

05.026

**Messaggio
sul finanziamento della promozione delle esportazioni
negli anni 2006 e 2007**

del 23 febbraio 2005

Onorevoli presidenti e consiglieri,

con il presente messaggio vi sottoponiamo, per approvazione, il disegno di decreto federale sul finanziamento della promozione delle esportazioni per gli anni 2006 e 2007.

Nel contempo vi proponiamo di togliere di ruolo il seguente intervento parlamentare:

2003 P 03.3217 Promozione delle esportazioni. Principi etici
(N 3.10.03, Donzé)

Gradite, onorevoli presidenti e consiglieri, l'espressione della nostra alta considerazione.

23 febbraio 2005

In nome del Consiglio federale svizzero:

Il presidente della Confederazione, Samuel Schmid
La cancelliera della Confederazione, Annemarie Huber-Hotz

Compendio

Sulla base della legge sulla promozione delle esportazioni del 6 ottobre 2000, l'OSEC Business Network Switzerland (OSEC) appoggia imprese svizzere e del Liechtenstein, in particolare PMI, nelle attuali attività di export all'estero e nell'avvio di nuove attività. Il finanziamento della promozione delle esportazioni deciso con il decreto federale del 25 settembre 2003 è stato limitato a due anni e termina alla fine del 2005.

Nel decreto di cui sopra, il Parlamento ha incaricato inoltre il Consiglio federale di svolgere una valutazione della promozione delle esportazioni e di esaminare almeno tre modelli per la prosecuzione del sostegno. Successivamente al bando di concorso indetto dal Segretariato di Stato dell'economia (Seco), il Consiglio federale ha incaricato il Controllo federale delle finanze (CDF), nella sua veste di organo indipendente di sorveglianza, di valutare la promozione delle esportazioni. Il Seco ha svolto insieme a una ditta di consulenza esterna l'esame dei modelli di sviluppo chiesto dal Parlamento. Grazie a un nuovo mandato di prestazione valido dal 1° gennaio 2004 e ad altre misure adeguate, già nel 2004 è stato possibile migliorare in maniera sostanziale la promozione delle esportazioni. Gli elementi principali sono l'utilità per il cliente, il principio di sussidiarietà, la rete di coordinamento e il controllo dell'efficacia e del rendimento.

Per il periodo di finanziamento 2006/2007 il Consiglio federale intende seguire in maniera coerente questa direzione imboccata dal Seco e raggiungere i cinque obiettivi indicati dal CDF.

Il Consiglio federale chiede di approvare il finanziamento della promozione delle esportazioni per gli anni 2006 e 2007 con un pacchetto finanziario di 34 milioni di franchi. Nonostante la limitazione a due anni, in deroga alle prescrizioni della legge, la promozione delle esportazioni può essere proseguita con altri strumenti di promozione dell'economia estera e dei prodotti nazionali senza pregiudizio per future forme di coordinamento.

Messaggio

1 Situazione iniziale

Per completare l'offerta privata sul mercato (principio di sussidiarietà) e su incarico della Confederazione, l'OSEC Business Network Switzerland (OSEC) sostiene ditte svizzere e del Liechtenstein, in particolare PMI, nelle attività di esportazione e nell'avvio di nuove attività.

La legge federale del 6 ottobre 2000 fornisce la base della promozione statale (legge sulla promozione delle esportazioni, RS 946.14). L'articolo 7 della legge stabilisce che l'Assemblea federale determina con un decreto federale semplice la somma massima da impiegare durante ciascun quadriennio per la promozione delle esportazioni.

In deroga alla legge, il 25 settembre 2003 il Parlamento ha limitato agli anni 2004 e 2005 il finanziamento della promozione delle esportazioni incaricando al contempo il Consiglio federale di svolgere una valutazione della promozione delle esportazioni e di esaminare almeno tre modelli di sviluppo. Successivamente al bando di concorso indetto dal Segretariato di Stato dell'economia (Seco), il Consiglio federale ha incaricato il Controllo federale delle finanze (CDF), in qualità di organo indipendente di sorveglianza, di valutare la promozione delle esportazioni. Il Seco ha svolto la valutazione dei modelli proposti dal Parlamento insieme a una ditta di consulenza esterna. Grazie a un nuovo mandato di prestazione del Seco all'OSEC, valido dal 1° gennaio 2004, e ad altre misure adeguate, sono stati migliorati in maniera determinante *l'utilità per il cliente, il principio di sussidiarietà, la rete di coordinamento e il controllo dell'efficacia e del rendimento.*

1.1 L'importanza delle esportazioni per l'economia svizzera

Dalla fine della seconda guerra mondiale, la liberalizzazione della politica economica e commerciale e il progresso tecnico nei settori della comunicazione e dei trasporti hanno favorito e accelerato l'internazionalizzazione dei mercati. Tra il 1950 e il 2003, ogni anno il commercio mondiale è aumentato del 6 per cento, cioè 1,5 volte di più del prodotto interno lordo globale.

Quale Paese esportatore, la Svizzera ha potuto trarre profitto da questo sviluppo. In questo periodo i rapporti con l'estero e dunque anche il significato delle esportazioni per il reddito nazionale sono aumentati in maniera notevole. La quota delle esportazioni rispetto al prodotto interno lordo è aumentata dal 25 al 44 per cento dal 1960.

Inoltre, la capacità di sopravvivenza sul mercato di molti rami industriali in Svizzera si basa sulle esportazioni. Le ditte interessate dipendono dai mercati di vendita esteri per poter produrre in maniera adeguata un numero sufficiente di pezzi. Determinati settori, come ad esempio l'industria delle macchine tessili, alcuni rami dell'industria chimica, orologiera e del ricamo dipendono fortemente dalle esportazioni, tanto che smerciano all'estero il 90 per cento e più della loro produzione.

L'importanza economica delle esportazioni influisce anche sul mercato occupazionale. Nel 2003, più della metà delle persone attive nell'industria operavano nei quattro settori che si occupano in primo luogo di export, cioè l'industria dei metalli e dei macchinari, l'industria chimica, tessile e dell'abbigliamento, l'industria orologiera.

1.2 La promozione statale in Svizzera

Nel rapporto sulla politica economica esterna¹, il Consiglio federale ha formulato obiettivi concreti e direttive per disciplinare l'accesso al mercato estero. Uno degli obiettivi fondamentali è l'accesso senza discriminazioni, per tutte le ditte svizzere, a tutti i Paesi e dunque la creazione di condizioni quadro favorevoli per le attività di esportazione svizzere. Per completare il quadro, strumenti non contrattuali, come ad esempio la promozione delle esportazioni, sono destinati ad aiutare le ditte a sfruttare meglio le opportunità esistenti di accesso ai mercati.

