

Comunicato Congiunto MAECI – MIMIT – MEF – MIN. TURISMO | Prima riunione del Comitato Interministeriale per il Made in Italy nel Mondo, 26 gennaio 2023

Si è svolta oggi alla Farnesina la prima riunione del Comitato per il Made in Italy nel Mondo – CIMIM, organismo istituito dal Governo lo scorso novembre, co-presieduto dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy e con la partecipazione dei Ministeri dell'Economia e delle Finanze; dell'Agricoltura e della Sovranità Alimentare e delle Foreste e del Turismo.

Il Vice Presidente del Consiglio e Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, Antonio Tajani, ha aperto i lavori sottolineando il valore di questa importante innovazione voluta dal Governo per consolidare la governance delle attività di sostegno all'internazionalizzazione delle imprese del nostro Paese e ponendo l'accento sull'importanza di una concertazione rafforzata tra le Istituzioni coinvolte. “Con l'Istituzione del CIMIM, abbiamo voluto potenziare l'attività di raccordo in tutte le varie fasi di cui tale attività si compone”, ha dichiarato il Ministro. “E ciò a partire dalla definizione degli indirizzi strategici che guideranno la nostra azione, che saremo chiamati ad adottare in occasione della prossima riunione della Cabina di Regia per l'internazionalizzazione che ospiteremo, qui alla Farnesina, il 31 gennaio. Intendiamo portare all'approvazione della Cabina una strategia che guardi innanzitutto al nostro vicinato, con un'attenzione particolare ai Balcani – cui è stata dedicata la conferenza che ho voluto organizzare a Trieste lo scorso 24 gennaio – insieme al Mediterraneo e all'Africa, per poi allargare lo sguardo verso mercati ricchi di opportunità per le nostre imprese, come ad esempio l'America Latina”.

Il Ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso, ha dichiarato “questo Comitato, e non a caso, è uno dei primi atti di questo governo: dimostra lo spirito unitario delle forze che compongono questo esecutivo, una coesione che è elemento di novità e che permette di trovare rapidamente una sintesi anche sulla promozione del Made in Italy nel mondo. L'Italia deve far Sistema per governare i nuovi processi di globalizzazione”. Il Ministro Urso, inoltre, ha aggiunto “il CIMIM servirà a dare indirizzi strategici per accompagnare le imprese nella loro crescita nei mercati all'estero: la cabina di regia definirà le politiche per l'internazionalizzazione dell'Italia”. In conclusione il Ministro Urso ha affermato che il CIMIM rappresenta “un primo luogo dove misurare la cabina di regia per l'internazionalizzazione, oltre alla partita dello sviluppo delle attività legate alla Space e Blue economy”.

Il Ministro dell'Economia e delle Finanze, Giancarlo Giorgetti, ha dichiarato “la competitività nei mercati internazionali delle imprese italiane è uno dei principali elementi di forza dell'economia italiana. All'interno della strategia complessiva del Governo sull'internazionalizzazione, le iniziative del MEF per lo sviluppo del mercato dei capitali potranno favorire l'attrazione di investitori e fondi in Italia”.

Il Ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, Francesco Lollobrigida, ha dichiarato: “Siamo conosciuti in tutto il mondo per la qualità e la ricchezza delle nostre produzioni agroalimentari. Il Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste ha l'onore di sostenere e valorizzare l'agroalimentare italiano nella nostra Nazione e nel mondo, tutelandolo contro il fenomeno dell' “italian sounding”, di promuovere la commercializzazione dei nostri prodotti e di trasmettere la nostra capacità di trasformare gli alimenti in opere d'arte. Ritengo che sia necessario che ogni Ministero indirizzi per quanto di competenza le strategie promozionali utilizzando la Cabina di Regia e ogni organismo collegato ai suoi componenti”.

Il Ministro del Turismo, Daniela Santanchè, ha dichiarato: “Il turismo, in particolare, può e dev'essere la principale chiave d'accesso alla promozione del Made in Italy. Tant'è vero che spesso e volentieri i visitatori di tutto il mondo scelgono la nostra Nazione proprio in virtù dei prodotti tipici e delle eccellenze che contraddistinguono il nostro territorio – dall'enogastronomia alla moda, per citare due esempi. I turisti vogliono scoprire dove e come nasce il Made in Italy, quali sono le radici che lo rendono assolutamente unico e che nessuna imitazione potrà mai sostituire. L'idea è quindi, in un'ottica sinergica, quella di importare nel settore del turismo la strategia comunicativa vincente con la quale altri comparti, come l'automotive e il fashion, hanno saputo promuovere e vendere molto bene il marchio del Made in Italy.”