

PIANO STRAORDINARIO PER IL MADE IN ITALY, PER RILANCIARE L'EXPORT E LA COMPETITIVITÀ DEL SISTEMA DELLE MICRO E PICCOLE IMPRESE COLPITO DALL'EMERGENZA CORONAVIRUS

PREMESSA

La situazione che l'Italia si è trovata a fronteggiare nell'arco breve di una manciata di settimane, ci ha messo di fronte a scelte e sfide che mai avremmo potuto immaginare.

La guerra al coronavirus è in corso. Sul fronte della pandemia prosegue l'escalation del contagio in Italia e la diffusione in numerosi altri Paesi. Sul fronte economico si stanno registrando velenosi shock simultanei che stanno generando effetti negativi senza precedenti sul sistema economico. Sul lato dell'offerta si registra la chiusura di attività dei servizi non essenziali e il forte rallentamento della produzione nella manifattura e nelle costruzioni. Sul fronte della domanda le limitazioni alla circolazione delle persone e il lockdown in vigore stanno generando una caduta delle vendite, in particolare di prodotti non alimentari.

Già dai primi di marzo il rallentamento delle attività economiche ha generato ricadute pesanti sull'economia reale e sul sistema di micro e piccola impresa che garantisce, lo ricordiamo, il 65,7% dell'occupazione delle imprese. I risultati di una survey di Confartigianato condotta su oltre 4.200 micro e piccole imprese (MPI) del Nord evidenziano, per le interviste effettuate tra il 27 febbraio e il 1° di marzo, una flessione del 25% del fatturato mensile; nei giorni successivi il trend è risultato in peggioramento, con un calo del 29% rilevato nelle interviste condotte tra il 2 e il 4 marzo. Dalla metà del mese di marzo il lockdown ha ampliato ulteriormente il calo dei ricavi delle imprese.

L'estensione del contagio ad altri Paesi, l'interruzione delle produzioni e delle relazioni commerciali sta determinando cadute violente della domanda estera. Limitazione degli spostamenti e chiusura di attività interessano mercati chiave del nostro Made in Italy. Dalla Germania la scorsa settimana è arrivato un pesante segnale congiunturale: a marzo l'indicatore ZEW del sentiment economico è precipitato di 58,2 punti, arrivando a un saldo di opinione di -49,5 punti; si tratta del calo più ampio da quando è iniziata l'indagine, nel dicembre 1991.

I segnali provenienti dalla Cina evidenziano la profondità degli effetti della lotta al contagio: l'analisi dei dati congiunturali pubblicati la scorsa settimana dall'Istituto di statistica cinese evidenzia che il valore aggiunto manifatturiero a febbraio ha registrato una caduta del 26,6% rispetto a gennaio; nel bimestre gennaio-febbraio si registra una caduta del 13% su base annua. Gli investimenti nel primo bimestre dell'anno sono caduti del 24,5%; a tal proposito va ricordato che nel 2019 la Cina è il

quarto mercato del Made in Italy di macchinari. I dati dell'Istat sull'export in Cina a gennaio indicano un calo dell'11,9% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. Infine le vendite retail nel mercato cinese, condizionate dalle forti limitazioni agli spostamenti, nel bimestre gennaio-febbraio hanno registrato una caduta del 20,5% su base annua.

La caduta contemporanea e improvvisa di domanda e offerta determina, in modo quasi istantaneo, una crisi di liquidità, generando un forte stress alla finanza d'impresa. La trasmissione della crisi al sistema bancario e il conseguente credit crunch espone in modo particolare il sistema delle micro e piccole imprese, le quali presentano una minore presenza di fonti di finanziamento alternative ai prestiti bancari. Una crisi di liquidità non contrastata con mezzi adeguati porterà a un incremento dei fallimenti che interesseranno molte imprese sane e che hanno di recente investito.

Va infatti ricordato che negli ultimi cinque anni gli investimenti delle imprese, valutati a prezzi correnti, hanno cumulato una crescita del 16,7%; il flusso annuo di investimenti realizzati dalle imprese fino a 50 addetti è pari a 37,5 miliardi di euro, equivalente al 2,2% del PIL.

Gli shock dell'economia reale, dopo un rapido contagio, hanno determinato una caduta dei mercati finanziari con effetti che si propagano sulla ricchezza finanziaria di famiglie e imprese.

Infine va ricordato che la crisi conseguente al contagio da coronavirus si innesta su un quadro macroeconomico fragile e caratterizzato dal calo della produzione manifatturiera, appesantita dalla crisi della Germania, e da un rallentamento nel fatturato dei servizi; anche nelle costruzioni, dopo un brillante primo quarto del 2019 si è assistito a una vistosa frenata della produzione. Le esportazioni nel 2019 chiudono con una crescita del 2,3%, in attenuazione rispetto al +3,6% dell'anno precedente; su base congiunturale, secondo gli ultimi dati disponibili, nel trimestre novembre 2019-gennaio 2020, si rileva una contrazione delle esportazioni dell'1,6% rispetto al trimestre precedente. Debole anche il mercato del lavoro, mentre il trend dei prestiti alle imprese, secondo le ultime rilevazioni disponibili, a gennaio 2020 rimane in territorio negativo.