Quale elemento della politica delle PMI della Confederazione (quasi il 99,8 per cento delle ditte in Svizzera sono PMI), la promozione delle esportazioni attuata dalla Svizzera tiene conto in particolare degli interessi e delle esigenze delle piccole e medie imprese. Proprio per queste aziende, le attività estere sono connesse a rischi elevati e ignoti. Spesso non possono occuparsi dei mercati esteri perché mancano il know-how o le risorse di personale. I rischi connessi al commercio con l'estero possono minacciare in modo grave una ditta. Una consulenza appropriata può ridurre i rischi.

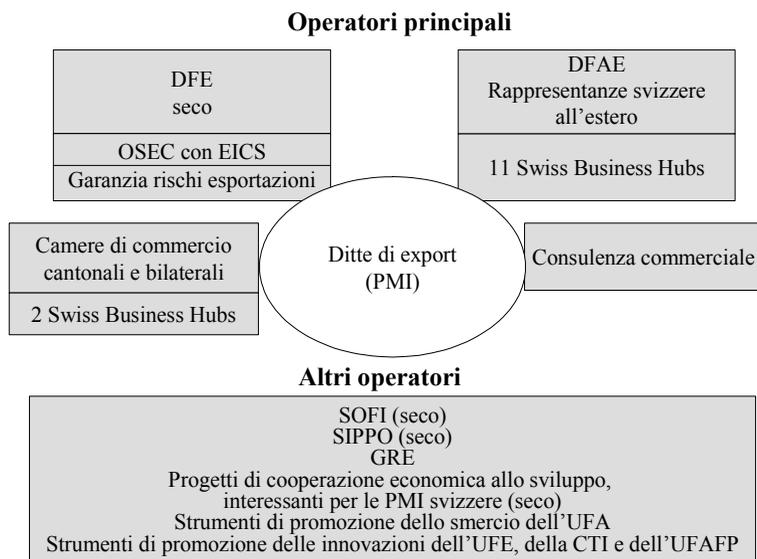
In virtù della legge federale, la promozione svizzera delle esportazioni offre servizi nell'informazione, nella consulenza e nel marketing estero, che le ditte di consulenza private non offrono perché i costi sarebbero superiori all'eventuale prezzo di mercato che potrebbe essere conseguito. Le migliori opportunità di successo in un'attività di commercio con l'estero che le PMI svizzere possono così ottenere giovano anche a tutta l'economia svizzera (punto 3.3.1).

La promozione svizzera delle esportazioni deve tener conto di principi di politica della sicurezza e di caratteristiche strutturali elvetiche. Da una parte non deve rappresentare una concorrenza per coloro che offrono su base privata servizi di consulenza per l'export (principio di sussidiarietà), dall'altra, nell'adempimento del mandato federale, deve includere anche altri enti, quali le camere cantonali dell'industria e del commercio o le camere estere di commercio, attive nel settore della promozione delle PMI e delle esportazioni. Infine, l'articolo 1 della legge federale prevede che la Confederazione impieghi nella promozione delle esportazioni segnatamente anche le rappresentanze estere (ambasciate e consolati).

L'organo incaricato dalla Confederazione di promuovere le esportazioni deve dunque assolvere un compito delicato in un quadro complesso (vedi anche la figura 1). Questa è anche la ragione per cui l'articolo 5 della legge federale gli assegna il ruolo particolare di coordinatore della rete.

¹ Cfr. anche il capitolo introduttivo del «Rapporto sulla politica economica esterna 2004» del 12.1.2005.

La promozione delle esportazioni e dell'economia estera in Svizzera



Fonte: CDF, Seco

1.2.1 L'offerta dell'Ufficio svizzero per l'espansione commerciale OSEC

I servizi offerti dall'OSEC per completare l'offerta del mercato (principio di sussidiarietà) comprendono la diffusione di informazioni di carattere generale sui mercati, sui rami settoriali e su argomenti importanti nel commercio estero, una prima consulenza su questioni riguardanti l'export e il sostegno nel marketing all'estero (partecipazione a fiere):

Diffusione di informazioni: l'OSEC mette a disposizione su Internet (www.osec.ch) ampie informazioni, consigli pratici sul trasporto di merci e sulle pratiche di sdoganamento con l'UE o informazioni aggiornate su determinati standard, come ad esempio per l'imballaggio. Il sito fornisce inoltre dati preziosi e aggiornati sui mercati esteri, ad esempio rapporti sulla situazione economica, informazioni su rami dell'economia o disposizioni legali, business guides per l'attività commerciale e sociale quotidiana nel Paese in cui si intende esportare, informazioni sulle possibilità di promozione all'estero, ecc.

Prima consulenza: l'OSEC, insieme alla ditta, ne chiarisce il fabbisogno di merce da esportare e la consiglia su come procedere. Se necessario, la sostiene nell'elaborazione di basi decisionali per un eventuale introduzione sul mercato.

Partecipazione a fiere: in tutto il mondo l'OSEC organizza un gran numero di stand svizzeri in fiere importanti in vari settori, in genere in collaborazione con le associazioni di categoria. Collaborazioni di questo tipo all'estero sono estremamente interessanti proprio per le PMI, che si avvalgono così di una presentazione di primo piano e ufficiale e usufruiscono del lavoro di PR assunto dall'OSEC, del marketing per i visitatori e dell'assistenza offerta a gruppi.

Oltre alle prestazioni principali, cioè informazione, prima consulenza e partecipazione alle fiere, l'*Euro Info Center Schweiz (EICS)* raccoglie e pubblica informazioni su tutti gli argomenti che riguardano l'Unione europea. Quale elemento di una rete coordinata dalla Commissione europea, l'EICS permette un contatto semplice e rapido con esperti della Commissione assicurando al contempo un canale informativo prezioso.

Grazie al sistema di informazioni su base elettronica *STEP (Selective Tenders & Projects)*, l'OSEC seleziona quotidianamente circa 500–700 comunicazioni su acquisti pubblici dell'UE e di altri organi e li comunica a ditte interessate al prodotto, alla prestazione o alla zona geografica. Le ditte svizzere usufruiscono dunque di un accesso semplice al mercato mondiale degli acquisti pubblici.

Quale coordinatore della rete, l'OSEC gestisce una banca di dati su Internet, l'*OSEC Pool of Experts*, che procura nel mondo intero ai propri clienti contatti con circa 90 esperti privati e qualificati nel settore delle relazioni commerciali. La qualità degli specialisti è garantita da una selezione standard.

