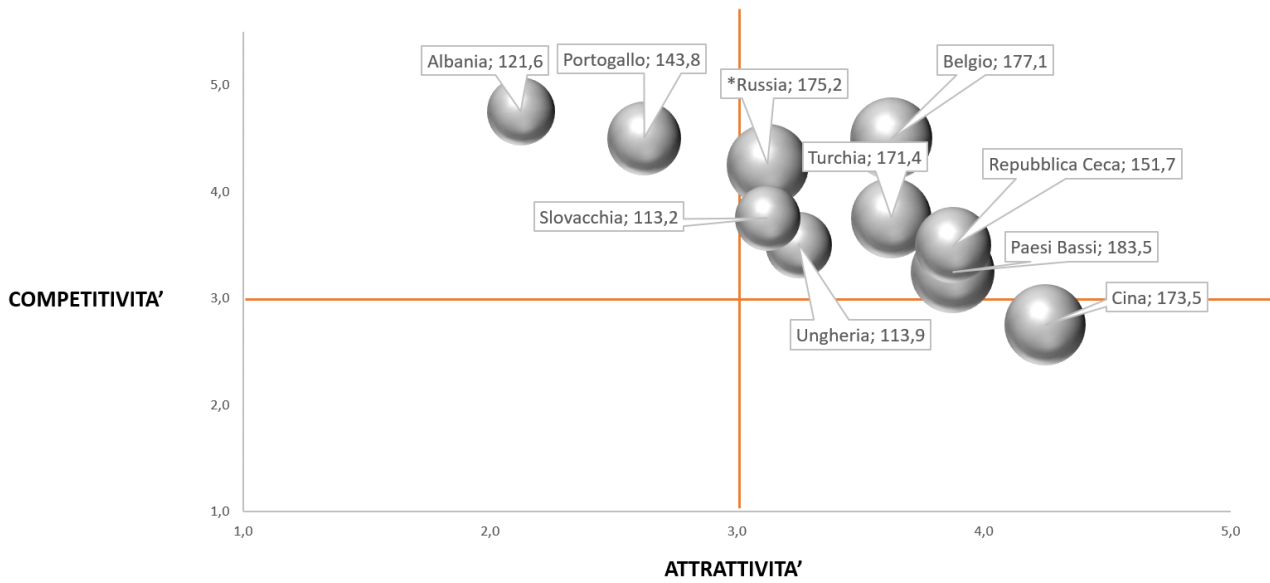
PAESI	ATTRATTIVITA' PAESE								COMPETITIVITA' MARCHE				
	Tasso medio crescita PIL 2011-2024	Popolazione (2020)	Reddito pro-capite (2019)	Rapporto Debito/PIL 2021	Importazioni categoria prodotti specializ.	Export opportunity Index (SACE)	Crescita import da Italia 2021-2024(SACE)	Punteggio	Valore export Marche (2017+2018+2019)	% Marche su tot import Paese (2019)	% Marche su tot import da Italia (2019)	% Marche su tot import da Italia settori	Punteggio
Canada	5	7,5	10	2,5	10	15	20	70	10	5	15	30	60
Bulgaria	7,5	2,5	2,5	10	5	15	20	62,5	10	20	20	40	90
Messico	5	10	2,5	7,5	20	15	15	75	5	5	15	20	45
Slovenia	7,5	2,5	7,5	5	5	15	15	57,5	5	20	10	20	55
Emirati Arabi Uniti	7,5	2,5	10	10	5	20	20	75	10	10	20	20	60
Giappone	2,5	10	10	0	20	15	20	77,5	10	5	10	20	45
Danimarca	5	2,5	10	10	10	15	10	62,5	10	10	15	30	65
India	10	10	0	5	10	15	15	65	10	5	10	10	35
Arabia Saudita	7,5	7,5	5	10	0	15	10	55	10	10	15	20	55

Fonte: nostre elaborazioni su dati FMI, World Bank, Istat

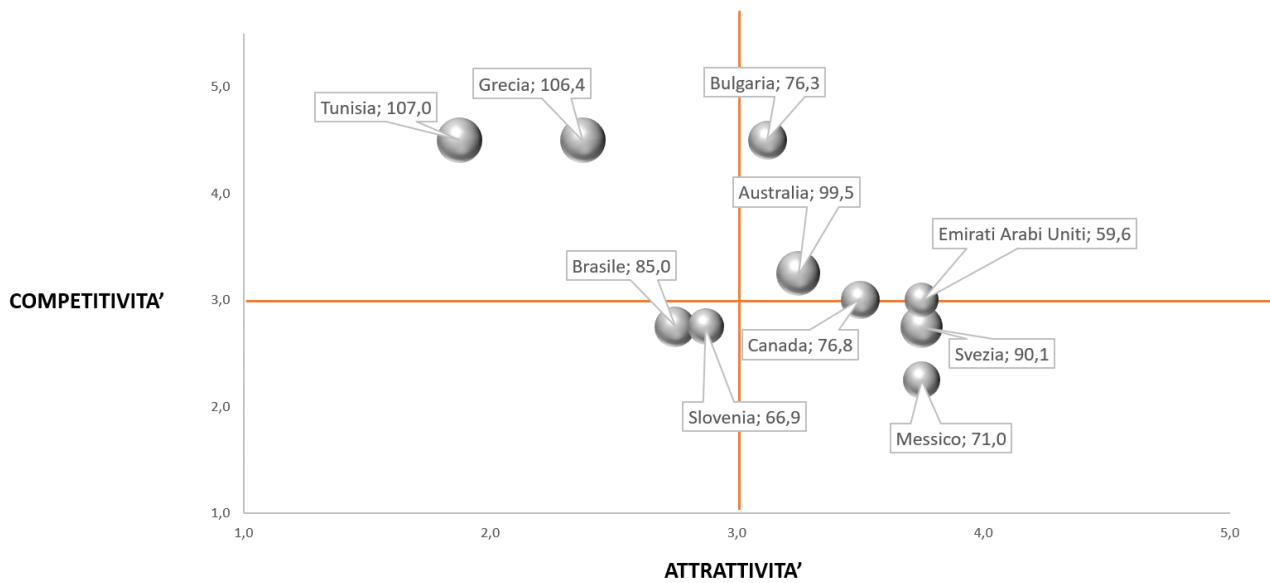
SISTEMA MECCANICA TOP 10 PAESI



SISTEMA MECCANICA POSIZIONI PAESI 11-20



SISTEMA MECCANICA POSIZIONI PAESI 21-30



SISTEMA ALIMENTARE

PAESI	ATTRATTIVITA' PAESE								COMPETITIVITA' MARCHE				
	Tasso medio crescita PIL 2021-2024	Popolazione (2020)	Reddito pro-capite (2019)	Rapporto Debito/PIL 2021	Importazioni categoria prodotti specializ.	Export opportunity Index (SACE)	Crescita import da Italia 2021-2024(SACE)	Punteggio	Valore export Marche (2017+2018+2019)	% Marche su tot import Paese (2019)	% Marche su tot import da Italia (2019)	% Marche su tot import da Italia settori	Punteggio
Francia	5	10	10	2,5	20	15	15	77,5	20	20	15	10	65
Stati Uniti	5	10	10	2,5	20	20	15	82,5	20	10	15	10	55
Germania	2,5	10	10	7,5	20	20	15	85	20	15	15	10	60
Spagna	7,5	10	7,5	2,5	15	15	20	77,5	20	20	15	20	75
Austria	5	2,5	10	5	10	15	15	62,5	15	15	10	30	70
Regno Unito	5	10	10	2,5	20	15	10	72,5	20	15	15	10	60
Polonia	7,5	7,5	5	7,5	15	20	20	82,5	20	20	20	30	90
Paesi Bassi	5	5	10	7,5	20	20	15	82,5	15	10	10	10	45
Bulgaria	7,5	2,5	2,5	10	5	15	20	62,5	10	20	20	40	90
Albania	7,5	0	0	5	0	15	15	42,5	15	20	20	40	95
Grecia	7,5	5	5	0	5	15	10	47,5	10	20	20	20	70
Giappone	2,5	10	10	0	5	15	20	62,5	10	5	10	10	35
Belgio	5	5	10	2,5	20	20	20	82,5	20	20	20	10	70
Portogallo	5	5	5	2,5	5	15	15	52,5	10	20	20	30	80
Svezia	5	5	10	10	5	20	15	70	10	10	15	10	45
Corea del Sud	5	10	7,5	7,5	10	20	15	75	10	5	15	30	60
Repubblica ceca	7,5	5	5	10	5	20	15	67,5	10	15	15	20	60
Slovenia	7,5	2,5	7,5	5	0	15	15	52,5	5	20	10	30	65
Australia	5	7,5	10	7,5	10	15	15	70	10	10	15	10	45
Arabia Saudita	7,5	7,5	5	10	0	15	10	55	10	10	15	30	65
Svizzera	2,5	2,5	10	10	10	20	10	65	20	15	10	10	55
Israele	10	2,5	10	7,5	5	15	15	65	5	15	15	20	55
Romania	7,5	5	5	7,5	5	15	10	55	15	20	20	10	65
Danimarca	5	2,5	10	10	10	15	10	62,5	10	10	15	10	45
Canada	5	7,5	10	2,5	15	15	20	75	10	5	15	10	40

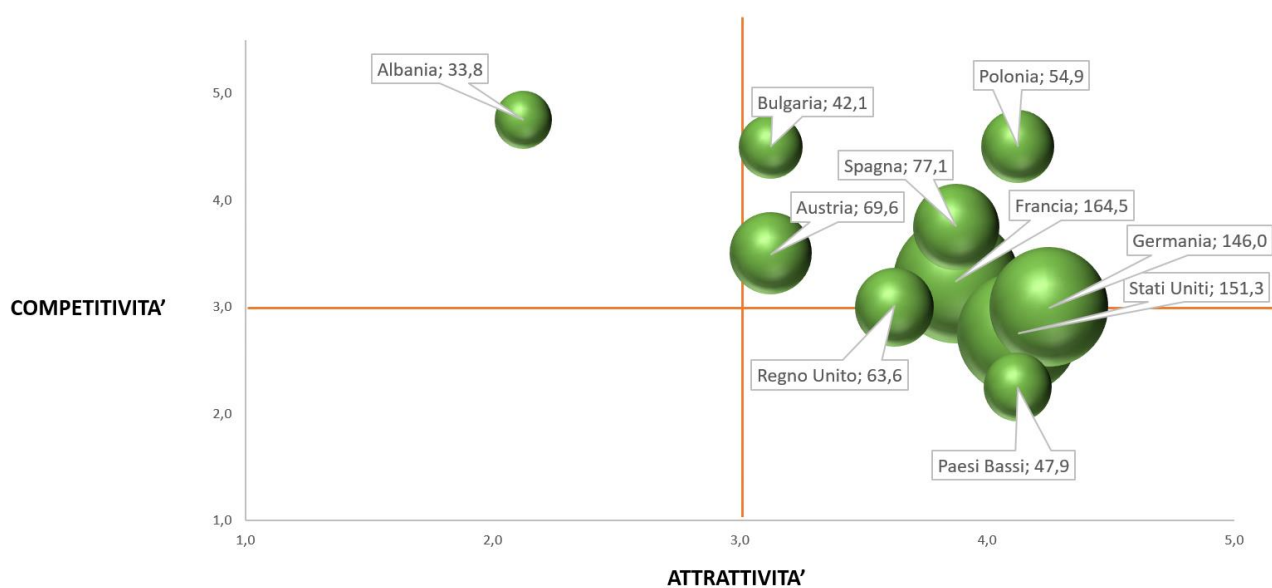
Segue...

PAESI	ATTRATTIVITA' PAESE								COMPETITIVITA' MARCHE				
	Tasso medio crescita PIL 2021-2024	Popolazione (2020)	Reddito pro-capite (2019)	Rapporto Debito/PIL 2021	Importazioni categoria prodotti specializ.	Export opportunity Index (SACE)	Crescita import da Italia 2021-2024(SACE)	Punteggio	Valore export Marche (2017+2018+2019)	% Marche su tot import Paese (2019)	% Marche su tot import da Italia (2019)	% Marche su tot import da Italia settori	Punteggio
Ungheria	7,5	2,5	5	5	5	15	20	60	10	15	15	10	50
Egitto	10	10	0	5	5	15	5	50	5	10	15	40	70
Turchia	10	10	2,5	10	10	15	15	72,5	15	15	15	20	65
Cina	10	10	2,5	7,5	20	20	15	85	15	5	15	10	45
Russia*	0	10	2,5	10	10	15	20	67,5	20	15	20	10	65
Irlanda	10	2,5	10	7,5	10	15	15	70	5	5	15	20	45
Messico	5	10	2,5	7,5	15	15	15	70	5	5	15	10	35
Hong Kong	7,5	2,5	10	10	5	15	15	65	10	10	15	10	45
Sudafrica	2,5	10	0	7,5	5	15	15	55	5	10	10	10	35

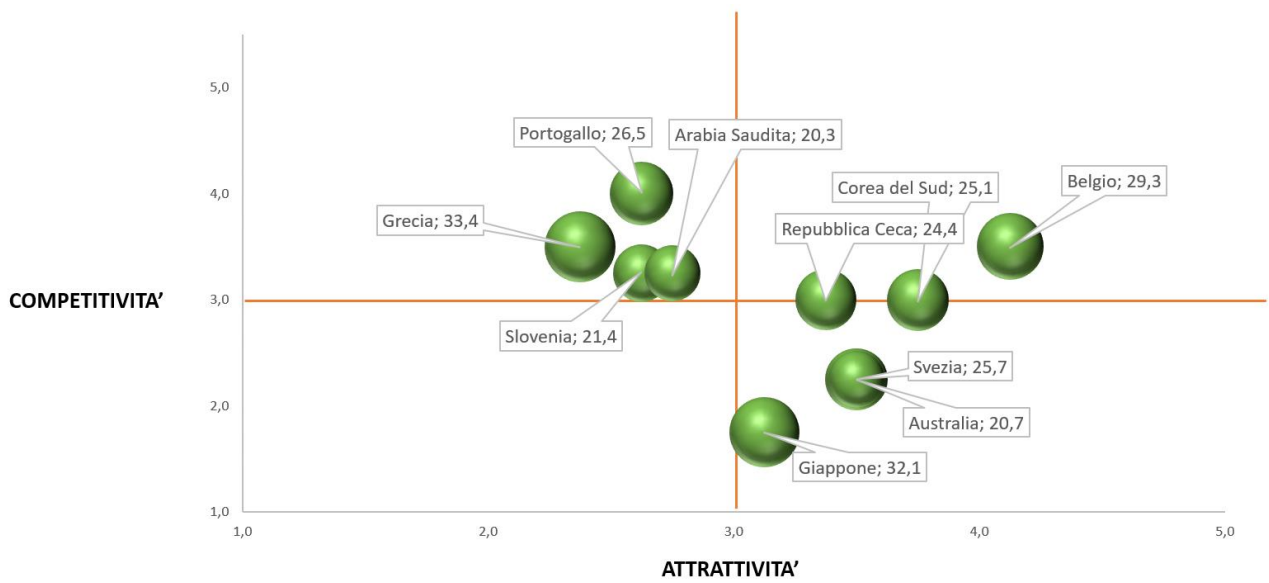
* Lo scenario è profondamente mutato e incerto a seguito del conflitto con l'Ucraina.