A fronte di questa situazione, **riteniamo necessario e urgente prevedere interventi dedicati alle micro e piccole imprese, segmento vitale e indispensabile del Made in Italy, per promuovere l'export e rilanciare le attività sui mercati globali.**

In questo senso Confartigianato vede come segno di attenzione e punto di partenza le misure già intraprese, con particolare riferimento alla gratuità dei servizi ICE-Agenzia e alla partecipazione gratuita a fiere ed eventi organizzati da ICE in tutto il mondo fino a marzo 2021.

Si tratta di una prima risposta, da cui partire per realizzare il piano complessivo che di seguito viene sintetizzato.

MODELLI DI INTERVENTO PER SOSTENERE E RILANCIARE L'EXPORT DELLE MICRO E PICCOLE IMPRESE

SUL FRONTE FINANZIARIO

- **Prevedere interventi di finanziamento agevolato per sostenere la liquidità delle piccole e micro imprese**, supportando la realizzazione di progetti di internazionalizzazione attraverso l'erogazione di finanziamenti a tasso 0% a partire da 20 mila euro (es. misura Linea internazionalizzazione ASSE III-Azione III.3b.1.1 POR FESR 2014-2020 di Regione Lombardia);
- **prevedere uno stanziamento dedicato alle sole piccole e micro imprese nei Voucher per Temporary export manager (anche per i progetti di aggregazione), prevedendo procedure burocratiche semplificate per le micro e piccole imprese** che avranno una estrema urgenza di tale supporto consulenziale per riavviare in tempi brevi la propria attività e per favorire la nascita di reti stabili di imprese, elemento vitale e sicuramente vincente per le nostre imprese;
- **favorire l'export delle imprese artigiane attraverso il cofinanziamento (fino al 70% a fondo perduto) di progetti di internazionalizzazione di singole imprese e/o aggregazioni di imprese artigiane (anche multiregionali) con uno stanziamento adeguato che quantifichiamo in 10 milioni;**
- **prevedere per le piccole e micro imprese bonus di avanzamento del rating per il calcolo delle garanzie ai fini dell'ottenimento** del finanziamento sulla misura "Studi di fattibilità e assistenza tecnica" gestita da SIMEST;
- **individuare un nuovo meccanismo di tassazione agevolata per gli incrementi di fatturato** realizzati per interventi di internazionalizzazione e di innovazione;
- **finanziare strumenti di comunicazione per singole imprese e/o raggruppamenti di imprese (es. campagne social digital marketing video ecc.);**
- **rivedere la soglia del "de minimis" per l'anno in corso da 200 mila a 500 mila per accedere alle agevolazioni;**
- **favorire la partecipazione delle micro e piccole imprese a eventi fieristici di rilevanza internazionale in Italia attraverso contributi a fondo perduto in abbattimento dei costi di partecipazione;**
- **promuovere la moratoria sui contratti di fornitura di beni e servizi all'estero per blocco attività produttive e circolazioni merci a seguito delle misure restrittive per emergenza coronavirus.**

SUL FRONTE DELLA PROMOZIONE INTERNAZIONALE

- **Incrementare il numero di Missioni incoming** di operatori esteri in Italia **presso le micro e piccole imprese** (già realizzate con successo con l'ICE) per favorire la promozione del Made in Italy "direttamente sui territori";
- **prevedere accordi con la grande distribuzione internazionale tarati sulla micro, piccola impresa**, attraverso workshop e b2b, con l'obiettivo primario di inserire prodotti e marchi di qualità appartenenti ad aziende di piccole dimensioni non ancora presenti sui mercati target (prodotti di eccellenza, dove la componente artigianale è mix di tradizione, design, ricerca e innovazione);
- **estendere il format della collettiva "Italian Interiors" (modello Downtown Design di Dubai e Tokio) presso altre importanti fiere internazionali del design in mercati prioritari come USA "Atlanta", Brasile "San Paolo", Russia "Mosca", Canada "Vancouver", India "New Dehly", Cina "Shanghai" ecc.** Il format realizzato da ICE in collaborazione con Confartigianato vede la combinazione di fiera e mostra di immagine in un innovativo concept espositivo che ricrea gli ambienti domestici secondo lo stile dell'interior italiano;
- **prevedere con il supporto dell'ICE la partecipazione gratuita delle micro e piccole imprese a showroom moda già attivi in alcuni mercati esteri;**
- **includere nei servizi gratuiti ICE la consulenza legale sulla contrattualistica internazionale;**
- **realizzare con ICE una campagna straordinaria di comunicazione volta a trasmettere al mondo i valori dell'artigianato e della piccola e micro impresa** (eccellenza, sostenibilità, lavoro di ricerca e innovazione) per sostenere l'export delle nostre imprese, colpite dalle gravi misure di emergenza coronavirus.