L'OSEC collabora a una rete, il *Business Network Switzerland*, con svariati partner statali, semiprivati e privati per quel che riguarda la promozione delle esportazioni e delle attività economiche estere. Per la Svizzera, si tratta soprattutto di *partner nella rete nazionale* (camere cantonali del commercio e dell'industria, *Wirtschaftskammer Baselland* e *Gewerbe- und Wirtschaftskammer Liechtenstein*). Per determinati progetti, l'OSEC coopera anche con le associazioni di categoria e i fornitori privati di prestazioni per la promozione delle esportazioni.

Sul piano internazionale, cioè a livello di *rete estera*, il Dipartimento federale degli affari esteri (DFAE) è il partner principale dell'OSEC. L'integrazione della promozione delle esportazioni in una rappresentanza all'estero offre il vantaggio di facilitare l'accesso a un piano politico e di aprire le porte che restano chiuse ad altri operatori, in particolare nei Paesi in transizione, nei quali lo Stato esercita ancora una forte influenza sull'economia. Undici dei tredici *Swiss Business Hubs (SBH)* operativi sono integrati nella rete delle rappresentanze del DFAE, conformemente all'articolo 1 capoverso 1 della legge sulla promozione delle esportazioni; gli altri due hanno la sede presso le camere di commercio bilaterali.

Gli *Swiss Business Hubs* agiscono come partner nel quadro del *Business Network Switzerland*. Possono fornire un aiuto prezioso alle ditte della Svizzera e del Liechtenstein nella ricerca e nella valutazione di opportunità di concludere affari all'estero grazie alle buone conoscenze della situazione locale. La rete è completata da altre rappresentanze ufficiali svizzere incaricate di fornire prestazioni di base e dalle camere di commercio estero bilaterali. Queste prestazioni di base comprendono l'informazione, la consulenza e il marketing all'estero.

Inoltre, con le camere di commercio bilaterali svizzere, l'OSEC ha concluso accordi su prestazioni specifiche in Argentina, in Australia, in Brasile, in Cina, in Francia, in Marocco, nei Paesi baltici, in Perù, in Polonia, in Portogallo, nella Repubblica Ceca e in Venezuela.

Fanno parte infine del *Business Network Switzerland* anche *gli strumenti del Seco e di altri uffici federali* che riguardano la promozione delle esportazioni e delle attività economiche estere. La cooperazione tra questi strumenti e l'OSEC è rafforzata e istituzionalizzata al fine di sfruttare il potenziale di sinergia (numero 1.4).

1.2.2 Il ricorso all'OSEC da parte dei clienti

Molte ditte sfruttano l'offerta dell'OSEC: nel 2003 sono stati condotti in Svizzera colloqui preliminari con 1600 ditte e svolte più di 1000 visite informative. Circa 60 clienti si mettono in contatto ogni giorno con il Service Center. Nel 2003, gli Swiss Business Hubs all'estero sono stati interpellati da 3500 ditte svizzere. 53 000 utenti visitano ogni mese il sito internet dell'OSEC. Più del 90 per cento della clientela è soddisfatta delle informazioni e della consulenza.

Nel quadro dell'esame degli obiettivi convenuti con l'OSEC per il 2004, la ditta Demoscope ha effettuato un sondaggio sul grado di notorietà e l'immagine dell'OSEC e sul grado di soddisfazione della clientela. A paragone dei sondaggi già effettuati nel 2001 e nel 2002, l'OSEC ha continuato a migliorare sensibilmente i risultati in tutti i settori. Ha ottenuto valutazioni eccellenti sulla competenza, sull'efficacia e sul lato pratico. I clienti apprezzano la qualità, la facile utilizzazione e la concretezza delle informazioni, sia quelle su carta, sia quelle sul sito. Le persone che fanno ricorso ai consigli dell'OSEC, sia regolarmente, sia sporadicamente, li giudicano buoni o eccellenti nove volte su dieci, tanto per la qualità, quanto per la pratica o le scadenze. Queste valutazioni sono invariate dal 2001. Inoltre, la popolarità dell'OSEC è salita dal 19% nel 2002 al 24% nel 2004.

Un sondaggio condotto dal Seco alla fine del 2004 ha mostrato che la maggior parte dei partner della rete si dichiara soddisfatta della collaborazione con l'OSEC. In particolare, si è potuto constatare un miglioramento nei casi di approfondimento della collaborazione nel 2004.

1.3 La promozione svizzera delle esportazioni nel confronto internazionale

Paragonare a livello internazionale la promozione delle esportazioni non è facile poiché ogni Paese ha obiettivi, strategie e strutture particolari.

In *Svizzera*, l'OSEC ha l'incarico di occuparsi della promozione delle esportazioni avvalendosi di 76 collaboratori. La Confederazione versa 17 milioni di franchi all'anno a questo scopo. 1,5 milioni di franchi provengono ogni anno dai contributi dei membri, altri 6,2 milioni dal fatturato. Il DFAE finanzia inoltre il personale degli Swiss Business Hubs con 2,7 milioni di franchi annui e il Seco con 1,3 milioni. Queste somme non comprendono i costi cui il DFAE deve far fronte per il personale e le infrastrutture di base assegnate a tutte le rappresentanze della Svizzera all'estero (offerta più limitata di informazioni, consulenza e marketing all'estero).

I sistemi di promozione delle esportazioni esaminati (Gran Bretagna, Francia, Paesi Bassi, Svezia, Austria, Germania, Italia) hanno senz'altro punti in comune con il sistema svizzero, ma la loro gamma di prestazioni in genere è più completa. Essenzialmente, comprendono i seguenti prodotti e servizi tradizionali: informazione, consulenza iniziale, coordinamento tra gli interessati alle attività economiche estere, formazione e perfezionamento, consulenza specializzata, organizzazione della partecipazione a fiere e a missioni commerciali.

La *Germania* dispone dei seguenti strumenti: un ufficio federale del commercio estero (Bundesstelle für die Aussenwirtschaft, BFAI), una commissione delle esposizioni (Messeausschuss, AUMA), camere del commercio estero (AHK) e camere del commercio e dell'industria (IHK), con più di 1350 collaboratori, la maggior parte dei quali all'estero. Lo Stato versa in tutto 127,5 milioni di franchi all'anno per la promozione delle esportazioni. Le IHK sono finanziate con i contributi obbligatori delle ditte aderenti.

La *Francia* ha affidato la promozione delle esportazioni a due organizzazioni: l'UBIFrance e il Centre français du commerce extérieur (CFCE) che dispongono di 570 collaboratori e possono ricorrere alla rete estera della Direzione del commercio estero del Ministero dell'economia. Il finanziamento da parte dello Stato ammonta a 58,5 milioni di franchi all'anno, cui si aggiungono 60 milioni di franchi provenienti dalle attività commerciali.