Fonte: nostre elaborazioni su dati FMI, World Bank, Istat

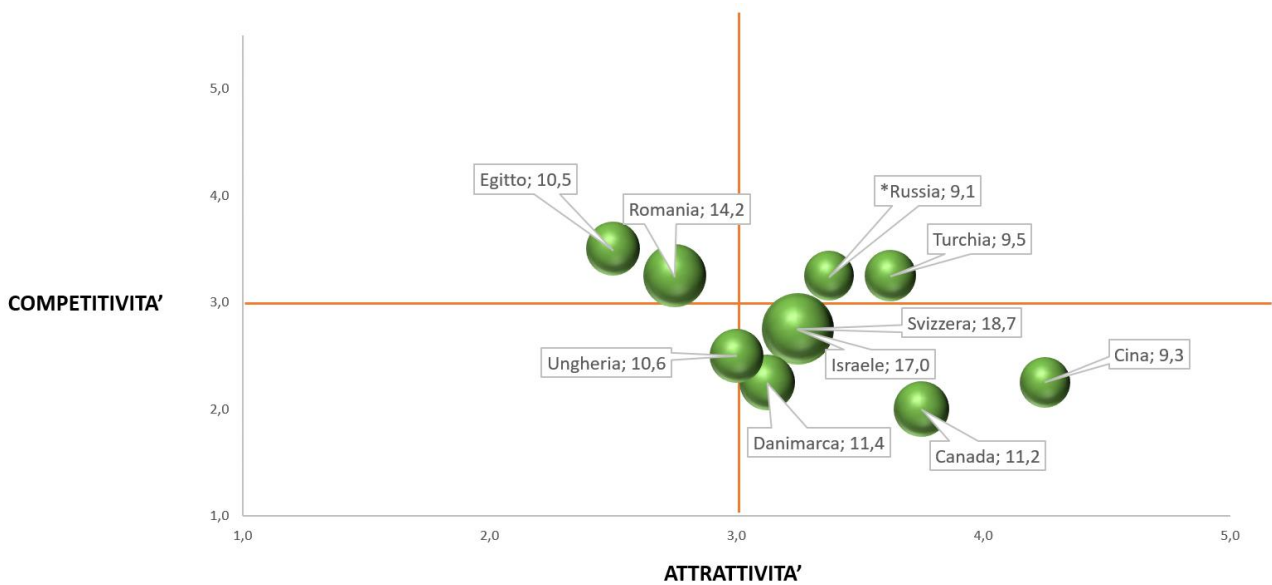
SISTEMA ALIMENTARE TOP 10 PAESI



SISTEMA ALIMENTARE POSIZIONI PAESI 11-20



SISTEMA ALIMENTARE POSIZIONI PAESI 21-30



SISTEMA SALUTE

PAESI	ATTRATTIVITA' PAESE								COMPETITIVITA' MARCHE				
	Tasso medio crescita PIL 2021-2024	Popolazione (2020)	Reddito pro-capite (2019)	Rapporto Debito/PIL 2021	Importazioni categoria prodotti specializ.	Export opportunity Index (SACE)	Crescita import da Italia 2021-2024(SACE)	Punteggio	Valore export Marche (2017+2018+2019)	% Marche su tot import Paese (2019)	% Marche su tot import da Italia (2019)	% Marche su tot import da Italia settori	Punteggio
Belgio	5	5	10	2,5	15	20	20	77,5	20	20	20	40	100
Stati Uniti	5	10	10	2,5	20	20	15	82,5	20	10	15	30	75
Germania	2,5	10	10	7,5	20	20	15	85	20	15	15	30	80
Francia	5	10	10	2,5	20	15	15	77,5	20	20	15	10	65
Spagna	7,5	10	7,5	2,5	10	15	20	72,5	20	20	15	30	85
Ungheria	7,5	2,5	5	5	5	15	20	60	10	15	15	40	80
Polonia	7,5	7,5	5	7,5	10	20	20	77,5	20	20	20	40	100
Regno Unito	5	10	10	2,5	15	15	10	67,5	20	15	15	10	60
Romania	7,5	5	5	7,5	5	15	10	55	15	20	20	40	95
Austria	5	2,5	10	5	10	15	15	62,5	15	15	10	30	70
Cina	10	10	2,5	7,5	20	20	15	85	15	5	15	10	45
Canada	5	7,5	10	2,5	10	15	20	70	10	5	15	40	70
Repubblica ceca	7,5	5	5	10	5	20	15	67,5	10	15	15	40	80
Giappone	2,5	10	10	0	15	15	20	72,5	10	5	10	20	45
Grecia	7,5	5	5	0	5	15	10	47,5	10	20	20	30	80
Portogallo	5	5	5	2,5	5	15	15	52,5	10	20	20	30	80
Svezia	5	5	10	10	10	20	15	75	10	10	15	20	55
Russia*	0	10	2,5	10	10	15	20	67,5	20	15	20	10	65
Paesi Bassi	5	5	10	7,5	15	20	15	77,5	15	10	10	10	45
Australia	5	7,5	10	7,5	10	15	15	70	10	10	15	20	55
Finlandia	2,5	2,5	10	7,5	5	15	15	57,5	5	10	15	40	70
Irlanda	10	2,5	10	7,5	20	15	15	80	5	5	15	20	45
Messico	5	10	2,5	7,5	10	15	15	65	5	5	15	20	45
Danimarca	5	2,5	10	10	10	15	10	62,5	10	10	15	20	55
Hong Kong	7,5	2,5	10	10	5	15	15	65	10	10	15	20	55

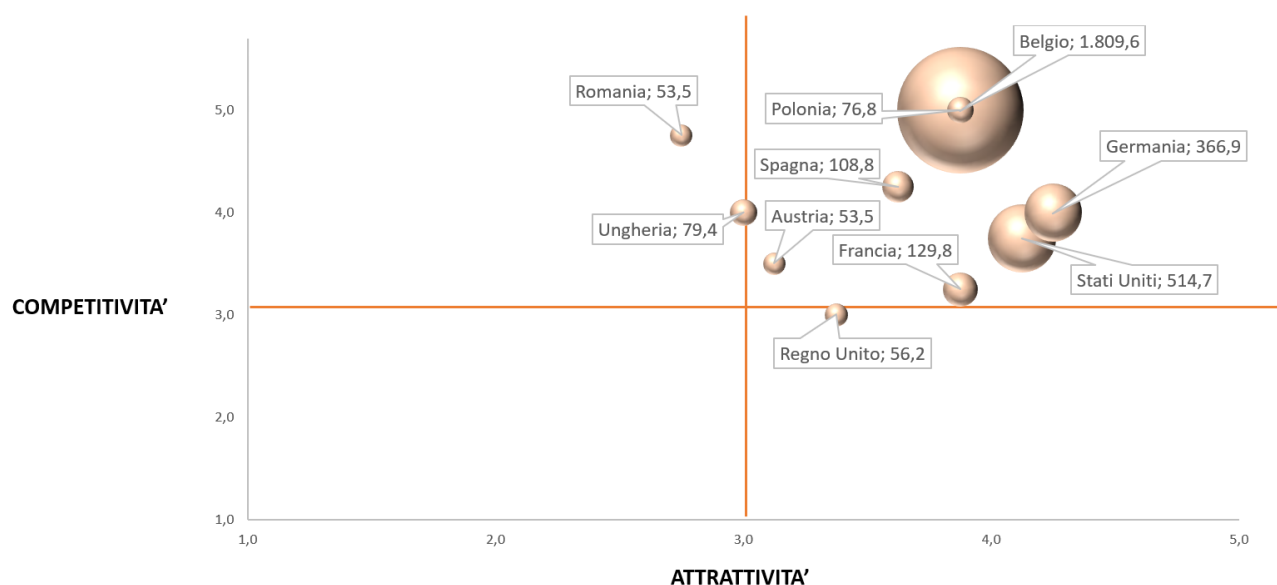
* Lo scenario è profondamente mutato e incerto a seguito del conflitto con l'Ucraina.

segue...

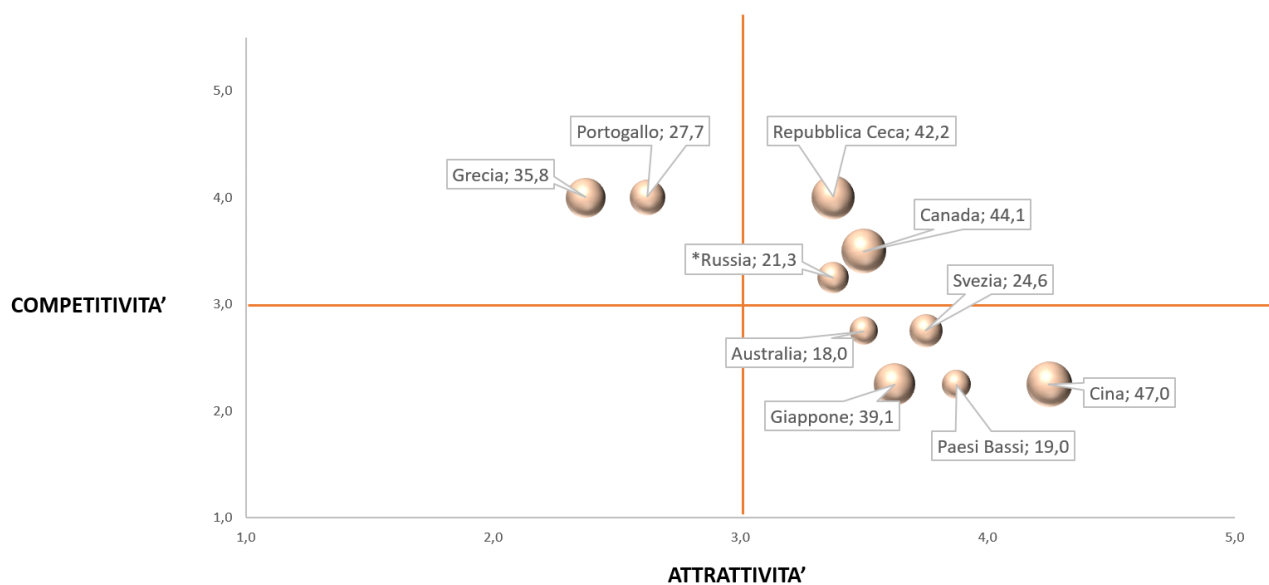
PAESI	ATTRATTIVITA' PAESE								COMPETITIVITA' MARCHE				
	Tasso medio crescita PIL 2011-2024	Popolazione (2020)	Reddito pro-capite (2019)	Rapporto Debito/PIL 2021	Importazioni categoria prodotti specializ.	Export opportunity Index (SACE)	Crescita import da Italia 2021-2024(SACE)	Punteggio	Valore export Marche (2017+2018+2019)	% Marche su tot import Paese (2019)	% Marche su tot import da Italia (2019)	% Marche su tot import da Italia settori	Punteggio
Thailandia	5	10	2,5	7,5	10	15	15	65	5	5	10	40	60
Lituania	5	0	5	10	5	15	15	55	5	15	20	40	80
Corea del Sud	5	10	7,5	7,5	15	20	15	80	10	5	15	10	40
Taiwan	7,5	7,5	10	10	0	15	15	65	5	5	15	20	45
Svizzera	2,5	2,5	10	10	15	20	10	70	20	15	10	10	55
Sudafrica	2,5	10	0	7,5	5	15	15	55	5	10	10	20	45
Singapore	7,5	2,5	10	2,5	10	15	10	57,5	5	5	10	20	40
Brasile	2,5	10	2,5	5	10	15	10	55	5	10	10	10	35

Fonte: nostre elaborazioni su dati FMI, World Bank, Istat

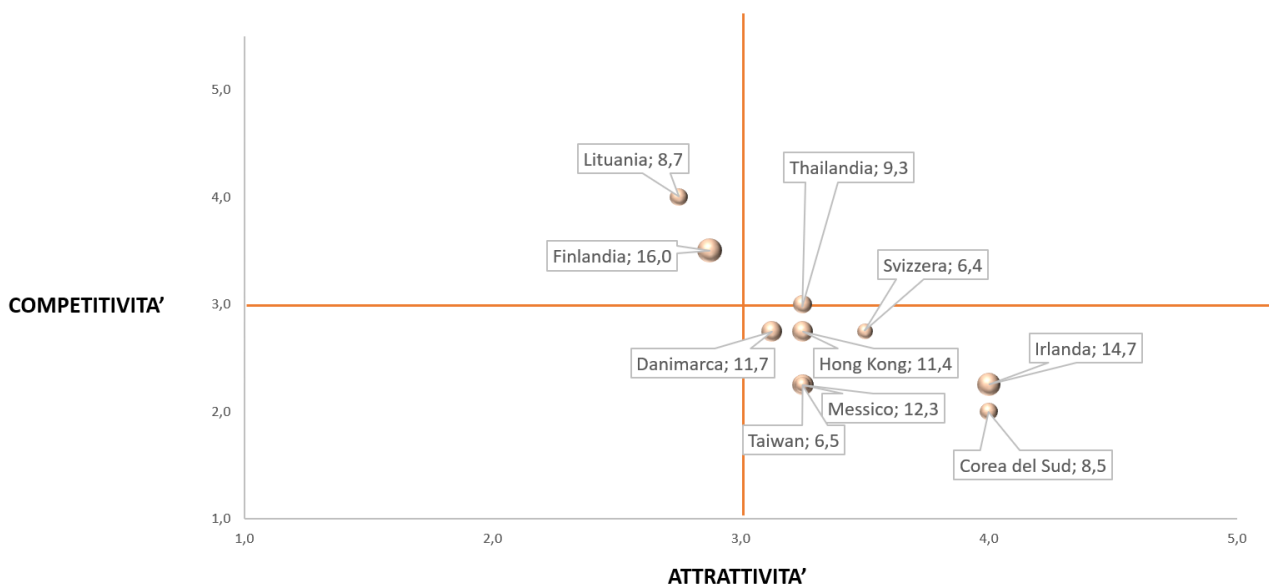
SISTEMA SALUTE TOP 10 PAESI



SISTEMA SALUTE POSIZIONI PAESI 11-20



SISTEMA SALUTE POSIZIONI PAESI 21-30



SISTEMA CULTURA-EDUCAZIONE

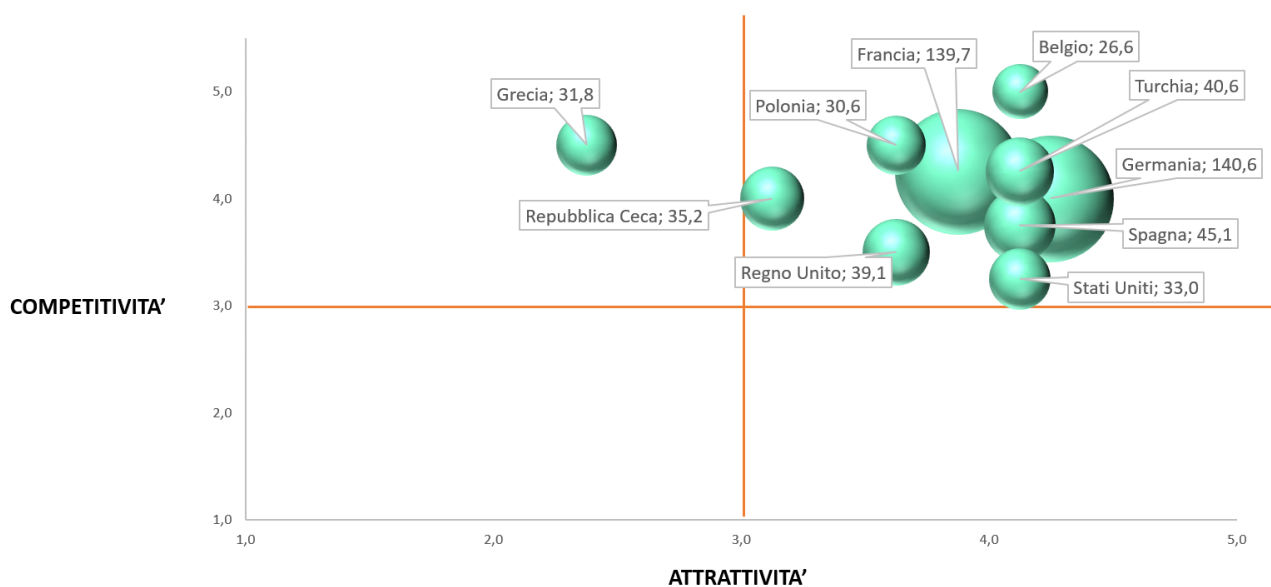
PAESI	ATTRATTIVITA' PAESE								COMPETITIVITA' MARCHE				
	Tasso medio crescita PIL 2021-2024	Popolazione (2020)	Reddito pro-capite (2019)	Rapporto Debito/PIL 2021	Importazioni categoria prodotti specializ.	Export opportunity Index (SACE)	Crescita import da Italia 2021-2024(SACE)	Punteggio	Valore export Marche (2017+2018+2019)	% Marche su tot import Paese (2019)	% Marche su tot import da Italia (2019)	% Marche su tot import da Italia settori	Punteggio
Germania	2,5	10	10	7,5	20	20	15	85	20	15	15	30	80
Francia	5	10	10	2,5	20	15	15	77,5	20	20	15	30	85
Spagna	7,5	10	7,5	2,5	20	15	20	82,5	20	20	15	20	75
Turchia	10	10	2,5	10	20	15	15	82,5	15	15	15	40	85
Regno Unito	5	10	10	2,5	20	15	10	72,5	20	15	15	20	70
Repubblica Ceca	7,5	5	5	10	0	20	15	62,5	10	15	15	40	80
Stati Uniti	5	10	10	2,5	20	20	15	82,5	20	10	15	20	65
Grecia	7,5	5	5	0	5	15	10	47,5	10	20	20	40	90
Polonia	7,5	7,5	5	7,5	5	20	20	72,5	20	20	20	30	90
Belgio	5	5	10	2,5	20	20	20	82,5	20	20	20	40	100
Paesi Bassi	5	5	10	7,5	15	20	15	77,5	15	10	10	20	55
Romania	7,5	5	5	7,5	0	15	10	50	15	20	20	30	85
Svizzera	2,5	2,5	10	10	0	20	10	55	20	15	10	10	55
Marocco	7,5	7,5	0	5	0	15	20	55	5	15	15	40	75
Cina	10	10	2,5	7,5	10	20	15	75	15	5	15	40	75
Tunisia	2,5	5	0	5	0	5	15	32,5	10	20	20	40	90
Slovacchia	7,5	2,5	5	7,5	0	15	15	52,5	5	15	15	40	75
Svezia	5	5	5	10	10	20	15	70	10	10	15	40	75
Australia	5	7,5	10	7,5	0	15	15	60	10	10	15	40	75
Bulgaria	7,5	2,5	2,5	10	5	15	20	62,5	10	20	20	40	90
Austria	5	2,5	10	5	0	15	15	52,5	15	15	10	20	60
Hong Kong	7,5	2,5	10	10	0	15	15	60	10	10	15	40	75
Danimarca	5	2,5	10	10	5	15	10	57,5	10	10	15	40	75
Portogallo	5	5	5	2,5	0	15	15	47,5	10	20	20	30	80

Segue...

