*Comunicato stampa n. 24/2021*

**Manlio Di Stefano: boom di esportazioni nel primo semestre 2021**

***Le esportazioni italiane tornano a correre nei primi sei mesi dell’anno superando il valore complessivo di 300 miliardi di euro. Alla base di questa impennata non soltanto la capacità che le aziende italiane hanno di proporre soluzioni altamente innovative ma la nuova strategia di promozione del made in Italy, con un ruolo più forte della Farnesina. Asean e Asia i mercati più interessanti per le nostre aziende.***

Nei primi sei mesi dell’anno vola il made in Italy. Il valore complessivo delle nostre esportazioni ha infatti raggiunto i 300 miliardi di euro, superando così i livelli toccati nel 2019, un anno non ancora segnato dall’emergenza sanitaria. A sottolineare l’eccellente prestazione delle aziende italiane sui mercati esteri, in particolare di quelle del settore agromeccanico, è stato Manlio di Stefano, sottosegretario di Stato al Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, che questa mattina è intervenuto all’inaugurazione di EIMA International 2021, la rassegna mondiale della meccanica agricola e delle tecnologie per il giardinaggio che si tiene a Bologna fino al 23 ottobre.

La forte crescita delle esportazioni italiane è dovuta non soltanto alla resilienza delle nostre imprese che hanno sostenuto forti investimenti in R&S per sviluppare tecnologie spesso all’avanguardia, ma anche da una nuova strategia di promozione del made in Italy, iniziata con il passaggio alla Farnesina delle competenze sull’internazionalizzazione già in capo al Ministero dello Sviluppo Economico. Tra il 2019 e il 2020 i fondi della Ministero degli Affari Esteri per questa voce di spesa sono più che decuplicati, passando – ha ricordato Di Stefano nel corso di un incontro con la stampa estera svoltosi proprio nella cornice dell’EIMA – da 300 milioni a ben 5,4 miliardi. Le ambasciate italiane all’estero sono così diventate il perno delle attività di internazionalizzazione, anche grazie alle sinergie con l’ICE Agenzia e Simest.

«L’interazione tra pubblico e pubblico è fondamentale. Nel 2020 abbiamo preso coscienza che per risollevarci dalle conseguenze della pandemia l’unica cosa che potevamo fare era ascoltare chi lavora. Durante il primo lockdown – ha detto Di Stefano – abbiamo tenuto 14 riunioni con oltre 140 associazioni di categoria. Da qui è nato il “Patto per l’Export” che ha reso disponibili nuovi strumenti per l’internazionalizzazione. Stiamo riconvocando questi incontri per fare un bilancio di questa esperienza».

Le iniziative di sostegno all’export e di promozione del made in Italy hanno come obiettivo i mercati maturi, dove la strategia perseguita è quella di consolidare le posizioni delle nostre aziende, ma soprattutto l’area Asean (Sud Est asiatico e Pacifico) e il resto del continente asiatico. Proprio con gli Stati che aderiscono all’Asean l’Italia ha sottoscritto nel 2020 un accordo di partenariato strategico. La Penisola – ha ricordato ancora il sottosegretario – è uno dei pochi Paesi al mondo che può vantare una collaborazione molto stretta in questa area del mondo così importante dal punto di vista economico e produttivo. Il made in Italy guarda anche all’Africa dove, tuttavia, la penetrazione delle imprese italiane si trova ad affrontare barriere di natura politica e finanziaria.

**Bologna, 19 ottobre 2021**