In *Italia* è l'Istituto Nazionale Commercio Estero, ICE, a occuparsi della promozione delle esportazioni. L'Istituto è incaricato di occuparsi anche degli incentivi agli investimenti all'estero e della promozione economica interna. Dispone di più di 1350 collaboratori, 750 dei quali all'estero. Lo Stato versa 115,5 milioni di franchi all'anno su un budget globale di 195 milioni.

L'*Austria* ha incaricato l'organizzazione Aussenwirtschaft Österreich (AWÖ) – che fa parte della camera economica austriaca (Wirtschaftskammer Österreich, WKÖ) – di promuovere le esportazioni. Con più di 700 collaboratori a disposizione, 600 dei quali all'estero, l'AWÖ funziona con un budget annuo di 105 milioni di franchi, finanziato grazie ai contributi obbligatori dei membri, prelevati secondo un sistema che si può paragonare a quello fiscale. Da parte sua, il Governo mette a disposizione mezzi supplementari per operazioni particolari (vedi più in basso).

La promozione delle esportazioni e degli investimenti in *Gran Bretagna* è compito dell'UK Trade and Investment (UKTI), un organo che dispone di più di 2500 collaboratori nel Paese e all'estero ed è finanziato dallo Stato con 641 milioni di franchi annui.

Lo Swedish Trade Council si occupa della promozione delle esportazioni della *Svezia*. Questa organizzazione impiega 343 collaboratori, la maggior parte dei quali all'estero. Lo Stato versa 43,5 milioni di franchi annui su un budget totale di 75 milioni.

Nei *Paesi Bassi*, infine, la promozione delle esportazioni spetta alla Netherlands Foreign Trade Agency (EVD) che funziona con una rete interna e una esterna di cui fanno parte 383 collaboratori. Il contributo dello Stato, pari a 42 milioni di franchi all'anno, è limitato alla rete interna.

Inoltre, i nostri vicini *Austria, Germania, Francia e Italia* hanno avviato operazioni speciali nel cui ambito, per la conquista dei mercati internazionali, le ditte non sono più sostenute passivamente come succedeva sinora, ma vengono incoraggiate a

esportare. Queste operazioni si focalizzano su mercati e settori considerati particolarmente interessanti o innovativi. Questi Paesi hanno anche migliorato la propria organizzazione o sono in procinto di farlo per rafforzare la cooperazione tra i vari operatori interessati agli affari economici esteri. L'Austria ha approntato l'operazione «offensiva» più ampia, investendovi 150 milioni di franchi all'anno nel 2004 e nel 2005.

1.4 Adegamenti alle misure di promozione dal 2004

L'ultimo dibattito parlamentare nell'autunno 2003 ha evidenziato varie critiche alla promozione delle esportazioni (decreto federale del 25 settembre 2003) concernenti soprattutto l'utilità per il cliente, la sussidiarietà, il coordinamento della rete, la corporate governance e la doppia gestione sotto l'egida del DFE e del DFAE.

Nel 2004 il Seco, il DFAE e l'OSEC hanno preso misure in vari settori migliorando sensibilmente l'organizzazione della promozione delle esportazioni.

Da quando, il 1° gennaio 2004, l'OSEC ha ricevuto il nuovo mandato di prestazione dal Seco e da quando i suoi obiettivi sono stati fissati, l'organizzazione ha subito un riorientamento strategico. L'accento è stato posto sull'aumento dell'*utilità* dei servizi forniti dall'OSEC per il *cliente*, sul rispetto del *principio di sussidiarietà* in rapporto ai fornitori privati e sull'ulteriore rafforzamento del *ruolo di coordinamento dell'OSEC*. Le possibilità di controllo e sanzione del Seco nei confronti dell'OSEC sono state ampliate.

L'utilità per il cliente: la collaborazione tra gli strumenti di promozione delle esportazioni e di promozione economica esterna del Seco (OSEC, GRE [garanzia dei rischi delle esportazioni²], SOFI [Swiss Organisation for Facilitating Investments³], SIPPO [Swiss Import Promotion Programme⁴]), è stata rafforzata nel 2004. Il primo successo registrato con questo ravvicinamento è stata l'apertura di un centro di servizi (Service Center) comune all'OSEC, alla GRE, alla SOFI e al SIPPO: creato nell'autunno 2004, il centro funziona come uno sportello centrale per le PMI in cerca di informazioni sull'internalizzazione. In questo senso, verranno rafforzati anche il coordinamento e lo sfruttamento di sinergie con altri strumenti della Confederazione di promozione delle esportazioni e delle attività economiche estere. Si tratta di determinare in maniera più precisa il punto di intersecazione con gli strumenti di promozione delle innovazioni dell'Ufficio federale dell'energia (UFE), della Commissione per la tecnologia e l'innovazione (CTI), dell'Ufficio federale dell'ambiente delle foreste e del paesaggio (UFAFP) e con gli strumenti di promozione delle vendite dell'Ufficio federale dell'agricoltura al fine di evitare doppioni. D'altronde, la collaborazione deve essere rafforzata.

² La GRE è uno strumento che permette di garantire le esportazioni verso Paesi che presentano un rischio più elevato (politico o economico).

³ La SOFI è un'istituzione di consulenza negli investimenti nel settore della cooperazione allo sviluppo economico che fornisce informazioni sulle condizioni e le possibilità di investire in Paesi in sviluppo o in transizione e che assiste i clienti nella ricerca e nella scelta del partner per gli investimenti.

⁴ Il SIPPO è un programma di promozione delle importazioni in Svizzera e in Europa di prodotti finiti e semifiniti originari da Paesi in sviluppo o in transizione, che fa parte della cooperazione allo sviluppo economico.

Tra l'OSEC e gli Swiss Business Hubs sono stati conclusi mandati di prestazione nel 2004: questi concedono all'OSEC un potere decisionale illimitato sulla rete esterna nel settore operativo. D'altronde, per aumentare la professionalità nella rete esterna, sono state introdotte misure di formazione per i dirigenti di Swiss Business Hubs e per i Trade officer; sono state approntate misure di sviluppo obbligatorie (avvalendosi anche di assessment) per i dirigenti di Swiss Business Hubs.

Sussidiarietà: per rispettare il principio di sussidiarietà, il 1° gennaio 2004 l'offerta formativa dell'OSEC per il settore privato, l'OSEC School for International Business, è stata esternalizzata. Le prestazioni dell'OSEC per l'economia privata si riducono oggi a contratti-tipo e alla gestione della segreteria per poche camere bilaterali svizzere di commercio estero, senza incidenza finanziaria rilevante.