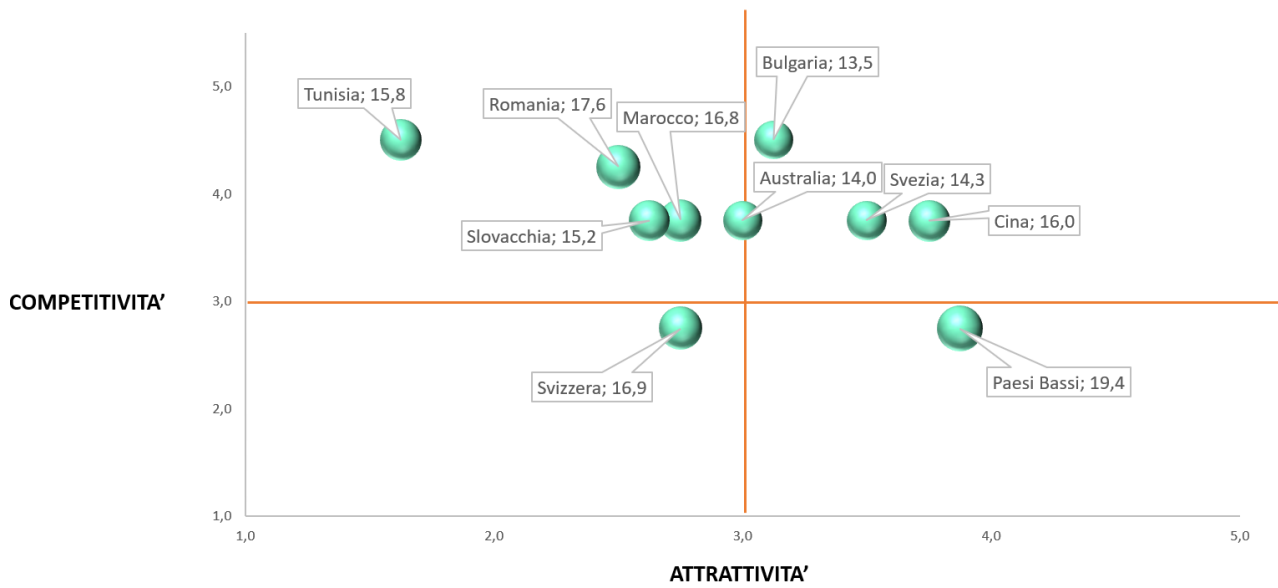
PAESI	ATTRATTIVITA' PAESE								COMPETITIVITA' MARCHE				
	Tasso medio crescita PIL 2021-2024	Popolazione (2020)	Reddito pro-capite (2019)	Rapporto Debito/PIL 2021	Importazioni categoria prodotti specializ.	Export opportunity Index (SACE)	Crescita import da Italia 2021-2024(SACE)	Punteggio	Valore export Marche (2017+2018+2019)	% Marche su tot import Paese (2019)	% Marche su tot import da Italia (2019)	% Marche su tot import da Italia settori	Punteggio
Indonesia	10	10	0	10	0	15	15	60	5	5	15	40	65
Albania	7,5	0	0	5	0	15	15	42,5	15	20	20	40	95
Ungheria	7,5	2,5	5	5	0	15	20	55	10	15	15	20	60
Israele	10	2,5	10	7,5	0	15	15	60	5	15	15	30	65
Corea del Sud	5	10	7,5	7,5	0	15	15	60	5	15	15	30	65
Irlanda	10	2,5	10	7,5	5	15	15	65	5	5	15	40	65

Fonte: nostre elaborazioni su dati FMI, World Bank, Istat

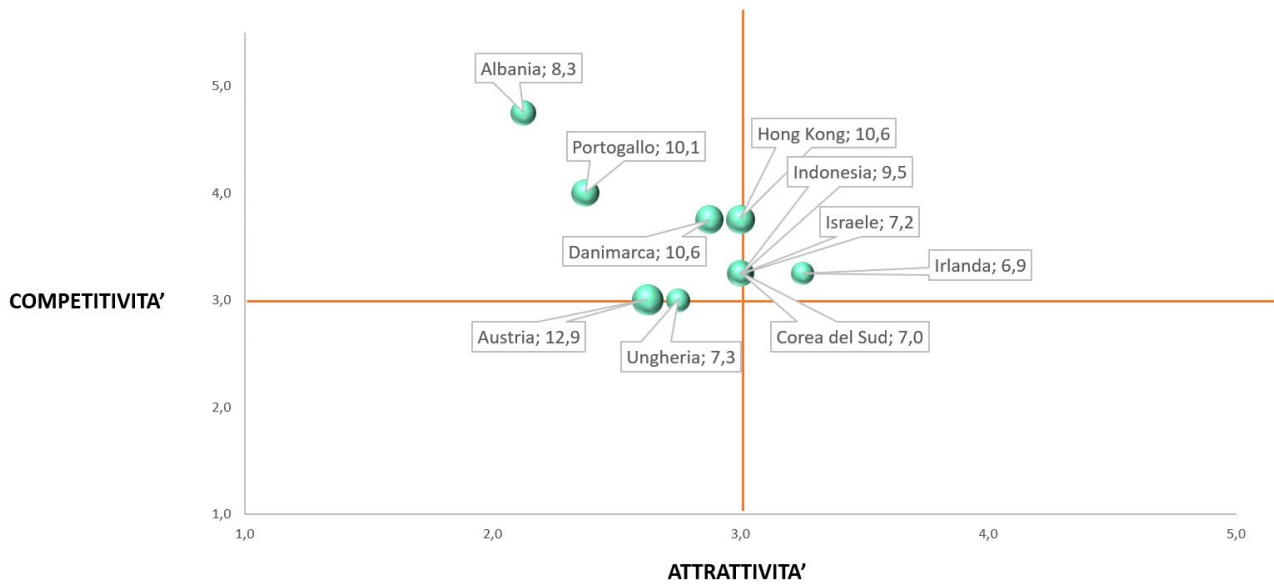
SISTEMA CULTURA-EDUCAZIONE TOP 10 PAESI



SISTEMA CULTURA-EDUCAZIONE POSIZIONI PAESI 11-20



SISTEMA CULTURA-EDUCAZIONE POSIZIONI PAESI 21-30

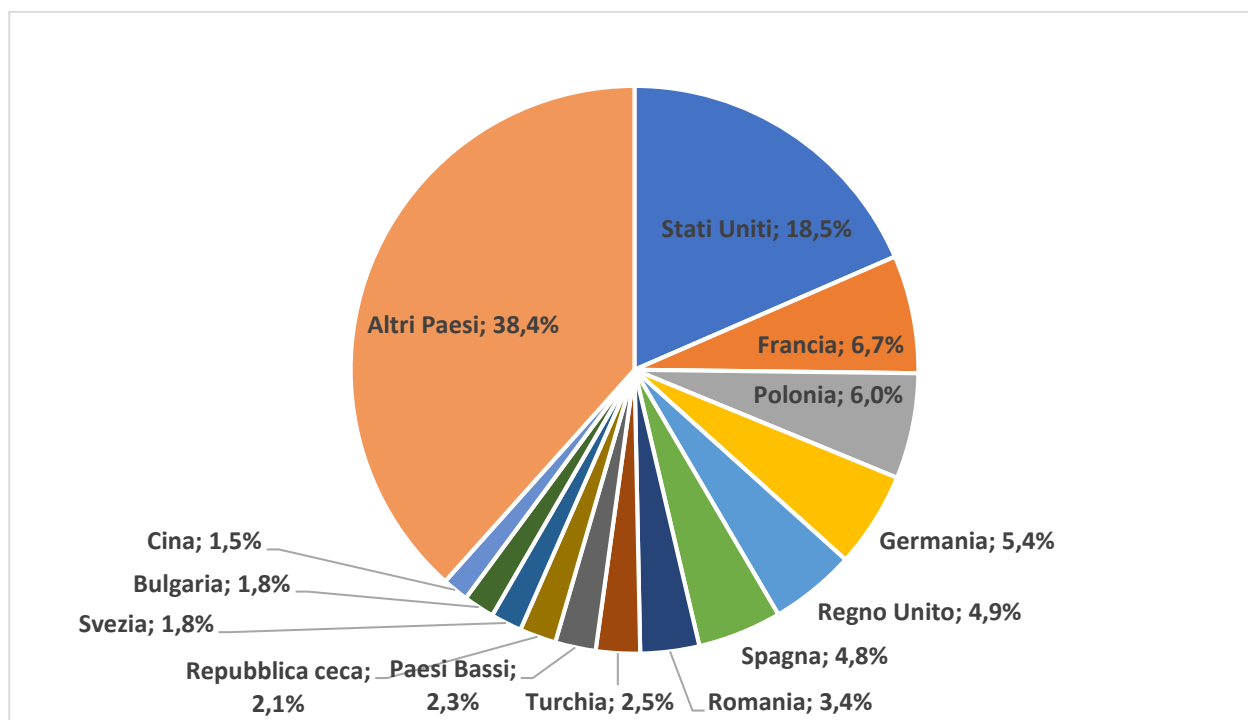


ECONOMIA DEI SERVIZI E DEL TURISMO

Il processo di terziarizzazione dell'economia delle Marche appare crescente anche se si presentano ancora ampi margini di sviluppo. Importante evidenziare la crescita del "terziario avanzato", il quale è orientato allo sviluppo dell'"economia della conoscenza" e della Web economy mediante servizi ad alto valore aggiunto relativi alla gestione delle informazioni, alla consulenza, all'informatica, al web ed alle telecomunicazioni. Le imprese di tale comparto svolgono un ruolo sempre più importante ai fini dello sviluppo economico, impattando in particolare sulla competitività delle aziende, sulla crescita del capitale umano, sui processi di internazionalizzazione, sulla creazione di nuove imprese e di nuovi servizi.

Come è possibile osservare nella figura seguente, con particolare riguardo ai servizi dell'informazione e della comunicazione, tra i principali mercati di sbocco spiccano Stati Uniti (con una quota del 18,5% sul valore complessivo annuale), Francia (6,7%), Polonia (6,0%), Germania (5,4%), Regno Unito (4,9%) e Spagna (3,4%). Si notano inoltre altri Paesi dell'est Europa, mentre per la Cina si riscontra un peso ancora marginale prospettando potenzialità importanti per questa tipologia di offerta del sistema marchigiano.

Distribuzione del valore dell'export delle Marche dei prodotti delle attività di servizi di informazione e comunicazione per Paesi di destinazione. Anno 2020



Fonte: nostre elaborazioni su dati Istat

Il settore dei servizi comprende anche il turismo, il quale costituisce un volano sempre più rilevante per lo sviluppo socio-economico delle Marche. **L'internazionalizzazione rappresenta un obiettivo particolarmente importante anche con riferimento al sistema turistico della regione Marche.** In base ai dati Istat si evince che la Germania costituisce il mercato principale con 35.383 arrivi (pari al

24,1% del totale; si veda la tabella seguente) e 146.389 presenze (19,9% del totale) registrate nell'anno 2020; seguono i Paesi Bassi (10,6% degli arrivi), la Svizzera e il Liechtenstein (12,0% degli arrivi), la Francia (6,4% degli arrivi), il Belgio (5,5% degli arrivi), l'Austria (4,3%) e il Regno Unito (4,0% degli arrivi). Osservando la situazione pre-covid, si evidenzia che complessivamente gli arrivi degli stranieri nel 2019 sono stati pari a 396.208 mentre le presenze complessive 1.722.945 unità; il peso del mercato estero sul totale si attesterebbe al 16,4% degli arrivi e al 16,6% delle presenze. Percentuali ben al di sotto di quanto osservato a livello nazionale: mediamente il segmento di turismo straniero peserebbe circa la metà degli arrivi e delle presenze.

Distribuzione flussi turistici stranieri nelle Marche per Paesi di provenienza. Anni 2019 e 2020

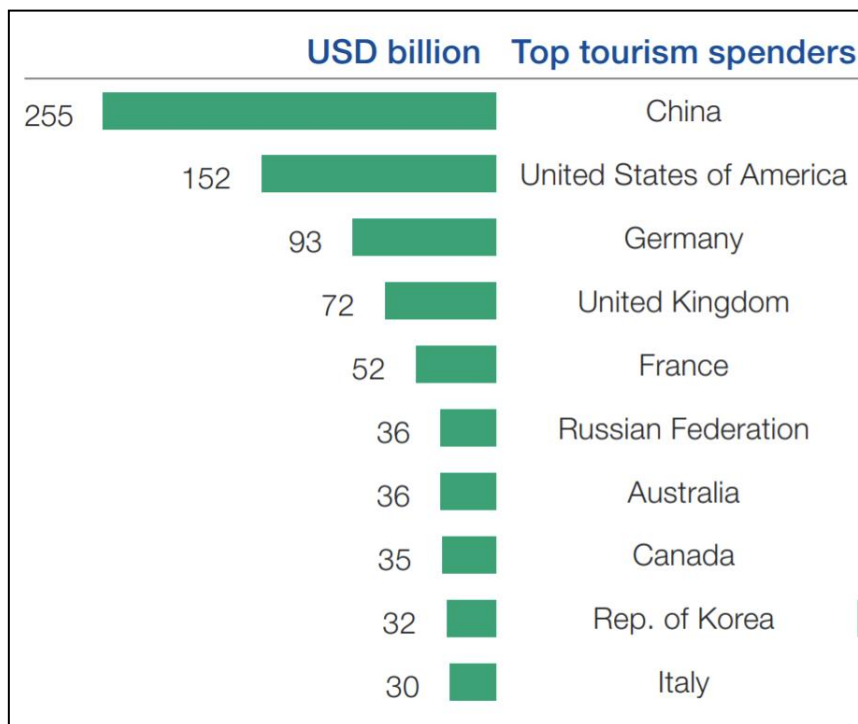
Paese di residenza dei clienti	ANNO 2019					ANNO 2020			
	Arrivi	% sul totale	Presenze	% sul totale		Arrivi	% sul totale	Presenze	% sul totale
Germania	68.256	17,2%	297.071	17,2%		35.383	24,1%	146.389	19,9%
Paesi Bassi	33.790	8,5%	192.135	11,2%		15.633	10,6%	94.253	12,8%
Svizzera e Liechtenstein	28.424	7,2%	107.741	6,3%		17.602	12,0%	62.311	8,5%
Francia	25.732	6,5%	80.304	4,7%		9.427	6,4%	32.912	4,5%
Regno unito	19.665	5,0%	64.490	3,7%		5.860	4,0%	20.042	2,7%
Belgio	16.253	4,1%	78.205	4,5%		8.021	5,5%	38.775	5,3%
Stati Uniti	16.206	4,1%	71.348	4,1%		2.337	1,6%	15.822	2,2%
Polonia	15.582	3,9%	48.902	2,8%		3.346	2,3%	12.283	1,7%
Russia	15.031	3,8%	65.754	3,8%		1.694	1,2%	9.618	1,3%
Austria	13.202	3,3%	50.877	3,0%		6.378	4,3%	24.351	3,3%
Repubblica Ceca	10.306	2,6%	58.662	3,4%		1.698	1,2%	7.068	1,0%
Spagna	10.054	2,5%	34.399	2,0%		3.068	2,1%	15.134	2,1%
Romania	8.836	2,2%	40.107	2,3%		4.395	3,0%	26.611	3,6%
Cina	6.204	1,6%	55.207	3,2%		1.058	0,7%	34.952	4,8%
Svezia	5.219	1,3%	21.082	1,2%		765	0,5%	2.257	0,3%
Grecia	4.778	1,2%	16.485	1,0%		2.067	1,4%	12.515	1,7%
Ungheria	4.707	1,2%	18.631	1,1%		905	0,6%	3.893	0,5%
Croazia	4.527	1,1%	9.849	0,6%		1.079	0,7%	3.535	0,5%
Brasile	4.438	1,1%	24.123	1,4%		1.090	0,7%	8.418	1,1%
Argentina	4.067	1,0%	19.453	1,1%		581	0,4%	2.449	0,3%
Altri Paesi esteri	80.931	20,4%	368.120	21,4%		24.556	16,7%	161.909	22,0%
<i>Totale Paesi esteri</i>	<i>396.208</i>	<i>100,0%</i>	<i>1.722.945</i>	<i>100,0%</i>		<i>146.943</i>	<i>100,0%</i>	<i>735.497</i>	<i>100,0%</i>
Unione europea	263.606	66,5%	1.100.358	63,9%		103.918	70,7%	462.134	62,8%

Fonte: nostre elaborazioni su dati Istat

Si evidenzia pertanto la necessità e l'opportunità di incrementare i flussi turistici esteri, intercettando target con capacità di spesa elevate rispetto ai quali la variegata offerta della regione può risultare attraente. In tal senso, si reputa opportuno realizzare azioni di comunicazione e di promozione della destinazione Marche ampliando i mercati geografici e rivolgendosi soprattutto ai seguenti Paesi-mercati, alla luce delle interessanti potenzialità: **Paesi scandinavi, Polonia, Nord America e Cina.**

E' opportuno precisare che, nella consapevolezza del ruolo preminente della manifattura nell'export marchigiano, il richiamo al settore turistico nel presente piano viene effettuato per completezza di analisi e con l'obiettivo di enfatizzare le possibili sinergie tra i settori in ottica di reciproca promozione. Nel presente piano non sono previste risorse economiche dedicate al settore turistico, il quale è oggetto di una pianificazione specifica.

