

Il made in Italy ai professionisti

Mission: internazionalizzare l'azienda, monitorare i mercati

Attuazione del piano made in Italy

Consulenza a supporto delle strategie di internazionalizzazione delle imprese

Il servizio di consulenza da parte dei professionisti riguarderà l'ambito delle politiche pubbliche di internazionalizzazione e di promozione degli scambi, l'attività di advisory strategico finalizzato a elaborazione, redazione e presentazione di piani strategici articolati per paesi, per aree geoeconomiche, per settori, per tipologie d'intervento. E anche allo studio e all'analisi delle principali variabili connesse alla elaborazione e implementazione dei suddetti piani

Monitoraggio e valutazione di efficacia/impatto delle azioni del piano per la promozione del made in Italy

L'aggiudicatario dovrà monitorare, anche indagando i mercati oggetto delle iniziative del piano, e valutare l'impatto delle azioni intraprese sulla presenza delle imprese italiane nei mercati di destinazione, nonché la capacità di tali azioni di cogliere gli obiettivi primari del piano, in termini di variazione delle esportazioni, del numero di imprese esportatrici, della frequenza delle operazioni di esportazione, del numero degli addetti e del fatturato prodotto all'estero, degli investimenti diretti e di ogni altra variabile che possa essere di ausilio nella misurazione degli effetti delle strategie implementate

DI CINZIA DE STEFANIS

I professionisti a sostegno dell'attuazione del piano di promozione del made in Italy da 130 milioni di euro. L'entità dell'appalto ammonta a 1,4 milioni di euro, mentre la sua durata va dal 1° febbraio 2016 al 31 marzo 2018. Due i capitolati. Il primo riguarda la consulenza a supporto delle strategie di internazionalizzazione delle imprese dal 1° febbraio 2016 al 30 giugno 2017, per un valore di 900 mila euro. Il secondo è relativo al monitoraggio e alla valutazione di efficacia/impatto delle azioni del piano per la promozione del made in Italy, dal 1° febbraio 2016 al 31 marzo 2018, per un valore di 500 mila euro. È con il bando del 20 ottobre 2015 che è stata lanciata la gara dal Mise riguardante l'affidamento di servizi professionali a supporto dell'attuazione del piano per il made in Italy. Ricordiamo che l'ammontare complessivo del piano made in Italy è pari a 220 milioni di euro di cui 130 nell'anno 2015. Ciascun concorrente può partecipare alla gara con riferimento a uno o ad entrambi i lotti candidandosi entro il 1° dicembre 2015. L'apertura delle offerte è fissata al 9 dicembre 2015, presso il ministero dello sviluppo economico.

PRIMO LOTTO (CONSULENZA PER INTERNAZIONALIZZAZIONE). Il servizio di consulenza da parte dei professionisti riguarderà l'ambito delle politiche pubbliche di internazionalizzazione e di promozione degli scambi, l'attività di advisory strategico finalizzato alla elaborazione, redazione e presentazione di piani strategici articolati per paesi, per aree geoeconomiche, per settori, per tipologie d'intervento. E anche allo studio e

analisi delle principali variabili connesse alla elaborazione e implementazione dei suddetti piani. A questo riguardo, tra gli altri, particolari approfondimenti e valutazioni dovranno essere compiuti su specializzazione produttiva nazionale di beni e servizi, rispetto alle prospettive di crescita del commercio mondiale, sulla potenzialità di internazionalizzazione distinte per i principali settori, con espresso riferimento alle dimensioni aziendali e alla propensione all'export, sulla potenzialità dei principali mercati esteri per ciascun settore merceologico considerato, sulle attività informative, formative e promozionali che presentano il miglior rapporto costo/beneficio per l'operatore pubblico rispetto agli obiettivi strategici predeterminati, sulla ricognizione delle tipologie promozionali poste abitualmente in essere dall'Ice e dagli altri finanziatori pubblici, con particolare riferimento a quelle presenti nel piano straordinario 2015 e valutazione della loro rispondenza alle attuali esigenze dei mercati internazionali, sulla distinzione tra fondi promozionali ordinari e straordinari, livello di integrazione e coordinamento con i programmi di altri soggetti pubblici che operano nel settore e comparazione, con i paesi principali competitor, dei piani strategici in essere e, per quanto possibile, delle loro prevedibili prospettive di evoluzione.

SECONDO LOTTO (MONITORAGGIO). L'aggiudicatario dovrà monitorare, anche indagando i mercati oggetto delle iniziative del piano, e valutare l'impatto delle azioni intraprese sulla presenza delle imprese italiane nei mercati di destinazione, nonché la capacità di tali azioni di cogliere

gli obiettivi primari del piano, in termini di variazione delle esportazioni, del numero di imprese esportatrici, della frequenza delle operazioni di esportazione, del numero degli addetti e del fatturato prodotto all'estero, degli investimenti diretti e di ogni altra variabile che possa essere di ausilio nella misurazione degli effetti delle strategie implementate. Si provvederà inoltre a segnalare le opportunità per la crescita della penetrazione dei mercati internazionali a favore delle imprese italiane.