Nel quadro della rete esterna, tre accordi di cooperazione sono stati conclusi in Brasile, in Francia e in Polonia tra gli Swiss Business Hubs locali e le camere bilaterali di commercio estero nell'intento di un maggiore rispetto del principio di sussidiarietà prescritto dalla legge. Un quarto accordo verrà concluso con la Cina nell'aprile 2005 e ulteriori accordi di cooperazione sono in preparazione e completeranno quelli esistenti con le camere di commercio bilaterali per quel che riguarda la fornitura di prestazioni specifiche in Argentina, Australia, Marocco, nei Paesi baltici, in Perù, Portogallo, nella Repubblica Ceca e in Venezuela.

L'organizzazione del settore delle esposizioni era ancora in fase di chiarificazione all'epoca della redazione del presente messaggio. Un sondaggio condotto presso le PMI nell'autunno 2003 ha rivelato che l'offerta di partecipazione alle fiere da parte dell'organizzazione di promozione delle esportazioni corrisponde a un chiaro bisogno di mercato. L'organizzazione e la realizzazione di partecipazioni di questo genere, tuttavia, si situano già sovente nella zona d'ombra delle attività del settore privato (principio di sussidiarietà). Per questa ragione il Seco ha iniziato a esaminare le eventuali varianti (compreso il concorso) per il settore delle esposizioni. Il Consiglio di sorveglianza dell'OSEC intende esprimersi al riguardo nel 2005.

Coordinamento della rete: agli inizi del 2005, l'OSEC ha ridistribuito fondi per un ammontare di 1,5 milioni di franchi all'interno della rete (rete interna ed esterna). Questi fondi permetteranno di rafforzare maggiormente il ruolo dell'OSEC di coordinatore della rete.

Nel 2004 il Forum svizzero del commercio estero, avviato dall'OSEC nel 2001 come progetto pilota per la cooperazione nel Business Network Switzerland, è stato organizzato e realizzato per la prima volta da un gran numero di organi, cioè dall'OSEC, dalla GRE, dalla SOFI, dal SIPPO e dalle camere di commercio cantonali e bilaterali. Inoltre il Seco ha creato una piattaforma di coordinamento per la Cina per sfruttare le sinergie tra gli strumenti federali di promozione dei prodotti elvetici, le attività economiche esterne e altri operatori della rete.

Altre misure: la direzione dell'OSEC è stata rinnovata a metà del 2004. Il nuovo presidente del Consiglio di sorveglianza e il nuovo CEO approvano il riorientamento richiesto dal Seco e vi si attengono.

D'altronde, il segretario di Stato dell'economia non presiede più il Consiglio di sorveglianza dell'OSEC, fatto che permette di tenere separati i rispettivi ambiti di competenza nel settore della corporate governance.

Il 1° gennaio 2004 il rispetto dei principi di politica estera e di politica economica estera della Svizzera è stato introdotto nel mandato di prestazione come condizione quadro per l'esecuzione del mandato dell'OSEC. Quest'ultimo ha preso svariate misure per rispondere a questo nuovo incarico (vedi numero 2.4.1).

1.5 Valutazioni della promozione delle esportazioni⁵

Vedi anche il rapporto complementare allegato.

In deroga alle disposizioni legali, il 25 settembre 2003 il Parlamento ha limitato il finanziamento della promozione delle esportazioni agli anni 2004 e 2005. Al contempo ha incaricato il Consiglio federale di valutare la promozione delle esportazioni e di proporre almeno tre modelli di sviluppo. Successivamente al bando di concorso indetto dal Seco, il Consiglio federale ha incaricato il CDF, quale organo di sorveglianza indipendente, di valutare la promozione delle esportazioni. Lo studio delle varianti chieste dal Parlamento è stato svolto dal Seco e da una società di consulenza esterna.

Nel rapporto di valutazione, il CDF propone al Consiglio federale cinque misure per semplificare le strutture e allestire un'offerta che soddisfi la domanda. Gli obiettivi di queste misure sono multipli: sfruttare il potenziale di sinergie nella promozione delle esportazioni e delle attività economiche con l'estero, nella gestione e nel controllo della rete esterna, utilizzare al meglio tutte le prestazioni di aiuto all'esportazione disponibili sul mercato, rispettare il principio di sussidiarietà prescritto dalla legge e aumentare l'utilità per il cliente.

L'esame dei modelli auspicati dal Parlamento è stato svolto in base ai criteri seguenti: efficacia (utilità per il cliente), efficienza (sussidiarietà, rendimento) e reputazione (governance, reazioni); si è tenuto conto ad esempio di vari gruppi target, della clientela, delle associazioni e delle camere di commercio cantonali e bilaterali. Il modello più appropriato, raccomandato al Seco, è quello della limitazione dell'offerta dell'OSEC a prestazioni che non rappresentino una concorrenza alle istituzioni o alle aziende private.

1.6 Richieste dell'OSEC

Per attuare il suo mandato nel 2004 e nel 2005, l'OSEC riceve un contributo federale di 17 milioni di franchi annui. Il suo budget globale ammonta a 24,7 milioni di franchi. I restanti 7,7 milioni sono finanziati con le tasse dei membri (1,5 milioni) e dal fatturato (6,2 milioni). Il piano operativo approvato dal Consiglio di sorveglianza durante la seduta dell'8 dicembre 2004 prevede un impegno della Confederazione del seguente ordine di grandezza:

⁵ Pubblicato su www.cdf.admin.ch (rapporto di valutazione del CDF) e su www.seco.admin.ch (rapporto sulle strategie alternative per la prosecuzione della promozione delle esportazioni).

Uso	Proporzione	Mezzi (1000 fr.)
Coordinamento della rete (formazione compresa)	30 %	5100
Marketing ed esposizioni all'estero	28 %	4800
Consulenza	14 %	2500
Informazione e transfer di conoscenze	13 %	2300
Direzione d'azienda / servizi	8 %	1300
Euro Info Center Suisse	6 %	1200
Comunicazione in Svizzera	1 %	238

Per poter continuare a svolgere in maniera professionale il proprio mandato di promozione operativa delle esportazioni, l'OSEC chiede di ricevere un contributo invariato per il periodo 2006–2007, cioè 17 milioni di franchi annui per fornire le medesime prestazioni. In questo modo, nel rispetto del principio di sussidiarietà, potrà continuare ad accordare la priorità al rafforzamento delle esportazioni delle aziende, in particolare delle PMI, con sede in Svizzera e nel Liechtenstein, e al coordinamento della rete che permette di fornire le prestazioni necessarie.