Top 10 Paesi per spesa turistica internazionale. Anno 2020



Fonte: Organizzazione Mondiale del Turismo

OBIETTIVI DEL PIANO 2022-2024 E LINEE DI AZIONI STRATEGICHE

Il Piano Strategico 2022-2024 della Regione Marche per l'internazionalizzazione mira al perseguimento dei seguenti obiettivi principali:

- a) **Allargare la base delle imprese esportatrici abituali** offrendo supporto e “strumenti” adeguati, considerando che la presenza sui mercati esteri risulta un **obiettivo sempre più prioritario per la sopravvivenza e lo sviluppo di molte imprese**, ed anche le **opportunità di mercato** che possono essere colte a livello internazionale dalle produzioni marchigiane.
- b) **Rafforzare la presenza** delle imprese marchigiane nei mercati in cui i prodotti sono maggiormente **competitivi** nell'ottica di **consolidare le performance esportative** e sfruttare le **ulteriori potenzialità di crescita**.
- c) **Diversificare i mercati esteri** analizzando nuovi Paesi verso cui indirizzare le azioni di promozione e sostegno alle imprese, nell'ottica sia di **limitare i rischi di concentrazione geografica**, sia di favorire **obiettivi di crescita** del valore complessivo delle esportazioni.
- d) **Incrementare le competenze** delle imprese mediante percorsi formativi e il ricorso ai servizi di figure competenti, anche con riguardo ai canali digitali, sempre più importanti non solo ai fini della comunicazione ma anche della vendita, sia nei contesti BtoC che BtoB.
- e) **Sostenere l'internazionalizzazione digitale** favorendo la presenza su market place e fiere virtuali, nonché il ricorso all'e-commerce e l'utilizzo degli strumenti di comunicazione online.
- f) **Promuovere la crescita internazionale dei settori nell'ambito della strategia di specializzazione della regione Marche**, individuati sulla base del grado di competitività delle imprese e delle relative competenze distintive.
- g) **Migliorare le capacità finanziarie delle imprese** mediante opportuni strumenti di credito, finanza agevolata e **l'attrazione di investimenti**.
- h) **Diffondere l'immagine coordinata delle Marche** per conseguire **maggiore visibilità all'estero** e favorire il **riconoscimento dei valori e delle competenze** che il **sistema produttivo regionale** è in grado di esprimere.
- i) **Stimolare e supportare forme di aggregazione tra imprese**, quali ad esempio reti e consorzi, al fine di risultare maggiormente incisivi sui mercati internazionali, sopperendo ai limiti strutturali delle imprese di più piccole dimensioni, ma anche consentendo alle imprese più grandi e alle filiere di cogliere grandi opportunità in mercati in cui si rende necessaria una certa “massa critica” o risulta più efficace proporsi come network di competenze (es. nel contract design, progetti di grandi opere “chiavi in mano”).

In relazione alle macro aree tematiche della **Cooperazione Internazionale allo sviluppo e solidarietà internazionale**, alla **Cooperazione Territoriale Europea** e alla **Macroregione Adriatico Ionica**, gli obiettivi principali sono di seguito indicati:

Cooperazione Internazionale allo sviluppo e solidarietà internazionale

- a) **Sviluppare la cooperazione allo sviluppo internazionalizzata** attraverso l'attuazione di azioni sinergiche di internazionalizzazione dell'impresa marchigiana nei territori di cooperazione internazionale.
- b) **Sviluppare azioni di cooperazione cosviluppo con gli attori marchigiani presenti nei paesi di cooperazione** mettendo in relazione il tema della migrazione con il tema della cooperazione internazionale al fine di lavorare ad un programma di cosviluppo regionale nei paesi di cooperazione anche con fondi europei dei programmi EUROPA GLOBALE, FAMI.
- c) **Sviluppare l'integrazione nel territorio regionale tra cittadinanza globale e sostenibilità** in attuazione della “Strategia nazionale Educazione alla Cittadinanza Globale” (ECG) e della Strategia regionale sviluppo sostenibile.

- d) **Animare le reti regionali di cooperazione internazionale.** È, infatti, necessario supportare le attività del coordinamento regionale MARCHE SOLIDALI, dell'Associazione UNIVERSITA' della PACE e delle associazioni del Registro regionale per la pace, i diritti umani, la cooperazione e la solidarietà internazionale (Articolo 16, l.r. 9/2002).
- e) **Sviluppare linee progettuali strategiche per la programmazione europea e nazionale 2021-2027**

Cooperazione Territoriale Europea

- a) **Rafforzare il ruolo della Regione Marche nel sistema italiano** della Cooperazione Territoriale al fine di aumentare le risorse disponibili nella programmazione europea INTERREG 2021-2027, aumentando la qualità dei progetti.
- b) **Rafforzare il ruolo di animazione presso gli Uffici regionali.** E' necessario sviluppare, nel nuovo ciclo di programmazione europea 2021-2027, un'azione di promozione, con le strutture regionali, delle opportunità offerte dalla cooperazione territoriale europea per aumentare la capacità di attrarre progetti rilevanti allineati con le strategie regionali e per attivare maggiori risorse.
- c) **Sviluppare linee progettuali strategiche per la programmazione CTE 2021-2027.**

Macroregione Adriatico Ionica

- a) **Supportare il sistema Italia nel processo di sviluppo della EUSAIR** (Strategia dell'Unione Europea per la Regione Adriatico Ionica) dal punto di vista finanziario e di assistenza tecnica, nonché nella creazione di un network delle Autorità di Gestione dei programmi Europei di Cooperazione Territoriale al fine di facilitare la definizione delle priorità da includere nella programmazione europea 2021 -2027.
- b) **Rafforzare il ruolo della Regione nel processo decisionale e di revisione della Strategia EUSAIR** con particolare riferimento alle tematiche afferenti i giovani, l'occupazione, l'innovazione e l'allargamento.
- c) **Presentare la candidatura della Regione Marche al nuovo progetto di Supporto alla Governance della Strategia EUSAIR.**
- d) **Migliorare e rafforzare la EUSAIR STAKEHOLDERS PLATFORM** per favorire la creazione di rete e promuovere le opportunità ed affrontare le sfide comuni della Macroregione.

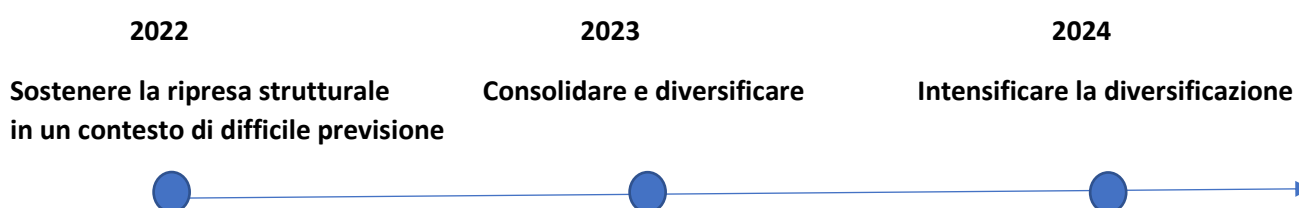
Per il raggiungimento dei suddetti obiettivi strategici si svilupperanno delle linee di intervento caratterizzate da una certa sistematicità e grado di integrazione, adottando anche un approccio differenziato a seconda delle caratteristiche ed esigenze delle imprese e dei mercati da conquistare.

Rispetto all'orizzonte temporale (triennio 2022-2024), le azioni previste per l'anno 2022 punteranno soprattutto al rafforzamento delle linee su cui la Regione ha iniziato a lavorare nel 2020 e 2021. In particolare, saranno orientate a **sostenere la ripresa strutturale in un contesto variabile di difficile previsione alla luce della crisi russo-ucraina**, ampliando l'orizzonte geografico oltre che concentrandosi sui mercati che hanno mostrato maggiore reattività e laddove i prodotti marchigiani godono di una elevata reputazione; si intensificherà quindi l'attività di verifica di nuovi mercati per realizzare un percorso mirato di diversificazione. Un altro obiettivo prioritario a partire dal primo anno è rinforzare il sistema produttivo sotto l'aspetto sia delle competenze necessarie per affrontare le sfide dell'internazionalizzazione, sia dell'innovazione, con riferimento specialmente alla trasformazione digitale, dal punto di vista commerciale e promozionale, ed anche sul piano produttivo e organizzativo, in collaborazione con i **Digital Innovation Hubs**. Saranno inoltre avviati percorsi di internazionalizzazione di filiera in una logica di sistema per favorire la valorizzazione e la promozione delle competenze dei diversi ambiti produttivi. Si rimarca inoltre la creazione di partnership istituzionali a livello nazionale e internazionale, al fine di enfatizzare le conoscenze e capacità tecniche nell'ottica di risultare maggiormente incisivi nella penetrazione dei mercati e di incrementare il grado di attrazione e il valore di immagine del sistema marchigiano.

A partire dal 2023, anche alla luce del monitoraggio e dell'analisi dei risultati che si andranno a conseguire, gli investimenti saranno diretti sia a **consolidare le performance** nei mercati conquistati, sia a favorire la penetrazione nei nuovi mercati nei quali si individuano le maggiori opportunità commerciali, intensificando, in tal senso, le attività di ricerca e analisi, il contatto e la conoscenza dei player esteri, le iniziative di promozione, preparando le imprese con mirati percorsi formativi oltre che offrendo supporto alla definizione delle strategie e delle azioni più coerenti con le caratteristiche del Paese-mercato.

Nel 2024 gli interventi saranno orientati in modo particolare al consolidamento delle posizioni acquisite sui mercati presidiati, al potenziamento delle reti di collaborazione e cooperazione nazionali e internazionali, all'**intensificazione del processo di diversificazione dei mercati**, prevedendo anche una continua attività di esplorazione e di analisi volta ad individuare ulteriori opportunità commerciali seguendo l'evoluzione e lo sviluppo dei Paesi emergenti.

Le linee di azione previste presentano una certa flessibilità per adattare gli interventi specifici all'evolversi della crisi russo-ucraina e della situazione pandemica. A tale scopo saranno attivati dei momenti di approfondimento e di coprogettazione con i soggetti rappresentativi delle imprese, funzionali a sviluppare concretamente le diverse linee di azioni e gli specifici ambiti o misure di intervento, o progetti operativi in funzione delle priorità temporali che emergono dal mondo delle imprese, delle risorse disponibili, per mettere in campo in modo tempestivo e più efficace possibile un'azione d'urto e di prospettiva.



Di seguito si descrivono le principali linee di azione.

LINEA DI AZIONE 1 - RAFFORZAMENTO COMPETENZE DELLE IMPRESE

La mancanza di **conoscenze e di competenze** è riconosciuta tra le criticità e barriere all'export più rilevanti.

Esiste in molti casi un problema di "**distanza cognitiva**" con i **mercati internazionali**, sia sotto l'aspetto delle opportunità che si possono cogliere, sia delle conoscenze ed anche delle competenze utili per definire appropriate strategie ed azioni adattandosi alle caratteristiche del mercato di interesse. Colmare il gap informativo-conoscitivo genera una maggiore familiarità dei contesti e la contrazione del rischio percepito, favorendo gli investimenti dell'azienda.

In tal senso, la formazione rappresenta uno strumento particolarmente importante. Essa può svolgere diverse funzioni, sia negli stadi iniziali che in quelli successivi del processo di internazionalizzazione. Nelle imprese che approcciano i mercati esteri per la prima volta, la formazione può fungere da stimolo e orientamento al processo, risultando un fattore abilitante e consentendo di evitare errori di valutazione o di approccio ai mercati esteri, ed anche di utilizzare al meglio i diversi "strumenti" a cui si può fare ricorso (es. come prepararsi e gestire la partecipazione ad una fiera internazionale) o innovativi (tecnologie digitali). La formazione può anche supportare l'espansione delle imprese a livello internazionale, incidendo sulla capacità competitiva e di gestione dei rapporti con i mercati esteri.

Si ritiene utile promuovere percorsi formativi che tengano conto dei **differenti gradi di internazionalizzazione** delle imprese (da quelle non presenti sui mercati esteri fino a quelle presenti in modo continuativo), delle **caratteristiche dimensionali**, dei **modelli di business** e dei **contesti di mercato (B2B, B2C)**; a seconda dei casi, infatti, cambiano le esigenze formative, in quanto mutano anche gli obiettivi e le possibilità e modalità di azione delle imprese con riferimento ai mercati internazionali.

Tra i temi oggetto di attività formativa merita attenzione l'internazionalizzazione digitale, alla luce dell'accelerazione che il fenomeno ha avuto a seguito della pandemia da Covid-19 e delle **potenzialità che le tecnologie e i servizi digitali** offrono anche alle imprese di più limitate dimensioni in ottica di promozione e vendita sui mercati esteri. **Conoscere e saper utilizzare** in modo adeguato determinati strumenti appare un obiettivo sempre più prioritario, considerando anche la crescente tendenza ad un approccio **Phygital** che si riscontra a livello globale.

Sempre con riguardo alle competenze, nella linea di azione si prevede soprattutto per le imprese di più ridotte dimensioni la possibilità di ricorrere a **figure professionali**, che altrimenti non riuscirebbero ad acquisire per ovvi limiti strutturali, al fine di gestire determinate attività e fasi per lo sviluppo sui mercati internazionali. Si prevede nello specifico il sostegno alle **PMI e alle reti di imprese** per l'acquisizione di **servizi di consulenza** delle figure professionali specializzate che assisteranno i processi di internazionalizzazione, tra i quali **Temporary Export Manager** e **Digital Export Manager** (incluse le figure professionali accreditate sul portale regionale).

Si intende inoltre promuovere le iniziative che prevedono lo sviluppo di esperienze formative all'estero da parte dei giovani e dei ricercatori, al fine di consentire al sistema di imprese regionale di beneficiare delle conoscenze e delle competenze maturate, oltre che l'eventuale possibilità di "aprire" dei mercati.

Più nello specifico, in collaborazione con ITA è prevista la realizzazione di attività formative per PMI sul digitale e formazione personalizzata su settori e paesi target specifici. In particolare, si intendono realizzare interventi formativi specifici finalizzati a sviluppare conoscenze e competenze tecnico manageriali e digitali per accrescere la competitività, riguardanti soprattutto 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**).

LINEA DI AZIONE 2 - ANALISI E PIANIFICAZIONE STRATEGICA

L'internazionalizzazione è un'attività che occorre **pianificare** al fine di conseguire risultati adeguati, coniugando al meglio gli obiettivi con le risorse aziendali (economiche e organizzative), ed allineando le caratteristiche dell'offerta con le opportunità ed il contesto di mercato (domanda, sistema distributivo, competitor, normativa). Si rendono quindi necessarie delle competenze non sempre disponibili soprattutto nelle realtà di più ridotte dimensioni, in relazione alle quali si assiste non di rado ad atteggiamenti caratterizzati dall'improvvisazione, da azioni mosse per tentativi, senza avere una **visione strategica di lungo termine**, con la conseguenza di una **presenza debole sui mercati** e **relazioni instabili con i partner esteri**. In questa prospettiva, al fine di consentire azioni più efficaci ed efficienti, si intende supportare le PMI nell'analisi e nella scelta dei mercati obiettivo, ed anche nella formulazione della strategia di ingresso e di conquista degli stessi.

Nello specifico, anche sulla base dell'**accordo con ITA Agenzia**, si realizzeranno **analisi di mercato e presentazioni 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. Tale attività mira ad orientare e sostenere le imprese nella scelta dei mercati obiettivo, ma anche a renderle maggiormente consapevoli delle opportunità e dei limiti.

Si prevede, inoltre, di promuovere tra le imprese regionali le iniziative SACE quali “Education to Export” (Webinar gratuiti dedicati ai temi dell'internazionalizzazione) e la Presentazione della Mappa dei Rischi / Rapporto Export nell'ottica di incrementare la conoscenza degli strumenti e monitorare l'andamento dei mercati internazionali.

Inoltre, si ritiene opportuno sostenere le aziende **per l'elaborazione di 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. Ciò, non soltanto mediante la crescita delle competenze interne alle imprese, ma anche favorendo l'acquisizione di servizi di figure professionali quali **Temporary Export Manager** e **Digital Export Manager** di cui alla linea 1.

LINEA DI AZIONE 3 - PROMOZIONE E PENETRAZIONE

La linea di azione prevede la realizzazione di progetti strategici per aree paese e 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. Si evidenzia che saranno previsti momenti dedicati alla coprogettazione ed alla concertazione degli interventi con le rappresentanze delle imprese, al fine di conseguire una maggiore aderenza rispetto alle esigenze del sistema produttivo. Di rilevanza primaria in tal senso, come verrà descritto nell'ultima linea del piano, sarà anche la fase di “ascolto” e di monitoraggio dei risultati conseguiti dalle aziende partecipanti alle fiere e ad altre iniziative di promozione.

Di seguito le azioni specifiche:

- a) **Realizzazione di missioni di sistema e partecipazione alle principali manifestazioni fieristiche di settore in Italia e all'estero:** la realizzazione di missioni di sistema saranno 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. Si prevede, inoltre, la partecipazione alle principali manifestazioni fieristiche, da realizzarsi sia in forma diretta (tramite la istituenda ATIM) che in collaborazione con la Camera di Commercio delle Marche nell'ambito di specifiche convenzioni. La partecipazione ad alcune fiere ed eventi potrà rientrare anche nel più ampio accordo quadro 2021-23 sottoscritto dalla Regione Marche con ITA, anche mediante la partecipazione in forma aggregata e collettiva. Rientra in questa azione la partecipazione all'Expo Dubai 2020 con la realizzazione di eventi, workshop e forum sia nel Padiglione Italia che fuori Padiglione, in collaborazione con la Camera di Commercio delle Marche e la presenza delle progettualità di eccellenza del mondo accademico ed imprenditoriale;
- b) **Apertura o consolidamento di canali digitali tramite piattaforme di vendita online B2B** 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 in presenza, nonché alla realizzazione di missioni di sistema/incoming/B2B in presenza. Questa attività 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, ad ogni buon conto, saranno sempre più connesse con lo spazio digitale. In particolare, sarà presa in considerazione la partecipazione alle seguenti piattaforme o altre utili alle imprese, che potranno scaturire nel prosieguo delle attività:
 - Piattaforma plurisettoriale ITA “SMART 365” sui settori portanti dell'economia marchigiana tra i quali calzature e pellami, moda e accessori, mobile e arredo, agroalimentare;
 - Piattaforma di Business Matching della Cassa Depositi e Prestiti, plurisettoriale;

- Piattaforma specializzata Cibus, settore agroalimentare, propedeutica alla partecipazione alla fiera Cibus.
 - 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;
 - Altre piattaforme ritenute utili;
- c) **Realizzazione di B2B in presenza e di incoming** di operatori e buyer provenienti dai principali paesi target. Questa attività sarà realizzata in forma diretta o in collaborazione con la Camera di Commercio delle Marche, ma anche nell'ambito dell'accordo quadro stipulato con ITA-Agenzia.
- d) Supporto alle PMI mediante servizi di consulenza per rafforzare la **gestione delle international sales**, ovvero, delle attività commerciali collegate ai processi di internazionalizzazione, elevando le capacità di vendita, conferendo approcci e strumenti per migliorare la gestione della rete vendita anche digitale, della clientela estera, la formulazione e la comunicazione dell'offerta, la negoziazione e gli aspetti della contrattualistica.
- e) **Realizzazione di progetti strategici per aree paese**: questi progetti potranno essere realizzati nell'ambito dei finanziamenti previsti all'interno della programmazione POR FESR 2021-27, all'interno dell'asse 3, dedicato alla competitività delle PMI e nell'ambito del bilancio regionale qualora possano essere reperiti finanziamenti da dedicare a questa azione. L'attuazione di questa misura si rende necessaria in considerazione della piccola dimensione delle imprese marchigiane e della opportunità di penetrare determinati mercati operando in modo integrato, affiancando le imprese con una presenza istituzionale caratterizzata da una immagine di sistema che tenga conto di una forte integrazione tra i diversi settori (manifattura, turismo, artigianato, agroalimentare, cultura). Questi progetti, pertanto, avranno l'obiettivo di veicolare, presso i consumatori extra-europei, i caratteri distintivi del Made in Marche ed i valori che determinano la qualità dei prodotti. I progetti saranno individuati previa consultazione dei rappresentanti del sistema economico, con l'intento di realizzare attività che siano rispondenti alle reali necessità del mondo imprenditoriale. I progetti saranno individuati e realizzati in collaborazione con la Camera di Commercio delle Marche, le associazioni di categoria, i centri di servizi e di trasferimento tecnologico, le Università e i Consorzi per l'internazionalizzazione.
- f) **Sostegno alle PMI per il posizionamento di prodotti di qualità presso showroom**, in Italia e all'estero, temporanee e permanenti. Ciò, sia per cogliere l'obiettivo di una maggiore visibilità delle competenze ed eccellenze produttive delle imprese marchigiane, sia per favorire un'elevata immagine dei prodotti sui mercati esteri che possa portare beneficio all'intero sistema produttivo. Questa attività potrà essere realizzata nell'ambito dei finanziamenti previsti all'interno della programmazione POR FESR 2021-27, all'interno dell'asse 3, dedicato alla competitività delle PMI e/o nell'ambito del bilancio regionale.
- g) **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. L'obiettivo è quello di proiettare su specifici mercati esteri le specializzazioni produttive delle Marche, integrando imprese con differenti dimensioni e grado di internazionalizzazione ma appartenenti alla stessa filiera; ciò, creando stabili relazioni e infrastrutture di vendita all'estero, offrendo supporto logistico, servizi di analisi, formazione, attività di promozione ed anche sostenendo l'innovazione dell'offerta.

LINEA DI AZIONE 4 – ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI

Le Marche hanno bisogno di attrarre nuovi insediamenti produttivi per ricreare la base industriale che si è perduta e si sta perdendo in modo particolare nelle aree colpite dalle maggiori crisi settoriali o quelle che hanno subito il sisma del 2016. Si rende, pertanto, necessario avviare interventi volti ad ampliare la base industriale con nuovi investimenti in attività produttive e di ricerca, anche di potenziali investitori esteri, che consentano di aumentare l'occupazione sul territorio e sviluppare nuove competenze e capacità produttive. La presente linea di azione prevede un insieme di azioni volte a favorire l'attrazione di investimenti da altre Regioni e dall'estero, attraverso i seguenti strumenti operativi:

- a) **Implementazione della *value proposition* della Regione Marche per attrarre potenziali investitori**, che comprenda la definizione del posizionamento delle Marche in Italia e in Europa per l'attrazione degli investimenti, la definizione dei target strategici per settori, attività e aree geografiche e la pianificazione delle prime azioni di comunicazione;
- b) Realizzazione ed implementazione del sito ***“Invest in Marche”*** a disposizione degli investitori esteri;
- c) **Realizzazione di una mappatura dei siti industriali presenti nella regione e delle aree di insediamento produttivo totalmente o parzialmente dismesse e/o libere** per l'insediamento di imprese manifatturiere o di terziario avanzato più rilevanti, presenti sul territorio regionale. L'attività di mappatura dovrà considerare la diversa natura delle aree, la loro localizzazione e perimetrazione, condizioni conservative, proprietà, nonché le dotazioni infrastrutturali. Tale mappatura sarà, inoltre, geo-referenziata attraverso la realizzazione di una apposita piattaforma web, con cui sarà possibile interrogare il data base delle aree individuate e filtrare i risultati sulla base di diversi criteri (territoriali, dimensionali, infrastrutturali);
- d) **Costituzione di un *desk*** per l'attrazione degli investimenti presso Regione/costituenda ATIM;
- e) **Promozione dell'attrattività del territorio e supporto agli investimenti esteri, da realizzarsi nell'ambito dell'accordo quadro già sottoscritto tra Regione Marche e ITA-Agenzia**, attraverso azioni coordinate volte all'identificazione e valorizzazione dell'offerta, alla ricerca di nuovi investitori/progetti di investimento all'estero, alla realizzazione di incoming di potenziali investitori esteri e alla loro successiva assistenza e accompagnamento nelle Marche;
- f) **Attivazione di incentivi volti a sostenere l'attrazione degli investimenti esteri e le azioni di reshoring in attuazione della legge regionale 17 marzo 2022, n. 4 “Promozione degli investimenti, dell'innovazione e della trasformazione digitale del sistema imprenditoriale marchigiano” anche a valere su risorse del POR FESR 2021-27**, sostenendo nuovi investimenti, espansioni o riutilizzo di stabilimenti produttivi inutilizzati, mediante la stipula di accordi regionali di investimento di norma triennali e la previsione di un mix di strumenti incentivanti per i potenziali investitori: non solo l'investimento produttivo, ma anche, progetti di ricerca e sviluppo, infrastrutture tecnologiche o di ricerca, investimenti energetico-ambientali, formazione degli assunti e aiuti all'occupazione (questi ultimi collegati al POR FSE).

LINEA DI AZIONE 5 – COOPERAZIONE TERRITORIALE E PARTENARIATI INTERNAZIONALI

Questa linea, nella quale un ruolo fondamentale ricopre la SVEM per l'accesso ai progetti europei di internazionalizzazione, si sviluppa nelle seguenti macro-aree tematiche:

- **Cooperazione Internazionale allo sviluppo e solidarietà internazionale**

- **Cooperazione Territoriale Europea**
- **Macroregione Adriatico Ionica**

Con riferimento alla **cooperazione internazionale allo sviluppo e solidarietà internazionale** è importante evidenziare che tutte le attività che si realizzeranno nel triennio saranno allineate e coerenti con le principali politiche internazionali (UN Sustainable Development Goals - AGENDA2030), europee (EU GREEN DEAL), nazionali (Strategia ECG e Strategia SNSvS) e regionali (S3, SrSvS, Distretto Biologico Marche, Piano GIZC, Piano adattamento climatico, energia, blu e green economy).

La programmazione triennale si articolerà nelle seguenti azioni specifiche:

- Favorire la cooperazione allo sviluppo internazionalizzata** attraverso l'attuazione di azioni sinergiche di internazionalizzazione dell'impresa marchigiana nei territori di cooperazione internazionale alla luce di quanto previsto dalla legge 125/2014, artt. 2, 23,24, 27, che apre al settore privato e identifica gli strumenti di finanziamento messi a disposizione per le imprese e gli istituti bancari per la realizzazione di interventi di sviluppo. In particolare saranno messi in campo i seguenti interventi: sviluppo delle opportunità per le imprese nella cooperazione allo sviluppo (Bando AICS Enti no profit), informazione costante alle imprese (info-days, newsletter ecc.); la partecipazione a fiere di settore (CODEWAY) ed eventi specializzati (COOPERA conferenza nazionale sulla cooperazione allo sviluppo).
- Sviluppare azioni di Cooperazione e cosviluppo con gli attori marchigiani presenti nei paesi di cooperazione** mettendo in relazione il tema della migrazione con il tema della cooperazione internazionale al fine di lavorare ad un programma di cosviluppo regionale nei paesi di cooperazione anche con fondi europei e nazionali dei programmi EUROPA GLOBALE, FAMI – Fondo Europeo Asilo e Migrazioni; AICS Enti Territoriali. Per raggiungere tale obiettivo si prevede di incentivare l'elaborazione di progetti regionali e dare supporto ai progetti provenienti dal territorio.
- Sviluppare l'integrazione nel territorio regionale tra Cittadinanza globale e sostenibilità.** In attuazione della Strategia nazionale "Educazione alla Cittadinanza Globale" (ECG) approvata nel 2020, e del Piano di Azione Nazionale per l'ECG in approvazione nel 2022, è necessario sviluppare azioni su scala locale, nazionale (BANDI ECG per Enti territoriali) ed internazionale (BANDI DEAR del FONDO EUROPA GLOBALE) che supportino la **realizzazione di un piano territoriale ECG che consolidi il ruolo delle Marche come attore nazionale ed internazionale in tale settore**. Pertanto, saranno proposti interventi in attuazione LR 23/2020 su educazione alla cittadinanza globale e cultura di sostenibilità; sarà dato supporto all'attuazione alla Strategia Regionale Sviluppo Sostenibile con la componente educativa (SRSvS) e si prevede la partecipazione ai Bandi AICS ed DG INTPA-EU per l'educazione alla cittadinanza globale.
- Animazione reti regionali di cooperazione internazionale.** E', infatti, necessario supportare le attività del coordinamento regionale MARCHE SOLIDALI, dell'Associazione UNIVERSITA' della PACE e delle associazioni del Registro regionale per la pace, i diritti umani, la cooperazione e la solidarietà internazionale (Articolo 16, l.r. 9/2002), attraverso la stipula di accordi operativi triennali.
- Sviluppo della progettazione europea diretta** a valere su EUROPA GLOBALE, sui programmi a gestione diretta (HORIZON EUROPE; ERASMUS+ ecc) e su programmi di donatori internazionali;

In riferimento alla **cooperazione territoriale europea**, è opportuno ricordare che nel ciclo di programmazione europea 2021-2027 la politica di coesione resta una delle voci più consistenti del bilancio, rappresentando la principale politica di investimenti dell'UE ed una delle sue più concrete espressioni di solidarietà. Anche l'articolazione in due obiettivi, il secondo dei quali è Programma Interreg (ovvero la cooperazione territoriale europea) risulta confermata. Al termine di un lungo e intenso negoziato, avviato

sulle proposte della Commissione Europea del maggio 2018, il 16 dicembre 2020 è stato raggiunto l'accordo politico sui testi del pacchetto regolamentare per la politica di coesione, tra cui il Regolamento Interreg. Nonostante la riduzione rispetto al ciclo di programmazione 2014-2020, la sesta generazione di programmi Interreg potrà contare su uno stanziamento del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR) di circa 9 miliardi di euro.

La Regione Marche segue i lavori dei diversi Tavoli istituiti a livello di Programma (Task Force) e a livello nazionale (Comitato Nazionale) per contribuire alla definizione della programmazione Interreg 2021-2027. In particolare, la Regione Marche partecipa ai seguenti programmi:

- COOPERAZIONE TRANSFRONTALIERA Italia - Croazia
- COOPERAZIONE TRANSNAZIONALE IPA Adrion - Euro MED (ex MED) - Next Med (ex ENI CBC MED)
- COOPERAZIONE INTERREGIONALE Espon Interreg Europe Interact Urbact

Le priorità di lavoro e gli obiettivi per il 2022-2024 possono essere così riassunte:

- a) **Confermare il ruolo della Regione Marche nel Programma IPA ADRION** e, in particolare, si punterà alla conferma del ruolo di NATIONAL CONTACT POINT per il 2021-2027 e alla conferma ruolo nel progetto supporto EUSAIR (vedi punto seguente).
- b) **Rafforzare il ruolo di animazione presso gli Uffici regionali.** E' necessario sviluppare, nel nuovo ciclo di programmazione europea 2021-2027, un'azione di promozione, con le strutture regionali, delle opportunità offerte dalla cooperazione territoriale europea per aumentare la capacità di attrarre progetti rilevanti allineati con le strategie regionali e per attivare maggiori risorse. In tal senso verranno messi in campo interventi volti alla raccolta delle priorità progettuali, s'intensificherà il supporto alle strutture regionali nella progettazione e la diffusione delle informazioni sui bandi.
- c) **Sviluppare l'Animazione Territoriale.** E' necessario sviluppare, per il nuovo ciclo di programmazione europea 2021-2027, un'azione di promozione nel territorio delle opportunità offerte dalla cooperazione territoriale europea per aumentare la capacità di attrarre progetti e risorse. Pertanto si metteranno in campo i seguenti interventi: informazione costante (info-days, newsletter ecc), creazione tavoli di co-progettazione, azioni di integrazione con le politiche mainstream, creazione partenariati progettazione/gestione progetti.
- d) **Progettazione diretta.** E' necessario sviluppare nel nuovo ciclo di programmazione europea 2021-2027 un'azione di progettazione sui principali assi strategici della programmazione regionale a valere su progetti a gestione diretta UE (DGINTPA HORIZON EUROPE, I3 ECC) e Programmi Nazionali a valere sui programmi CTE

Con riferimento alla **Macroregione Adriatico Ionica**, l'azione della Regione Marche s'incentrerà sui seguenti obiettivi strategici:

- a) **Supportare il sistema Italia nel processo di sviluppo della EUSAIR** (Strategia dell'Unione Europea per la Regione Adriatico Ionica) dal punto di vista finanziario e di assistenza tecnica, nonché nella creazione di un network delle Autorità di Gestione dei programmi Europei di Cooperazione Territoriale al fine di facilitare la definizione delle priorità da includere nella programmazione europea 2021 -2027. In particolare, si prevede una maggiore definizione e un approfondimento dell'attività di assistenze tecniche del Coordinamento Sovranazionale, Nazionale e Regionale. Inoltre, si prevede l'organizzazione di eventi/workshop e la costituzione di gruppi di lavoro per la messa a punto di un modello di progettazione congiunta sulle priorità Macroregionali (crescita blu, connettività infrastrutturale ed energetica, qualità ambientale e turismo sostenibile, innovazione tecnologica e *capacity building*) che veda il coinvolgimento delle Autorità di Gestione dei Programmi

di Cooperazione Territoriale e dei Mainstream (PON e POR) e relativo Monitoraggio nell'ottica del processo di *Embedding*.

- b) **Partecipazione al processo decisionale e di revisione della Strategia EUSAIR** (con particolare riferimento ai giovani, l'occupazione, l'innovazione e l'allargamento) che si declina in incontri per la Revisione della Strategia Macroregionale EUSAIR con gli attori della Governance (Ministeri degli Affari Esteri, Ministeri Balcanici per l'Integrazione Europea e per l'allargamento, Presidenza del Consiglio dei Ministri, Commissione Europea e Regioni EUSAIR);
- c) **Candidatura al nuovo progetto di Supporto alla Governance della Strategia EUSAIR**, che si declina nella definizione del nuovo progetto a valere sul Programma IPA ADRION e relativa negoziazione;
- d) **Migliorare e rafforzare la EUSAIR STAKEHOLDERS PLATFORM** per favorire la creazione di rete e promuovere le opportunità ed affrontare le sfide comuni della Macroregione. In particolare si prevede l'integrazione e sviluppo di un sistema evoluto ed innovativo di dialogo virtuale a livello macroregionale EUSAIR tra tutti i portatori di interesse (es: B2B virtuali, e learning per favorire l'integrazione tra PA, università, imprese e cittadini,) e l'organizzazione e assistenza tecnica di eventi complessi a livello Macroregionale (es. Forum EUSAIR, settimane delle Strategie Macroregionali).