2 Obiettivi e misure della Confederazione fino al 2007

2.1 Obiettivi fino al 2007

Nella promozione operativa delle esportazioni, le priorità sono le seguenti: rispetto dei bisogni della clientela, rispetto del principio di sussidiarietà e coordinamento dei servizi interessati. Applicando nel 2004 le misure di adeguamento riportate al capitolo 1.4, il Seco ha modificato l'orientamento della promozione delle esportazioni nel senso di queste priorità. Gli obiettivi principali per i prossimi due anni saranno proseguire sistematicamente su questa via e raggiungere i cinque obiettivi raccomandati dal CDF.

Utilità per il cliente: il compito fondamentale dell'OSEC consiste ancora nell'assistenza ai clienti tramite la fornitura delle prestazioni di cui hanno bisogno. Si tratta in particolare di migliorare la trasparenza in fatto di promozione delle esportazioni semplificando l'accesso delle PMI agli strumenti di promozione. La qualità delle prestazioni fornite deve essere migliorata sfruttando da una parte le sinergie tra gli strumenti federali di promozione delle esportazioni e di promozione delle attività economiche esterne e, dall'altra, tra la gestione e la sorveglianza della rete esterna. Inoltre una ripartizione più precisa delle misure di controllo secondo la valutazione formativa (migliorare la qualità del mandatario) e la valutazione sommativa (controllo della qualità da parte di terzi) permetterà di rendere il controlling più efficace.

Sussidiarietà: si tratta di evitare di far concorrenza all'offerta privata nel settore della promozione delle esportazioni, in modo da meglio armonizzare i servizi proposti dall'OSEC con quelli del settore privato e da incoraggiare maggiormente le sinergie. Tutti i servizi di promozione delle esportazioni disponibili sul mercato devono essere utilizzati nel miglior modo possibile.

Coordinamento della rete: l'OSEC deve coordinare la rete della promozione delle esportazioni. Deve migliorare lo scambio di informazioni tra i vari operatori e riunire l'offerta e la domanda di prestazioni di servizi nella promozione delle esportazioni.

Gli obiettivi citati sono previsti nel mandato dell'OSEC per il 2006 e il 2007. Le concertazioni annue degli obiettivi ne riportano i dettagli.

Il Consiglio federale ha deciso di non fissare obiettivi successivi al 2007 per non pregiudicare i lavori in corso destinati a migliorare il coordinamento e le future forme di collaborazione tra gli strumenti federali di promozione dei prodotti elvetici e dell'economia estera (numero 2.4.2).

2.2 Misure fino al 2007

Le misure seguenti sono previste sin dal 2005 per migliorare l'utilità per i clienti, il rispetto del principio di sussidiarietà e il coordinamento della rete e per raggiungere gli obiettivi raccomandati dal CDF:

Utilità per i clienti: l'accesso agli strumenti federali di promozione delle esportazioni e delle attività economiche esterne deve essere semplificato e reso più chiaro per i clienti. Gli sforzi già in atto per coordinare meglio gli strumenti devono essere aumentati; gli strumenti devono invece essere integrati al più presto nel servizio centrale (Service Center a partire dall'autunno 2004) dell'OSEC, della GRE, della SOFI e del SIPPO (numero 1.4).

Sulla scorta delle raccomandazioni del CDF verranno avviate, a partire dal 2005, altre misure destinate ad ampliare il potere decisionale dell'OSEC nella rete esterna. Inoltre entro la fine dell'anno il Consiglio federale intende esaminare l'opportunità di un subordinamento degli Swiss Business Hubs all'organizzazione di promozione delle esportazioni. L'OSEC continuerà a procedere regolarmente a valutazioni formative. La prossima valutazione sommativa dell'OSEC da parte del Seco è prevista tra 2 o 4 anni (vedi anche il rapporto complementare, numero 4).

Il Consiglio federale è convinto che le misure annunciate contribuiranno in larga parte a raggiungere l'obiettivo dell'utilità per i clienti, raccomandato dal CDF (raccomandazioni n. 1, 2 e 5).

Principio di sussidiarietà: dopo aver abbandonato l'offerta di formazione e la consulenza specializzata, oggi l'OSEC non propone più servizi del settore privato con un reale impatto finanziario. Diverse varianti sono allo studio per riprendere il settore delle esposizioni, tra cui quello dei concorsi per il programma delle fiere (numero 1.4). L'OSEC collaborerà in maniera più approfondita con le camere di commercio cantonali e bilaterali e con i fornitori privati adattando la propria offerta di servizi in funzione di quella degli operatori privati. In questo senso, per completare gli accordi già esistenti tra l'OSEC e le camere bilaterali svizzere di commercio con l'estero, verrà concluso il quarto accordo di cooperazione tra uno Swiss Business Hub e una camera bilaterale elvetica, mentre altri sono in programma. Il Consiglio federale esaminerà entro la fine dell'anno l'opportunità di un ulteriore concorso per il mandato di promozione delle esportazioni, conformemente al CDF.

Seguendo le raccomandazioni del CDF, a partire dal 2005 l'OSEC rinuncerà a fissare ai propri collaboratori delle reti interne ed esterne obiettivi in base alla cifra d'affari, facilitando l'integrazione di tutti gli operatori nella prestazione di servizi. Il Seco appronterà un controllo della qualità delle risposte fornite dal Service Center per assicurarsi che le domande dei clienti vengano trattate immediatamente e trasmesse ai servizi competenti (vedi il numero 4 del rapporto complementare).

Il Consiglio federale è convinto che le misure annunciate contribuiranno in gran parte a raggiungere l'obiettivo del rispetto del principio di sussidiarietà raccomandato dal CDF (raccomandazioni n. 3 e 4).

Coordinamento della rete: grazie alla cooperazione nel servizio centrale (Service Center, a partire dall'autunno 2004), il coordinamento e lo scambio di informazioni tra l'OSEC e gli altri strumenti federali di promozione delle esportazioni e di promozione economica esterna sono stati rafforzati. L'OSEC ha allestito e gestisce tra l'altro una piattaforma destinata a promuovere le esportazioni che mette in contatto i fornitori di prestazioni di servizi di esportazione e gli interessati a tali prestazioni.

Per applicare il modello 3 (limitazione a prestazioni utili all'insieme dell'economia senza entrare in concorrenza con le prestazioni del settore privato) non è necessario adattare le prestazioni fornite. L'offerta dell'OSEC in base al mandato di prestazione 2004–2005 comprende la comunicazione di informazioni relative ai mercati, ai settori e ai temi connessi agli affari economici esteri, la consulenza iniziale sull'esportazione e il marketing all'estero (partecipazione a fiere); corrisponde dunque sin d'ora al modello della promozione pubblica delle esportazioni raccomandato nel rapporto.