LINEA DI AZIONE 6 - STRUMENTI CREDITIZI E FINANZIARI

La presente linea di azione prevede la realizzazione di strumenti creditizi e finanziari a sostegno delle imprese che esportano, ivi inclusa l'attuazione degli accordi stipulati a fine 2021 con SACE e SIMEST, ai 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 SACE e SIMEST;
- realizzare strumenti finanziari ad hoc volti a favorire la crescita dimensionale delle PMI esportatrici e l'accesso delle stesse al mercato dei capitali.

Con particolare riferimento agli accordi con SACE e SIMEST, saranno attuati i seguenti strumenti operativi:

- a) **Favorire la diffusione e conoscenza dei servizi e degli strumenti finanziari di SACE e SIMEST** utili a rendere più competitivo l'export regionale con individuazione di aree tematiche specifiche, con workshops in presenza o webinar finalizzati a facilitare l'accesso da parte delle aziende marchigiane a tutti i benefici derivanti da programmi nazionali messi a disposizione delle imprese e a promuovere la diffusione e l'utilizzo presso le imprese marchigiane degli strumenti di finanza agevolata gestiti da SIMEST, nonché delle analisi dei mercati e dei rischi-paese forniti dal gruppo SACE;
- b) **Fornire assistenza alle imprese per definire la propria strategia di internazionalizzazione**, attraverso attività comuni in termini promozionali e di supporto per l'internazionalizzazione delle PMI su specifici mercati e per specifiche filiere produttive regionali e selezionare, valutare, assistere progetti imprenditoriali con la finalità di sostenerli finanziariamente con i propri strumenti;
- c) **Realizzazione di una pagina web nell'area dedicata alle Partnership sul sito aziendale di SACE e della Regione Marche**;

- d) Sessioni di approfondimento dedicate alla nuova operatività di SACE a sostegno dei progetti in ambito **Green Economy**;
- e) 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;
- f) Organizzare specifiche **iniziative di promozione internazionale su specifici mercati e/o per specifiche filiere produttive**. In particolare, si prevede di organizzare con SIMEST missioni finalizzate a promuovere iniziative integrate di internazionalizzazione a livello di imprese (finalizzate soprattutto a definire progetti congiunti attraverso joint ventures) e di costruzione di legami a livello istituzionale, tecnologico e finanziario.

LINEA DI AZIONE 7 – COMUNICAZIONE MONITORAGGIO E ANALISI DEI RISULTATI

Particolare attenzione sarà riservata alla comunicazione e alla presenza di una immagine coordinata della regione Marche nei mercati esteri.

A tal fine, la Regione si è dotata di un nuovo marchio denominato “MARCHE/Land of Excellence” per esaltare il concetto di un territorio ricco di imprese “eccellenti” nei vari settori produttivi a livello mondiale.

La Regione sta lavorando, pertanto, ad una forte operazione di branding che possa caratterizzarci in tutto il mondo, associando la nostra Regione alla parola eccellenza che costituisce il nostro comun denominatore e che unisce e contraddistingue tutte le nostre produzioni.

Il marchio, che è ispirato ai temi che animano la partecipazione della Regione Marche all'estero e si ripropone di tutelare l'identità e rafforzare la riconoscibilità nelle molteplici iniziative ad esso legate, nasce da un “font” creativo realizzato ad hoc, una soluzione estremamente leggibile e memorizzabile, con caratteristiche estetiche che comunicano forza e solidità.

In considerazione di quanto sopra e al fine di moltiplicare gli effetti delle azioni di internazionalizzazione poste in essere dalla Regione e dalle imprese marchigiane stesse, la Regione intende promuovere l'utilizzo del marchio “MARCHE/Land of Excellence” in occasione di tutte le iniziative promozionali, eventi, manifestazioni fieristiche ed esposizioni organizzate direttamente o indirettamente dalla Regione.

La Regione si è dotata di un manuale di identità visiva che illustra le modalità di utilizzo del marchio da parte dei soggetti che a vario titolo hanno a che fare con l'attività di internazionalizzazione.

Il marchio potrà, inoltre, essere utilizzato sui social aziendali, brochure ed altri documenti inerenti la manifestazione fieristica/evento per il tempo di preparazione e fino alla sua conclusione, nelle modalità indicate nel manuale di identità visiva, generando così un effetto moltiplicatore importante della presenza marchigiana all'estero.

La presente linea di azione è finalizzata, inoltre, a rilevare ed analizzare il follow up delle imprese che hanno partecipato agli eventi e l'impatto economico degli investimenti realizzati a sostegno dei processi di internazionalizzazione. 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 sia digitali che in presenza. 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 un questionario semi-strutturato 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.

Il supporto alle imprese nell'internazionalizzazione passa anche attraverso una importante attività di networking. Al fine di potenziare la comunicazione e il monitoraggio dei dati, anche in modo coordinato con gli indicatori contenuti nel POR FESR 2021-27, si ritiene necessario stringere ulteriori accordi di collaborazione con altri soggetti di natura pubblica e/o privata, a seconda delle diverse esigenze, come ad esempio: le Università; gli studi professionali esperti in materia di contrattualistica internazionale, in materia doganale, fiscale e del commercio estero; il sistema delle associazioni di categoria che accompagna le imprese nel mondo.

ANNO 2022 – SOSTENERE LA RIPRESA STRUTTURALE

LINEE DI AZIONI	INTERVENTI	OBIETTIVI
1. RAFFORZAMENTO DELLE COMPETENZE	Realizzazione di attività formative (temi gestionali, international marketing & sales, seminari focus Paesi, normativa, competenze digitali): - Accordo Regione-ITA: attività formative per imprese di micro-piccole dimensioni sulla digitalizzazione della funzione di vendita - Accordo Regione-ITA: attività formative per giovani imprenditori che non hanno mai operato sul mercato delle start-up, in particolare nei settori IA, blockchain, economia circolare, automotive - Accordo Regione-ITA: progetto upgrading per imprese più strutturate per arrivare ad un piano di internazionalizzazione personalizzato per ciascuna azienda partecipante ➤ Mercato target: USA; ➤ Settori target: moda, food, meccanica e arredo ➤ Durata (luglio-dicembre 2022)	Ampliare la base delle imprese esportatrici, favorendo una maggiore consapevolezza delle opportunità e dei rischi. Rafforzare i sistemi produttivi delle Marche per affrontare le sfide dell'internazionalizzazione, dotandole di capacità per gestire strumenti e relazioni, e governare i processi in modo efficiente ed efficace.
	Incentivi per ricorso a servizi specialistici tra i quali Temporary Export Manager e Digital Export Manager	
2. ANALISI E PIANIFICAZIONE STRATEGICA	Accordo Regione-ITA: Analisi di mercato e presentazioni di Paesi target Accordo Regione-SACE: "Education to Export" (Webinar gratuiti dedicati ai temi dell'internazionalizzazione) e la Presentazione della Mappa dei Rischi / Rapporto Export nell'ottica di incrementare la conoscenza degli strumenti e monitorare l'andamento dei mercati internazionali.	Supportare i processi di selezione dei mercati-obiettivo e l'orientamento delle azioni delle imprese, fornendo conoscenze e informazioni accurate.
	Assistenza alla pianificazione strategica su mercati specifici	Supportare la formulazione di strategie di penetrazione o consolidamento nei mercati internazionali, legando coerentemente obiettivi-azioni-risorse aziendali con le caratteristiche del mercato.

3. PROMOZIONE E PENETRAZIONE	Realizzazione di missioni di sistema in determinati paesi target e partecipazione alle principali manifestazioni fieristiche di settore in Italia e all'estero, incluse fiere per startup innovative	Sostenere la penetrazione dei mercati e promuovere l'immagine coordinata della Regione
	Partecipare a Expo Dubai 2020 mediante missione di sistema, workshop, forum ed eventi promozionali	Sviluppare relazioni commerciali nel mercato emiratino
	Consolidamento del comparto moda sul mercato europeo, mediante l'attuazione del "Progetto Moda Europa" approvato a dicembre 2021 in attuazione della convenzione con ITA: - Azioni collaterali alla manifestazione fieristica "PREMIUM" 2022 - Partecipazione a "TRANOI Femme" (Parigi, 3-6 ottobre 2022) ed organizzazione iniziative collaterali - Realizzazione di showroom con presentazione delle collezioni in strutture della Svizzera che ospitano al loro interno agenzie di rappresentanza e showroom, come il TMC per le imprese appartenenti al solo settore dell'abbigliamento e all'interno del FOM (Fashion Orde Mall), nell'ambito degli Open Days, per le imprese del settore calzaturiero e/o accessori moda. - Organizzazione di B2B e incoming con buyer e giornalisti da Francia, Germania, Svizzera e networking con i principali distributori e responsabili acquisti dei maggiori fashion mall.	Sostenere il consolidamento dei mercati europei da sempre sensibili alla qualità dei prodotti del Made in Italy e promuovere l'immagine coordinata della Regione
	Ripresa e consolidamento del comparto moda sui mercati Cina/Giappone/Corea del Sud/Emirati Arabi. Per queste finalità saranno predisposti dei "Progetti Paese" nei quali si definiscono le linee strategiche di attività che saranno realizzate dalla Regione/Agenzia ATIM in collaborazione con la Camera di Commercio delle Marche con il ricorso alle rappresentanze diplomatiche ed economiche del nostro paese. E con il concorso determinante delle associazioni di categoria, aziende in forma singola e associata. A seguito del recente accordo con l'Emirato di Dubai è prevista la realizzazione di una warehouse quale struttura di riferimento delle aziende per i mercati dell'Area del Golfo. Per quanto concerne i mercati dell'Estremo Oriente le fiere di seguito elencate	Sostenere la ripresa e il consolidamento dei mercati dell'Est e promuovere l'immagine coordinata della Regione

	costituiranno momenti importanti di crescita e di sviluppo della nostra presenza nei rispettivi mercati: • MODA ITALIANA a Seul (sett 2022) • CIIE - CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO a Shangai (5-10 nov) • MODA ITALIA SHOES FROM ITALY a Tokio (febbraio-luglio 2023).	
	La penetrazione commerciale su nuovi mercati, e in particolare su quello statunitense, richiede non solo una preparazione per le imprese, ma anche una presenza continuativa e la realizzazione di azioni di sistema. Per questo, in collaborazione con ITA-Agenzia, nel periodo 2022-24 saranno realizzate una serie di iniziative territoriali, rispondenti alla domanda locale e con una presentazione del comparto calzature a 360 gradi. - Formazione ed informazione con webinars di approfondimento e conoscenza del mercato o webinar brand assessment per aziende già presenti sul mercato - realizzare eventi autonomi in aree di grande interesse per il comparto, quali Dallas e Atlanta o eventi all'interno/in concomitanza con le principali manifestazioni fieristiche già consolidate - campagna di comunicazione sui media, soprattutto tramite canali digitali, azioni di PR e marketing con press e keyplayer di settore. - incoming di operatori, giornalisti, influencer con visita alle aziende per favorire la realizzazione di B2B e la conoscenza dei prodotti marchigiani.	Sostenere la diversificazione dei mercati con particolare riferimento al mercato statunitense e promuovere l'immagine coordinata della Regione
	Presenza su piattaforme digitali B2B specializzate 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	Favorire il ricorso ai canali di matching e di vendita online per accedere e servire i mercati internazionali.

	Realizzazione di B2B in presenza e di incoming di operatori e buyer provenienti dai principali paesi target	Promuovere scambi, accordi, investimenti.
	Supporto alle PMI mediante servizi di consulenza per rafforzare la gestione delle international sales, ovvero, delle attività commerciali collegate ai processi di internazionalizzazione, elevando le capacità di vendita, conferendo approcci e strumenti per migliorare la gestione della rete vendita anche digitale, della clientela estera, la formulazione e la comunicazione dell'offerta, la negoziazione e gli aspetti della contrattualistica.	Affiancare le imprese nella definizione del business agreement, nell'avvio e nella gestione delle trattative con clienti esteri.
	Strumenti di supporto per investimenti in digital marketing e incentivi per servizi di influencer su mercati esteri	Incrementare la visibilità online e sostenere le attività di e-commerce
	Supporto alle PMI per il riorientamento e la diversificazione dei clienti e dei fornitori, per l'individuazione di nuove opportunità di business, anche alla luce della crisi russo-ucraina	Esplorare nuovi Paesi-mercati con potenzialità interessanti per le produzioni marchigiane.
3. PROMOZIONE E PENETRAZIONE (focus agroalimentare)	Procedere con una forte integrazione delle attività di promozione nel settore agroalimentare con i settori del turismo e della cultura. I comparti maggiormente interessanti sono quello dell'enoturismo, dell'agricoltura biologica e il settore delle produzioni di qualità certificata	Sostenere la penetrazione dei mercati e promuovere l'immagine coordinata della Regione per il tramite del settore enogastronomico. Implementare l'offerta turistica regionale per coniugare la conoscenza della cultura del vino con la cultura dei territori di produzione,
	Proseguire nello sviluppo di strategie atte a valorizzare le produzioni di eccellenza regionali attraverso il coinvolgimento dei principali soggetti della distribuzione (canali Ho.Re.Ca., GDO e DO) attraverso l'attuazione di progetti che vedano il coinvolgimento diretto delle produzioni enogastronomiche regionali e degli operatori della ristorazione. Il tutto coordinato da una comunicazione con una forte impronta regionale. Sostegno a progetti territoriali meritevoli di promuovere l'immagine delle Marche attraverso azioni di informazione e promozione realizzate da enti locali, associazioni di produttori, dai distretti del cibo riconosciuti e da Istituti di formazione scolastica nel settore alberghiero.	Promuovere la conoscenza della qualità delle produzioni enogastronomiche ed alogastronomiche con esclusiva attenzione verso le birre agricole ed artigianali.
	Partecipazione a manifestazioni fieristiche in Italia ed all'estero con la contemporanea attuazione di azioni collegate agli eventi principali,	Attraverso la collaborazione della Camera di Commercio delle Marche, dei Consorzi di Tutela dei Vini, delle associazioni di produttori titolari dei progetti del PSR e dei

	utili a rafforzare la promozione complessiva e coordinata della Regione. Attuazione di missioni di settore. Supporto alle azioni promozionali autonome dei Consorzi di Tutela de Vini sui mercati dei paesi terzi con la OCM Vino e sui mercati UE con il Programma di Sviluppo Rurale.	Distretti del cibo riconosciuti dalla Regione occorre sviluppare una adeguata presenza nei contesti nazionali ed internazionali per favorire i contatti con gli attori commerciali dei mercati internazionali.
	La Legge regionale sull'enoturismo e le conseguenti strategie attuative sono il nuovo ed ulteriore strumento di promozione dell'intero contesto enogastronomico regionale unito a quello culturale ed ambientale. Attraverso la definizione di progetti delineati quali i "Percorsi del Gusto" si porterà a valorizzare e sostenere le azioni strutturali realizzate ed a ridisegnare, sotto una veste coordinata a livello regionale, le azioni da attuare nel rispetto dei criteri di una promozione complessiva e coordinata. In questo contesto saranno valorizzati con i fondi del 2022 gli interventi presentati nelle annualità precedenti per far fronte alla pandemia da COVID-19, limitatamente alle spese per investimenti realizzati, che siano coerenti con le finalità del presente piano.	Implementare l'offerta turistica regionale, anche attraverso strumenti innovativi, per coniugare la conoscenza della cultura del vino con la cultura dei territori di produzione assieme a tutte le altre emergenze che il territorio offre.
	La regione vede la presenza di comparti agricoli che, nel corso degli anni, hanno sviluppato una forte caratterizzazione produttiva di alcuni territori. Un particolare esempio viene dal comparto florovivaistico di Grottamare. Sarà seguita e sostenuta la partecipazione ad eventi nazionali quali EUROFLORA ed internazionali che si attueranno nell'anno.	Sostenere la presenza sui mercati nazionali ed internazionali dei distretti produttivi regionali di particolare valore
4. ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI	Implementazione della <i>value proposition</i> della Regione Marche per attrarre potenziali investitori, che comprenda la definizione del posizionamento delle Marche in Italia e in Europa per l'attrazione degli investimenti, la definizione dei target strategici	Attrarre nuovi insediamenti produttivi per ricreare la base industriale che si è perduta e si sta perdendo in modo particolare nelle aree colpite dalle maggiori crisi settoriali o quelle che hanno subito il sisma del 2016. Ampliare la base industriale con nuovi investimenti in attività produttive e di ricerca, anche di potenziali investitori esteri, che consentano di aumentare l'occupazione sul territorio e sviluppare nuove competenze e capacità produttive
	Realizzazione ed implementazione del sito "<i>Invest in Marche</i>" a disposizione degli investitori esteri	
	Costituzione di un <i>desk</i> per l'attrazione degli investimenti	

	Realizzazione di una mappatura dei siti industriali presenti nella regione e delle aree di insediamento produttivo totalmente o parzialmente dismesse e/o libere per l'insediamento di imprese manifatturiere o di terziario avanzato più rilevanti, presenti sul territorio regionale	
	Promozione dell'attrattività del territorio e supporto agli investimenti esteri, da realizzarsi nell'ambito dell'accordo quadro già sottoscritto con ITA-Agenzia, attraverso azioni coordinate	
	Attivazione di incentivi volti a sostenere l'attrazione degli investimenti esteri e le azioni di reshoring in attuazione della legge regionale 17 marzo 2022, n. 4 "Promozione degli investimenti, dell'innovazione e della trasformazione digitale del sistema imprenditoriale marchigiano" anche a valere su risorse del POR FESR 2021-27, sostenendo nuovi investimenti, espansioni o riutilizzo di stabilimenti produttivi inutilizzati, mediante la stipula di accordi regionali di investimento di norma triennali e la previsione di un mix di strumenti incentivanti per i potenziali investitori	
5. COOPERAZIONE TERRITORIALE E PARTENARIATI INTERNAZIONALI	Emanazione di un Bando AICS Enti no profit	Sviluppare opportunità per le imprese marchigiane nella cooperazione internazionale allo sviluppo
	Partecipazione alla fiere di settore (CODEWAY) e ad eventi specializzati (COOPERA conferenza nazionale sulla cooperazione allo sviluppo), con una informazione costante alle imprese (info-days, newsletter ecc.).	
	Elaborazione di progetti regionali e supporto alla progettazione proveniente dal territorio sui Programmi EUROPA GLOBALE, FAMI _FONDO Europeo Asilo e Migrazioni; AICS Enti Territoriali	Mettere in relazione il tema della migrazione con il tema della cooperazione internazionale al fine di lavorare ad un programma di cosviluppo regionale nei paesi di cooperazione
	Nell'ambito della Cittadinanza globale e sostenibilità si darà attuazione alla LR 23/2020 su educazione alla cittadinanza globale e cultura di sostenibilità; si prevede la partecipazione ai Bandi AICS ed DG INTPA-EU per l'educazione alla cittadinanza globale e si darà supporto all'attuazione SRSvS con la componente educativa	

	Supporto alle attività dell'Università della pace, alle attività di Marche Solidali, attraverso la sottoscrizione di Accordi Operativi triennali	Animazione di reti regionali di cooperazione internazionale
	Progettazione europea a valere sul programma EUROPA GLOBALE, su programmi a gestione diretta (HORIZON EUROPE; ERASMUS+ ecc) e su programmi di donator internazionali	Rafforzamento della progettazione europea
	Preparazione della candidatura IPA ADRION: proseguire per il 2021-2027 con il ruolo di NATIONAL CONTACT POINT per l'ITALIA	Rafforzare il Ruolo della Regione Marche nel sistema italiano della cooperazione territoriale al fine di aumentare le risorse disponibili nella cooperazione territoriale
	Animazione presso gli uffici regionali: raccolta delle priorità progettuali strategiche, supporto alle strutture regionali nella progettazione e informazioni sui bandi ; Animazione territoriale: informazione costante (info-days, newsletter ecc) al territorio, creazione di tavoli di co-progettazione, con azioni di integrazione con le politiche mainstream e prevedendo la reazione partenariati progettazione/gestione progetti	Rafforzare il Ruolo di animazione della Regione presso gli uffici regionali e con i principali beneficiari del territorio per incentivare la partecipazione a bandi e progetti
	Sviluppo di nuove progettualità strategiche su Programmi a gestione diretta UE (DGINTPA HORIZON EUROPE, I3 ECC) e su Programmi nazionali a valere sui programmi CTE	Aumentare le risorse europee a gestione diretta disponibili per le Marche, sviluppando linee progettuali strategiche per la programmazione CTE 2021-2027

	Supporto finanziario, assistenza tecnica e creazione di network dei portatori di interesse nell'ambito della macroregione adriatico ionica; organizzazione di eventi/workshop; costituzione di gruppi di lavoro per la messa a punto di un modello di progettazione congiunta sulle priorità Macroregionali.	Supportare il sistema Italia nel processo di sviluppo della EUSAIR - Strategia UE per la Regione Adriatico e Ionica
	Incontri con la Governance della Strategia EUSAIR e redazione documento di revisione	Partecipazione al processo decisionale e di revisione della Strategia EUSAIR
	Preparazione della candidatura al nuovo progetto di Supporto alla <i>Governance</i> della Strategia EUSAIR a valere sul Programma IPA ADRION	Rafforzare il Ruolo della Regione Marche all'interno della strategia EUSAIR
	Creazione di reti, promozione delle opportunità a livello Macroregionale EUSAIR; Dialogo virtuale a livello Macroregionale EUSAIR tra vari portatori di interesse (es: B2B virtuali, E-Learning per favorire l'integrazione tra PA, università, imprese e cittadini..); Organizzazione ed assistenza tecnica di eventi complessi a livello Macroregionale, Informazione costante sulle tematiche dell'EUSAIR; Sviluppo di nuovi strumenti della EUSAIR Stakeholders Platform.	Migliorare e rafforzare la <i>EUSAIR STAKEHOLDERS PLATFORM</i>
6. STRUMENTI CREDITIZI E FINANZIARI	Favorire l'accesso al credito, la conoscenza e l'utilizzo di strumenti finanziari volti a sostenere specifici progetti di internazionalizzazione e progetti di investimento ricadenti in ambito green economy	Sostenere le attività di internazionalizzazione mediante un rafforzamento patrimoniale delle imprese, una efficace gestione dei rischi e un adeguato utilizzo degli strumenti finanziari e creditizi
	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 SACE e SIMEST	

	Realizzare strumenti finanziari ad hoc volti a favorire la crescita dimensionale delle PMI esportatrici e l'accesso delle stesse al mercato dei capitali.	
7. COMUNICAZIONE, MONITORAGGIO E ANALISI DEI RISULTATI E	Comunicazione coordinata su social media, giornali, riviste specializzate mediante l'utilizzo del nuovo marchio denominato "MARCHE/Land of Excellence" Aggiornamento continuo del sito web di marcheinnovazione e del sito istituzionale e sviluppo di una piattaforma di promozione e raccolta dati sulle manifestazioni fieristiche sostenute direttamente o indirettamente dalla Regione Interviste telefoniche e somministrazione questionari alle imprese interessate dalle azioni, elaborazione ed analisi dei dati.	Comunicazione coordinata e continua Monitoraggio per un miglioramento dei risultati e una riprogrammazione degli interventi futuri.

ANNO 2022		
SISTEMI	PAESI-MERCATI PRIORITARI	NUOVI PAESI-MERCATI DA ESPLORARE
CASA	Europa, Stati Uniti, Cina	Polonia, Romania, Ungheria, Repubblica Ceca, EAU <i>Monitorare: Nord Africa (Marocco, Tunisia, Libia), Sud Africa</i>
MODA	Europa, Stati Uniti, Cina	Polonia, Romania, Albania, Repubblica Ceca, Ungheria, Bulgaria, EAU
MECCANICA	Europa, Stati Uniti, Canada, Cina	Polonia, Romania, Ungheria, Bulgaria, Albania, EAU <i>Monitorare: Nord Africa (Marocco, Tunisia, Libia)</i>
ALIMENTARE	Europa, Stati Uniti	Polonia, Repubblica Ceca, Romania, Bulgaria, Albania.
SALUTE	Europa, Stati Uniti	Polonia, Romania, Repubblica Ceca, EAU
CULTURA-EDUCAZIONE	Europa, Stati Uniti	Polonia, Romania, Repubblica Ceca
ECONOMIA DEI SERVIZI E DEL TURISMO	Europa (in particolare Germania, Francia, Regno Unito, Paesi Bassi, Belgio, Paesi Scandinavi), Stati Uniti	Polonia, Romania, Repubblica Ceca, Ungheria, Cina

ANNO 2023 – CONSOLIDARE E DIVERSIFICARE

LINEE DI AZIONI	INTERVENTI	OBIETTIVI
1. RAFFORZAMENTO DELLE COMPETENZE	Realizzazione di attività formative (temi gestionali, international marketing & sales, seminari focus Paesi, normativa, competenze digitali...)	Ampliare la base delle imprese esportatrici, favorendo una maggiore consapevolezza delle opportunità e dei rischi. Rafforzare i sistemi produttivi delle Marche per affrontare le sfide dell'internazionalizzazione, dotandole di capacità per gestire strumenti e relazioni, e governare i processi in modo efficiente ed efficace.
	Incentivi per ricorso a servizi specialistici tra i quali Temporary Export Manager e Digital Export Manager (anche in network di imprese)	
	Organizzazione di visite all'estero e incontri con i responsabili acquisti di imprese e intermediari commerciali (distributori)	Sviluppare la conoscenza dei mercati, dei servizi all'estero, delle caratteristiche dei potenziali clienti e dei criteri di selezione dei fornitori
2. ANALISI E PIANIFICAZIONE STRATEGICA	Analisi di mercato e presentazioni di Paesi target, includendo anche nuovi Paesi-mercati verso i quali incrementare la presenza delle imprese marchigiane	Supportare i processi di selezione dei mercati-obiettivo e l'orientamento delle azioni delle imprese, fornendo conoscenze e informazioni accurate. Realizzare un approfondimento dei nuovi Paesi-mercati individuati.
	Assistenza alla pianificazione strategica su mercati specifici, includendo anche nuovi Paesi-mercati verso i quali incrementare la presenza delle imprese marchigiane	Supportare la formulazione di strategie di penetrazione o consolidamento nei mercati internazionali, legando coerentemente obiettivi-azioni-risorse aziendali con le caratteristiche del mercato. Ciò, in riferimento anche ai nuovi Paesi-mercati individuati.
3. PROMOZIONE E PENETRAZIONE	Realizzazione di missioni di sistema in determinati paesi target e partecipazione alle principali manifestazioni fieristiche, anche virtuali, inclusi i nuovi Paesi-mercati individuati	Rafforzare la notorietà e l'immagine delle Marche come sistema in grado di esprimere e offrire competenze e valori pregevoli e sostenere la penetrazione e la diversificazione anche nei nuovi mercati
	Apertura o consolidamento di canali digitali tramite piattaforme di vendita online B2B e/o B2C (di proprietà o di terzi), anche nei nuovi Paesi-mercati individuati	Favorire il ricorso ai canali di vendita online per accedere e servire i mercati internazionali. Sostenere l'ingresso nei nuovi Paesi-mercati avvalendosi in particolare dei canali digitali.
	Incontri B2B in presenza e incoming di operatori e buyer provenienti dai principali paesi target, inclusi i nuovi Paesi-mercati individuati (con particolare riferimento agli ambiti della moda, della meccanica e dell'agroalimentare)	Promuovere scambi, accordi, investimenti.
	Realizzazione di progetti strategici per aree extra-europee	Rafforzare la notorietà e l'immagine delle Marche come sistema in grado di esprimere e offrire competenze e valori

		che determinano la qualità dei prodotti. Favorire la notorietà e la promozione dei sistemi produttivi di aree territoriali ad elevata specializzazione
	Incentivi e assistenza per conseguimento certificazioni, brevetti e protezione marchi	Valorizzare e tutelare le produzioni e le innovazioni, aumentandone anche la capacità di conquista dei mercati esteri.
	Sostegno a progetti di innovazione tecnologica (anche in partnership con DHI, Università, Centri di Ricerca e Centri di trasferimento tecnologico)	Incrementare il grado di innovazione tecnologica, al fine sia di favorire l'offerta di nuovi prodotti, sia di conseguire vantaggi competitivi spendibili e difendibili a livello internazionale.
	Incentivi per servizi di assistenza alla vendita	Affiancare le imprese nella definizione del business agreement, nell'avvio e nella gestione delle trattative con clienti esteri.
	Attività di incoming di imprese e investitori esteri	Favorire l'attrazione di investimenti sul territorio.
	Mappatura finalizzata a realizzare l'incontro tra startup innovative e imprese consolidate o investitori.	Favorire la crescita delle startup e la valorizzazione delle innovazioni mediante l'attrazione di capitali.
	Sostegno alle PMI per il posizionamento di prodotti di qualità presso showroom, in Italia e all'estero, temporanee e permanenti.	Sostenere la diversificazione conquistando nuovi Paesi-mercati
	Incentivi a favore di progetti di internazionalizzazione e di promozione di filiere, progetti di promozione integrata per segmenti (es. contract design) o Paesi-mercati.	Favorire l'integrazione delle imprese per una maggiore incisività sui mercati esteri, promuovendo azioni e offerte più sinergiche e compatte, oltre che un utilizzo più efficiente delle risorse.
4. ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI	Analisi e sviluppo del portfolio di offerta regionale: dalla mappatura alla costruzione di progetti localizzativi strategici e alla valorizzazione delle proposte insediative sviluppate secondo la metodologia di analisi per settore/funzione.	Strutturare l'attrattività territoriale costruendo un'offerta agli investitori con lo sviluppo integrato di contenuti e soluzioni di insediamento globali. Individuazione delle caratteristiche dell'offerta localizzativa e del relativo contesto di investimento.
	Scouting della domanda e lead generation di potenziali investitori esteri in collaborazione con la rete dei Desk e Unit FDI analyst per l'Attrazione Investimenti Diretti Esteri in Italia, insediati presso gli uffici ITA all'estero, in Paesi strategici e successivo matching delle opportunità	Ampliare la ricerca diretta e identificare potenziali investitori. Selezione mirata di aziende target

	Partecipazione coordinata ad eventi di sistema tematici per paesi target e per settori target strategici.	Promozione dell'attrattività del territorio e delle opportunità localizzative sia a livello nazionale che internazionale.
5. COOPERAZIONE TERRITORIALE E PARTENARIATI INTERNAZIONALI	Emanazione di un Bando AICS Enti no profit	Sviluppare opportunità per le imprese marchigiane nella cooperazione internazionale allo sviluppo
	Nell'ambito della cooperazione allo sviluppo internazionale, si prevede di partecipare alla fiere di settore (CODEWAY) e ad eventi specializzati (COOPERA conferenza nazionale sulla cooperazione allo sviluppo), e di fornire una informazione costante alle imprese (info-days, newsletter ecc.).	
	Nell'ambito della cooperazione e cosviluppo, si prevede di elaborare progetti regionali e di fornire supporto alla progettazione proveniente dal territorio sui Programmi EUROPA GLOBALE, FAMI _FONDO Europeo Asilo e Migrazioni; AICS Enti Territoriali.	Mettere in relazione il tema della migrazione con il tema della cooperazione internazionale al fine di lavorare ad un programma di cosviluppo regionale nei paesi di cooperazione
	Nell'ambito della Cittadinanza globale e sostenibilità si darà attuazione alla LR 23/2020 su educazione alla cittadinanza globale e cultura di sostenibilità; si prevede la partecipazione ai Bandi AICS ed DG INTPA-EU per l'educazione alla cittadinanza globale e si darà supporto all'attuazione SRSvS con la componente educativa	
	Supporto alle attività dell'Università della pace, alle attività di Marche Solidali, attraverso la sottoscrizione di Accordi Operativi triennali	Animazione di reti regionali di cooperazione internazionale
	Progettazione europea a valere sul programma EUROPA GLOBALE, su programmi a gestione diretta (HORIZON EUROPE; ERASMUS+ ecc) e su programmi di donor internazionali	Rafforzamento della progettazione europea

	Animazione presso gli uffici regionali: raccolta delle priorità progettuali strategiche, supporto alle strutture regionali nella progettazione e informazioni sui bandi ; Animazione territoriale: informazione costante (info-days, newsletter ecc) al territorio, creazione di tavoli di co-progettazione, con azioni di integrazione con le politiche mainstream e prevedendo la reazione partenariati progettazione/gestione progetti	Rafforzare il Ruolo di animazione della Regione presso gli uffici regionali e con i principali beneficiari del territorio per incentivare la partecipazione a bandi e progetti
	Sviluppo di nuove progettualità strategiche su Programmi a gestione diretta UE (DGINTPA HORIZON EUROPE, I3 ECC) e su Programmi nazionali a valere sui programmi CTE	Aumentare le risorse europee a gestione diretta disponibili per le Marche, sviluppando linee progettuali strategiche per la programmazione CTE 2021-2027
	Supporto finanziario, assistenza tecnica e creazione di network dei portatori di interesse nell'ambito della macroregione adriatico ionica; organizzazione di eventi/workshop; costituzione di gruppi di lavoro per la messa a punto di un modello di progettazione congiunta sulle priorità Macroregionali.	Supportare il sistema Italia nel processo di sviluppo della EUSAIR - Strategia UE per la Regione Adriatico e Ionica
	Incontri con la Governance della Strategia EUSAIR e redazione documento di revisione	Partecipazione al processo decisionale e di revisione della Strategia EUSAIR
	Pianificazione e realizzazione delle attività previste dal nuovo progetto di Supporto alla Governance della Strategia EUSAIR a valere sul Programma IPA ADRION	Implementazione del nuovo progetto

	Creazione di reti, promozione delle opportunità a livello Macroregionale EUSAIR; Dialogo virtuale a livello Macroregionale EUSAIR tra vari portatori di interesse (es: B2B virtuali, E-Learning per favorire l'integrazione tra PA, università, imprese e cittadini..); Organizzazione ed assistenza tecnica di eventi complessi a livello Macroregionale, Informazione costante sulle tematiche dell'EUSAIR; Sviluppo di nuovi strumenti della EUSAIR Stakeholders Platform.	Migliorare e rafforzare la <i>EUSAIR STAKEHOLDERS PLATFORM</i>
6. STRUMENTI CREDITIZI E FINANZIARI	Implementare l'accesso al credito, la conoscenza e l'utilizzo di strumenti finanziari volti a sostenere specifici progetti di internazionalizzazione e progetti di investimento ricadenti in ambito green economy	Sostenere le attività di internazionalizzazione mediante un rafforzamento patrimoniale delle imprese, una efficace gestione dei rischi e un adeguato utilizzo degli strumenti finanziari e creditizi
	Connettere il sistema regionale con operatori bancari e finanziari specializzati per le esportazioni e per l'internazionalizzazione, anche a livello extra-europeo	
	Promuovere joint ventures, accordi e partnerships, anche attraverso gli strumenti finanziari messi a disposizione da SACE e SIMEST	
	Realizzare strumenti finanziari ad hoc volti a favorire la crescita dimensionale delle PMI esportatrici e l'accesso delle stesse al mercato dei capitali.	
7. COMUNICAZIONE, MONITORAGGIO E ANALISI DEI RISULTATI	Interviste telefoniche e somministrazione questionari alle imprese interessate dalle azioni, elaborazione ed analisi dei dati.	Monitoraggio per un miglioramento dei risultati e una riprogrammazione degli interventi futuri.
	Valutazione di impatto delle azioni in ottica di definizione e programmazione degli interventi futuri.	