2.3 Proposta del Consiglio federale

Il Consiglio federale approva i progressi fatti nella promozione delle esportazioni. Durante il prossimo periodo di finanziamento (2006–2007) si tratterà di continuare sulla stessa strada e di raggiungere in modo altrettanto rapido i cinque obiettivi raccomandati dal CDF.

Il Consiglio federale propone un limite massimo di spese di 34 milioni di franchi per gli anni 2006 e 2007, cioè la stessa somma attualmente disponibile ai sensi del decreto federale del 25 settembre 2003 sul finanziamento della promozione delle esportazioni durante gli anni 2004 e 2005.

Il contributo permetterà all'OSEC di continuare a fornire le prestazioni odierne (informazione, consulenza iniziale, fiere e coordinamento della rete), raccomandate anche nello studio sui metodi di sviluppo della promozione delle esportazioni (numero 1.5) La soppressione delle prestazioni di formazione e di consulenza specializzata del settore privato, avvenuta il 1° gennaio 2004, non ha avuto ripercussioni sui costi e dunque neanche sulla somma dei mezzi federali necessari alla fornitura delle altre prestazioni.

Contrariamente a quanto desiderato dagli operatori del mercato, non si prevede di aumentare questi mezzi. Le PMI intervistate durante la valutazione dei modelli voluta dal Parlamento hanno sottolineato che i Paesi confinanti della Svizzera concedono un sostegno finanziario molto più consistente alle imprese, in particolare nel settore fieristico, e che alcuni di essi hanno lanciato, o intendono farlo, operazioni «offensive» nel settore delle esportazioni investendo somme notevoli allo scopo.

Ai sensi dell'articolo 7 della legge sulla promozione delle esportazioni, l'Assemblea federale approva ogni quattro anni, con un decreto federale semplice, un pacchetto di spese destinato a finanziare misure di promozione delle esportazioni. Con il presente testo, il Consiglio federale propone di finanziare la promozione delle esportazioni per due anni invece di quattro. Limitare questo finanziamento a due anni permette di proseguire la promozione delle esportazioni senza danneggiare eventuali forme future di coordinamento con altri strumenti di promozione economica estera e dei prodotti interni (numero 2.4.2).

2.4 Interventi parlamentari

2.4.1 Postulato 03.3217. Legge sulla promozione delle esportazioni. Principi etici

Con il postulato 03.3217, il Consiglio nazionale ha incaricato il Consiglio federale di esaminare l'eventuale inserimento nella legge sulla promozione delle esportazioni di una disposizione che obblighi a rispettare i principi fondamentali della politica estera svizzera, in particolare per quel che riguarda i diritti dell'uomo e la politica dello sviluppo.

Un obbligo di questo tipo è già stato integrato nel mandato di prestazione che il Seco ha affidato all'OSEC a partire dal 1° gennaio 2004. Il mandato di promozione delle esportazioni deve dunque mantenere i limiti imposti dal rispetto dei principi della politica estera e della politica economica estera della Svizzera.

Conformemente a questo nuovo obbligo, l'OSEC ha già preso varie misure per informare i clienti sui conflitti che possono sorgere tra determinati progetti di esportazione e i principi etici della politica estera della Svizzera, che devono essere rispettati, e per invitarli a applicare procedimenti etici. Un capitolo a parte è stato inoltre aggiunto alle condizioni generali dell'OSEC che, oltre a integrare l'argomento nella formazione dei consulenti, intende introdurre in un prossimo futuro le informazioni necessarie nei manuali. Il sito internet dell'OSEC fornisce anch'esso informazioni e indirizzi cui rivolgersi per ottenere risposte a su temi importanti.

L'amministrazione ha valutato l'opportunità di modificare la legge, constatando che, nel caso della promozione delle esportazioni, il fatto di iscrivere il rispetto dei principi etici nella legge non migliorerebbe di molto la situazione dal punto di vista giuridico in confronto all'obbligo già previsto nel mandato di prestazione. Rimarrebbe aperta la questione della scelta delle norme standard cui attenersi e quella di chi assume la responsabilità di un'eventuale infrazione a questi standard. Il Consiglio federale non ritiene perciò necessario modificare la legge.

2.4.2 Postulato 04.3434 CET-N. Strategia per una promozione coordinata dell'immagine della Svizzera

Nell'agosto 2004 la Commissione dell'economia e dei tributi del Consiglio nazionale (CET-N) ha inoltrato un postulato sulla promozione dell'immagine della Svizzera, che il Consiglio nazionale ha approvato il 29 settembre 2004. Gli autori del postulato – come già quelli del postulato 04.3199 della CET-S «Coordinamento della promozione dell'immagine della Svizzera» –, chiedono al Consiglio federale di adottare un piano di promozione coordinato dell'immagine della Svizzera e di presentarlo

alle Camere federali sotto forma di rapporto entro la fine del 2005. Il piano dovrà tener conto dell'insieme degli organi sostenuti dalla Confederazione, in particolare di Svizzera Turismo, Location:Switzerland, Presenza Svizzera, OSEC e Pro Helvetia. Il rapporto sarà redatto in collaborazione con i dipartimenti interessati.

Il presente disegno del Consiglio federale (numero 2.3) dà carta bianca al legislatore per migliorare il coordinamento della promozione dell'immagine della Svizzera. Limitare il finanziamento a due anni permette di proseguire la promozione delle esportazioni senza danneggiare le eventuali future forme di coordinamento con altri strumenti di promozione economica estera e dei prodotti elvetic.

3 Ripercussioni finanziarie e sul personale

3.1 Ripercussioni finanziarie

Il decreto sul finanziamento della promozione delle esportazioni propone un limite di spesa di 34 milioni di franchi per gli anni 2006 e 2007, cioè la somma attualmente a disposizione ai sensi del decreto federale del 25 settembre 2003 sul finanziamento della promozione delle esportazioni durante gli anni 2004 e 2005

3.2 Ripercussioni sul personale

Nel 2004 il Seco ha ridotto della metà il numero di posti permanenti degli addetti alla promozione delle esportazioni e dispone oggi solo di un posto.

3.3 Ripercussioni economiche

3.3.1 Promozione delle esportazioni quale compito dello Stato

Le PMI che desiderano allargare le attività sul mercato estero possono essere confrontate con di limitazione di accesso. Essere attivi nel settore dell'esportazione significa conoscere le pratiche commerciali locali, le strutture specifiche dei costi in ogni mercato, le possibilità di trasporto e di consegna, la situazione del mercato del lavoro e il controllo del mercato da parte dello Stato (dazi doganali, ostacoli non tariffari, disposizioni tecniche, ecc.). Le PMI hanno spesso difficoltà a valutare in maniera sistematica il potenziale e i rischi di un mercato estero. Non hanno le risorse né il know-how, né l'esperienza necessaria per stabilire un'analisi costi-benefici di un'espansione all'estero.