ANNO 2023		
SISTEMI	PAESI-MERCATI PRIORITARI	NUOVI PAESI-MERCATI IN CUI PROMUOVERSI
CASA	Europa, Stati Uniti, Canada, Cina, India, EAU	Polonia, Romania, Ungheria, Repubblica Ceca <i>Da esplorare: Giappone, Corea del Sud</i> <i>Da monitorare: Turchia, Nord Africa, Sud Africa</i>
MODA	Europa, Stati Uniti, Cina, Giappone, Corea del Sud, Vietnam, EAU	Polonia, Romania, Albania, Repubblica Ceca, Ungheria, Bulgaria, Sud Africa <i>Da esplorare: Canada, Singapore</i>
MECCANICA	Europa, Stati Uniti, Canada, Cina, EAU	Polonia, Romania, Ungheria, Bulgaria, Repubblica Ceca, Slovacchia, Albania, Sud Africa <i>Da esplorare: Messico, Nord Africa</i>
ALIMENTARE	Europa, Stati Uniti, Canada	Polonia, Repubblica Ceca, Romania, Bulgaria, Albania, Paesi Scandinavi <i>Da esplorare: India, Corea del Sud</i> <i>Da monitorare: Turchia</i>
SALUTE	Europa, Stati Uniti, Cina, Giappone	Polonia, Romania, Repubblica Ceca, Ungheria, Canada <i>Da esplorare: Corea del Sud, Taiwan</i>
CULTURA-EDUCAZIONE	Europa, Stati Uniti, Cina	Polonia, Romania, Repubblica Ceca <i>Da esplorare: Giappone, Corea del Sud</i>
ECONOMIA DEI SERVIZI E DEL TURISMO	Nord Europa, Stati Uniti, Cina	Polonia, Romania, Repubblica Ceca, Ungheria <i>Da esplorare: Albania, Bulgaria, Canada</i>

ANNO 2024 – INTENSIFICARE LA DIVERSIFICAZIONE

LINEE DI AZIONI	INTERVENTI	OBIETTIVI
1. RAFFORZAMENTO DELLE COMPETENZE	Realizzazione di attività formative (temi gestionali, international marketing & sales, seminari focus Paesi, normativa, competenze digitali...)	Ampliare la base delle imprese esportatrici, favorendo una maggiore consapevolezza delle opportunità e dei rischi. Rafforzare i sistemi produttivi delle Marche per affrontare le sfide dell'internazionalizzazione, dotandole di capacità per gestire strumenti e relazioni, e governare i processi in modo efficiente ed efficace.
	Incentivi per ricorso a servizi specialistici tra i quali Temporary Export Manager e Digital Export Manager (anche in network di imprese)	
2. ANALISI E PIANIFICAZIONE STRATEGICA	Analisi di mercato e presentazioni di Paesi target, includendo anche nuovi Paesi-mercati verso i quali incrementare la presenza delle imprese marchigiane	Supportare i processi di selezione dei mercati-obiettivo e l'orientamento delle azioni delle imprese, fornendo conoscenze e informazioni accurate. Realizzare un approfondimento dei nuovi Paesi-mercati individuati.
	Assistenza alla pianificazione strategica su mercati specifici, includendo anche nuovi Paesi-mercati verso i quali incrementare la presenza delle imprese marchigiane	Supportare la formulazione di strategie di penetrazione o consolidamento nei mercati internazionali, legando coerentemente obiettivi-azioni-risorse aziendali con le caratteristiche del mercato. Ciò, in riferimento anche ai nuovi Paesi-mercati individuati.
3. PROMOZIONE E PENETRAZIONE	Promuovere l'immagine coordinata della Regione (missioni di sistema in determinati Paesi target, comunicazione, PR, eventi, stand)	Rafforzare la notorietà e l'immagine delle Marche come sistema in grado di esprimere e offrire competenze e valori pregevoli.
	Incentivi e assistenza per conseguimento certificazioni, brevetti e protezione marchi	Valorizzare e tutelare le produzioni e le innovazioni, aumentandone anche la capacità di conquista dei mercati esteri.
	Incentivi a favore di aggregazioni di imprese, progetti di promozione filiera lunga, progetti di promozione integrata per segmenti (es. contract design) o Paesi-mercati.	Favorire l'integrazione delle imprese per una maggiore incisività sui mercati esteri, promuovendo azioni e offerte più sinergiche e compatte, oltre che un utilizzo più efficiente delle risorse.
	Partecipazione a fiere e mostre, anche virtuali, rafforzando le iniziative nei nuovi Paesi-mercati	Sostenere la penetrazione dei mercati. Incrementare la penetrazione dei nuovi mercati
	Incentivi per servizi di assistenza alla vendita	Affiancare le imprese nella definizione del business agreement, nell'avvio e nella gestione delle trattative con clienti esteri.
	Attività di incoming di imprese e investitori esteri	Favorire l'attrazione di investimenti sul territorio.

	Attività di incoming di imprese e investitori esteri a favore delle startup innovative	Favorire la crescita delle startup e la valorizzazione delle innovazioni mediante l'attrazione di capitali.
	Progetti marketing territoriale integrato	Favorire la notorietà e la promozione dei sistemi produttivi di aree territoriali ad elevata specializzazione
4. ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI	Programma di aftercare per gli investitori già presenti su territorio e assistenza qualificata agli investitori nel loro insediamento e nello sviluppo di progetti.	Garantire assistenza all'insediamento e alla realizzazione dei progetti favorendo la collaborazione con altri enti, al fine di agevolare la comunicazione e l'intervento degli stakeholder a livello sia centrale che locale.
	Sviluppo e implementazione continua delle banche dati e degli strumenti adottati per l'informazione ai potenziali investitori: implementazione della mappatura; implementazione del sito nazionale Invest in Italy; implementazione del sito regionale Invest in Marche.	Offrire un sistema informativo e promozionale integrato e aggiornato delle opportunità e delle normative di sostegno.
	Realizzazione di partnership con i soggetti pubblici e privati portatori di interesse a supporto dell'attrattività dei diversi soggetti a livello territoriale, quali i Comuni, le Camere di Commercio, le Associazioni di categoria, etc.	Coordinamento tra soggetti pubblici e privati per favorire l'attrattività del territorio
5. COOPERAZIONE TERRITORIALE E PARTENARIATI INTERNAZIONALI	Emanazione di un Bando AICS Enti no profit	
	Nell'ambito della cooperazione allo sviluppo internazionale, si prevede di partecipare alla fiere di settore (CODEWAY) e ad eventi specializzati (COOPERA conferenza nazionale sulla cooperazione allo sviluppo), e di fornire una informazione costante alle imprese (info-days, newsletter ecc.).	Sviluppare opportunità per le imprese marchigiane nella cooperazione internazionale allo sviluppo
	Nell'ambito della cooperazione e cosviluppo, si prevede di elaborare e attuare progetti regionali e di fornire supporto alla progettazione proveniente dal territorio sui Programmi EUROPA GLOBALE, FAMI _FONDO Europeo Asilo e Migrazioni; AICS Enti Territoriali.	Mettere in relazione il tema della migrazione con il tema della cooperazione internazionale al fine di lavorare ad un programma di cosviluppo regionale nei paesi di cooperazione

	Nell'ambito della Cittadinanza globale e sostenibilità si darà attuazione alla LR 23/2020 su educazione alla cittadinanza globale e cultura di sostenibilità; si prevede la partecipazione ai Bandi AICS ed DG INTPA-EU per l'educazione alla cittadinanza globale e si darà supporto all'attuazione SRSvS con la componente educativa	
	Supporto alle attività dell'Università della pace, alle attività di Marche Solidali, attraverso la sottoscrizione di Accordi Operativi triennali	Animazione di reti regionali di cooperazione internazionale
	Progettazione europea a valere sul programma EUROPA GLOBALE, su programmi a gestione diretta (HORIZON EUROPE; ERASMUS+ ecc) e su programmi di donor internazionali	Rafforzamento della progettazione europea
	Animazione presso gli uffici regionali: raccolta delle priorità progettuali strategiche, supporto alle strutture regionali nella progettazione e informazioni sui bandi ; Animazione territoriale: informazione costante (info-days, newsletter ecc) al territorio, creazione di tavoli di co-progettazione, con azioni di integrazione con le politiche mainstream e prevedendo la reazione partenariati progettazione/gestione progetti	Rafforzare il Ruolo di animazione della Regione presso gli uffici regionali e con i principali beneficiari del territorio per incentivare la partecipazione a bandi e progetti
	Sviluppo di nuove progettualità strategiche su Programmi a gestione diretta UE (DGINTPA HORIZON EUROPE, I3 ECC) e su Programmi nazionali a valere sui programmi CTE	Aumentare le risorse europee a gestione diretta disponibili per le Marche, sviluppando linee progettuali strategiche per la programmazione CTE 2021-2027
	Organizzazione di eventi/workshop e costituzione di gruppi di lavoro per la messa a punto di un modello di progettazione congiunta sulle priorità Macroregionali.	Supportare il sistema Italia nel processo di sviluppo della EUSAIR - Strategia UE per la Regione Adriatico e Ionica

	Pianificazione e realizzazione delle attività previste dal nuovo progetto di Supporto alla <i>Governance</i> della Strategia EUSAIR a valere sul Programma IPA ADRION	Implementazione del nuovo progetto
	Creazione di reti, promozione delle opportunità a livello Macroregionale EUSAIR; Dialogo virtuale a livello Macroregionale EUSAIR tra vari portatori di interesse (es: B2B virtuali, E-Learning per favorire l'integrazione tra PA, università, imprese e cittadini..); Organizzazione ed assistenza tecnica di eventi complessi a livello Macroregionale, Informazione costante sulle tematiche dell'EUSAIR; Sviluppo di nuovi strumenti della EUSAIR Stakeholders Platform.	Migliorare e rafforzare la <i>EUSAIR STAKEHOLDERS PLATFORM</i>
6. STRUMENTI CREDITIZI E FINANZIARI	Favorire l'accesso al credito, la conoscenza e l'utilizzo di strumenti di credito specifici per l'internazionalizzazione.	Sostenere le attività di internazionalizzazione mediante un rafforzamento patrimoniale delle imprese e una efficace gestione dei rischi.
7. COMUNICAZIONE, MONITORAGGIO E ANALISI DEI RISULTATI	Somministrazione questionari alle imprese interessate dalle azioni, elaborazione ed analisi dei dati. Valutazione impatto delle azioni in ottica di definizione e programmazione degli interventi futuri.	Monitoraggio e miglioramento dei risultati.

ANNO 2024		
SISTEMI	PAESI-MERCATI PRIORITARI	NUOVI PAESI-MERCATI IN CUI INTENSIFICARE LA PROMOZIONE
CASA	Europa, Stati Uniti, Canada, Cina, EAU, Giappone, Corea del Sud	India, Vietnam <i>Da esplorare: Arabia Saudita, Australia</i>
MODA	Europa, Stati Uniti, Canada, Cina, Giappone, Corea del Sud, Vietnam, EAU	Sud Africa, Turchia, India, Taiwan, Singapore
MECCANICA	Europa, Stati Uniti, Canada, Cina, EAU	Sud Africa, India, Vietnam <i>Da esplorare: Arabia Saudita, Australia</i>
ALIMENTARE	Europa, Stati Uniti, Canada, Cina, Giappone	India, Vietnam, Arabia Saudita
SALUTE	Europa, Stati Uniti, Canada, Cina, Giappone, EAU	Corea del Sud, Taiwan
CULTURA-EDUCAZIONE	Europa, Stati Uniti, Cina	Corea del Sud
ECONOMIA DEI SERVIZI E DEL TURISMO	Nord Europa, Nord America, Cina	Est Europa, Giappone, Corea del Sud, India

RISORSE FINANZIARIE DEL TRIENNIO

Capitolo	Denominazione	Annualità	Annualità	Annualità	Annualità
		2022	2022	2023	2024
		(competenza)	(disponibilità)	(competenza)	(competenza)
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	€ 180.000,00	€ 151.134,19	€ 0,00	€ 0,00
2140110040	SPESE PER LA PROMOZIONE E LA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI - AMMINISTRAZIONI LOCALI - CNI/SIOPE/13	€ 230.000,00	€ 230.000,00	€ 230.000,00	€ 0,00
2140110081	SPESE PER LA PROMOZIONE E LA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI - TRASFERIMENTI AD ALTRI SOGGETTI - CNI/SIOPE/12	€ 42.000,00	€ 42.000,00	€ 42.000,00	€ 0,00
2140110097	Spese per le attività 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	€ 0,00	€ 0,00
2140110100	FONDO PER L'ATTRAZIONE DEGLI INVESTIMENTI INTERNAZIONALI E PER I PROGETTI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE	€ 200.000,00	€ 160.000,00	€ 0,00	€ 0,00
2140110122	Trasferimenti per i servizi in convenzione con la Camera di commercio, industria, artigianato e agricoltura delle Marche	€ 800.000,00	€ 800.000,00	€ 0,00	€ 0,00
2140110130	SPESE PER LA PROMOZIONE E LA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI - TRASFERIMENTI CORRENTI AD IMPRESE - CNI/18	€ 470.000,00	€ 470.000,00	€ 470.000,00	€ 0,00
2140110134	SPESE PER LA PROMOZIONE E LA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI - AMMINISTRAZIONI LOCALI - CNI/SIOPE/13	€ 150.000,00	€ 150.000,00	€ 150.000,00	€ 0,00
2140110209	Spese per servizi connessi all'attività di internazionalizzazione delle imprese	€ 500.000,00	€ 456.080,00	€ 0,00	€ 1.500.000,00
2140110222	spese per servizi connessi all'attività di internazionalizzazione delle imprese -	€ 740.000,00	€ 740.000,00	€ 748.000,00	€ 0,00
2140110239	SPESE PER GLI INTERVENTI ALLA PARTECIPAZIONE ALL'EXPO 2021 - ACQUISTO DI BENI E SERVIZI - Altre spese di rappresentanza, relazioni pubbliche, convegni e mostre, pubblicità n.a.c.	€ 250.000,00	€ 24.271,21	€ 0,00	€ 0,00
2140120077	SPESE PER LA PROMOZIONE E LA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI - RIF. 2140110181 S_ EMERGENZA COVID - CNI/20	€ 100.000,00	€ 100.000,00	€ 0,00	€ 0,00

2140310040	SPESE PER GLI INTERVENTI CONNESSI ALLA PARTECIPAZIONE A SMAU	€ 30.000,00	€ 30.000,00	€ 30.000,00	€ 30.000,00
2140310052	Trasferimenti ICE Agenzia per servizi in convenzione	€ 100.000,00	€ 100.000,00	€ 0,00	€ 0,00
2160110208	ATTUAZIONE PIANO RILANCIO SISMA - PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE PRODOTTI AGRICOLI - CNI/2018	€ 400.000,00	€ 131.700,00	€ 400.000,00	€ 0,00
2160110325	PARTECIPAZIONE AD EVENTI INTERNAZIONALI DI VALORIZZAZIONE DELLE TIPICITA' E DELLE BIODIVERSITA' MARCHIGIANE - CNI 2021	€ 50.000,00	€ 50.000,00	€ 0,00	€ 0,00
2190110006	SPESE PER ATTIVITA' REGIONALI DI PROMOZIONE DEI DIRITTI UMANI, PROMOZIONE DELLA CULTURA DI PACE, DELLA COOPERAZIONE ALLO SVILUPPO E DELLA SOLIDARIETA' INTERNAZIONALE - TRASFERIMENTO ALTRI SOGGETTI - CNI/06	€ 120.000,00	€ 120.000,00	€ 0,00	€ 0,00
2190110014	FONDO ANNUALE PER INIZIATIVE DI PROMOZIONE DELLA CULTURA DELLA PACE E DEI DIRITTI UMANI - CNI/07	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 0,00	€ 0,00
2190110048	CONTRIBUTO PER IL FUNZIONAMENTO DELL'UNIVERSITA' DELLA PACE - CNI/10	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 0,00	€ 0,00
2190110083	FONDO PER INIZIATIVE DI EDUCAZIONE ALLA CITTADINANZA GLOBALE	€ 50.000,00	€ 50.000,00	€ 0,00	€ 0,00
		€ 4.502.000,00	€ 3.895.185,40	€ 2.070.000,00	€ 1.530.000,00

Oltre alle risorse di cui sopra, il Piano fa riferimento anche alla programmazione Regionale POR FESR 2021 -2027 e a fondi europei di cooperazione territoriale già programmati