Per sormontare questi ostacoli, le PMI hanno bisogno di servizi per l'esportazione forniti da organi esterni che, grazie alla specializzazione acquisita, permettono le economie scalari e di gruppo nella comunicazione delle informazioni.

Le prestazioni d'assistenza all'esportazione proposte sul mercato dall'OSEC e da terzi possono essere suddivise nelle seguenti categorie: servizi d'informazione e di comunicazione, consulenza iniziale, consulenza specializzata, perfezionamento e partecipazione alle fiere.

Alcuni di questi servizi sono proposti da consulenti privati, come per esempio la consulenza specializzata (analisi di fattibilità su misura, contatti con partner commerciali, assistenza nella realizzazione strategica) e la formazione di collaboratori di ditte private. Questi settori sono commercialmente interessanti per le ditte private di consulenza e sono occupati in Svizzera da società relativamente piccole.

Altre categorie di servizi non sono coperte dal settore privato perché non sono interessanti dal punto di vista commerciale. Si tratta tra l'altro della fornitura di informazioni (accessibili a tutti su un sito internet), della consulenza iniziale (informazioni di base, strutturazione delle problematiche, informazioni specifiche sui mercati esteri) e di una vasta parte del marketing all'estero (standard comuni sulle fiere nei nuovi mercati).

L'offerta di informazioni, la consulenza iniziale e il marketing all'estero sono in ultima analisi prestazioni a vantaggio dell'economia, non proposte dal settore privato. Tuttavia, essendo di utilità generale per l'economia, è logico che vengano finanziate con fondi della Confederazione in quanto elementi della promozione pubblica delle esportazioni.

3.3.2 Ripercussioni per le PMI

Le attività d'informazione, di consulenza, di offerta di dati specifici a un mercato e le offerte di assistenza per il marketing all'estero devono aiutare le imprese che non hanno esperienza in fatto di esportazioni a non commettere errori e a valutare meglio e più rapidamente i rischi. Questo sostegno permette anche di abbreviare il periodo di sviluppo e di innovazione, sempre critico per le ditte.

La piattaforma informativa www.osec.ch riceve in media 53000 visite al mese. Ogni anno, più di 3000 clienti comprano servizi remunerati all'OSEC; nel contempo si svolgono circa 1000 incontri informativi con ditte che intendono espandersi all'estero. Nel 2003, 232 PMI svizzere e del Liechtenstein hanno usufruito dell'offerta dell'OSEC nel settore fieristico in occasione di più di 20 partecipazioni comuni in dieci Paesi.

3.3.3 Ripercussioni per l'insieme dell'economia

Uno studio effettuato dall'Università di Nottingham (*«Leverhulme Centre for Research on Globalization and Economic Policy»*) per il periodo dal 1988 al 1998 conferma che le ditte attive a livello internazionale hanno un rendimento più elevato di quelle concentrate esclusivamente sul mercato interno. Applicano metodi di produzione che hanno bisogno di maggiori capitali e versano in genere salari superiori alla media. Le ditte esportatrici creano inoltre un numero maggiore di posti di lavoro.

Questo studio mostra anche che più il reparto delle esportazioni diventa importante, più la produttività aumenta. L'eventualità di un ritiro forzato della ditta dalle attività di esportazione diminuisce, come anche il rischio di perdere i vantaggi concorrenziali acquisiti grazie al lavoro di internazionalizzazione.

Promuovere le esportazioni in maniera professionale basandosi sull'informazione, sulla consulenza iniziale e sul marketing all'estero contribuisce in maniera determinante a migliorare la produttività e la competitività internazionale della piazza

economica, contrariamente al sovvenzionamento diretto delle esportazioni che può servire a mantenere le opportunità di smercio su mercati esteri, ma non offre incentivi diretti all'aumento della produttività.

3.3.4 Alternative

Su mandato del Parlamento (DF del 25 settembre 2003) sono stati esaminati sei modelli di nuovo indirizzo della promozione delle esportazioni. Tra questi sei modelli (vedi anche il rapporto complementare allegato, numero 5), quello che si concentra sull'informazione, sulla consulenza iniziale e sul marketing sui mercati esteri con la creazione di un centro di servizi comune per rispondere alle questioni delle PMI sull'internazionalizzazione soddisfa nel modo più appropriato i criteri di efficacia (utilità per i clienti), efficienza (sussidiarietà, rendimento) e di reputazione (governance, assistenza).

3.3.5 Aspetti pratici dell'esecuzione

Grazie al nuovo mandato di prestazione del Seco all'OSEC, valido dal 1° gennaio 2004, e grazie alle misure prese nel 2004, è stato possibile ottenere consistenti miglioramenti nei settori dell'utilità per il cliente, della sussidiarietà e del coordinamento della rete. Questo indirizzo è confermato dagli obiettivi che il CDF consiglia di raggiungere e corrisponde alle disposizioni della legge sulla promozione delle esportazioni. Esso verrà mantenuto in futuro.

4 Programma di legislatura

Il presente disegno figura nel rapporto del 24 febbraio 2004 sul programma di legislatura 2003–2007 (FF 2004 969).

I mezzi necessari per gli anni 2006 e 2007 corrispondono a quelli attualmente a disposizione ai sensi del decreto federale del 25 settembre 2003 sul finanziamento della promozione delle esportazioni durante gli anni 2004 e 2005.

5 Basi legali

Ai sensi dell'articolo 7 della legge sulla promozione delle esportazioni, l'Assemblea federale approva ogni quattro anni, con un decreto federale semplice, un pacchetto di spese destinato a finanziare le misure di promozione delle esportazioni.

Con il presente disegno, il Consiglio federale chiede di finanziare la promozione delle esportazioni per due anni, invece di quattro. Con questa limitazione è possibile continuare a promuovere le esportazioni senza danneggiare eventuali future forme di coordinamento con altri strumenti della promozione economica estera e dei prodotti interni (numero 2.4.2).

6

Freno alle spese

Ai sensi dell'articolo 159 capoverso 3 lettera b Cost., le nuove spese periodiche che superano i 2 milioni di franchi devono essere adottate dalla maggioranza dei membri di ciascuna Camera. Il tetto di spese per la promozione delle esportazioni ammonta a 17 milioni di franchi annui e sottostà dunque al freno alle spese.

