

Programma Fondo di Perequazione 2019-2020

INTERNAZIONALIZZAZIONE

Progetto a valenza regionale di cui all'art. 4, comma 1, lettera a)

Proposta

Premessa

Il programma è la prosecuzione e lo sviluppo delle due edizioni di Sostegno all'export delle pmi, realizzate nelle precedenti annualità del Fondo di Perequazione a cui hanno aderito otto CCIAA (BG, CR, LC, MN, MILOMB, PV, SO, VA).

Le iniziative, coordinate da Unioncamere Lombardia con il supporto consulenziale-operativo di PromosItalia hanno conseguito appieno gli obiettivi quantitativi progettuali e permesso un valido interscambio di informazioni tra esperienze delle diverse imprese aderenti nei vari territori

Questi sono stati i risultati numerici: 3533 imprese potenziali o occasionali esportatrici coinvolte, 411 export check up realizzati 103 imprese accompagnate all'estero con piani export, oltre 1.000 imprese partecipanti a webinar dedicati a focus Paese o strategia per internazionalizzazione.

I progetti sono stati soddisfacenti anche dal punto di vista qualitativo avendo messo a fattore comune il patrimonio di conoscenze e competenze degli export Promoter camerale con quelle di PromosItalia con un effetto positivo sulla progettualità e i servizi per l'internazionalizzazione del sistema camerale nel suo insieme

Pertanto, Unioncamere Lombardia propone alle Camere di Commercio di aderire a questa iniziativa e di confermare il ruolo di coordinatore della stessa e la scelta di incaricare PromosItalia per la prestazione di servizi di consulenza inerenti le attività n. 2-3-4), laddove non intendano incaricare direttamente altri esperti.

1. Scouting territoriale

Ridefinizione delle aziende target del Progetto SEI (attraverso la sistematizzazione dei contatti già sviluppati nelle precedenti edizioni, con indicazione puntuale del relativo esito) e, al contempo, individuazione e profilazione (attraverso una vera e propria azione di scouting) delle nuove imprese da aggregare al Progetto SEI (coinvolgendo sempre più i settori ad alto contenuto tecnologico e sfruttando le potenzialità dei servizi, soprattutto il mondo della creatività, della cultura, dell'economia circolare, delle tecnologie ambientali e della transizione ecologica, ecc.), in modo da avviare o rafforzare la loro presenza sui mercati esteri. Anche in questo caso si proporranno strumenti e specifici percorsi di internazionalizzazione. Sulla base dell'esperienza delle precedenti annualità, tale attività verrà portata avanti dalle singole Camere di commercio con gli strumenti a loro disposizione (Registro imprese, CRM e altre banche dati) e tenuto conto delle altre iniziative in essere (in primo luogo, quelle facenti riferimento ai PID), incrociando i dati attualmente disponibili delle imprese attive sui mercati esteri.

2. Iniziative di assessment, orientamento e prima assistenza alle imprese

A seguito delle azioni di scouting mirato, le Camere proporranno specifiche azioni volte alla individuazione dei mercati potenzialmente più adatti ai profili delle proprie imprese target. Tra queste:

- confronto operativo con le imprese (attraverso attività "porta a porta" - in presenza o a distanza - o per gruppi ristretti) per una prima valutazione dei vincoli, dei fabbisogni, degli orientamenti e delle potenzialità di proiezione all'estero;
- analisi dell'interscambio relativo ai principali target delle imprese individuate, per tipologia di prodotto (attraverso la strumentazione messa a disposizione da Unioncamere) e con evidenziazione dei potenziali Paesi di interesse;
- scambio di best practice - anche di altri territori - che abbiano già sviluppato competenze ed esperienze specifiche (con riferimento ad un settore merceologico o a un paese di destinazione).

Sulla base delle competenze e delle strumentazioni fornite nelle precedenti edizioni del Progetto SEI, gli Export Promoter camerali svilupperanno attività di orientamento/sensibilizzazione/formazione delle imprese, valutazione dell'interesse e delle effettive capacità/potenzialità di presenza all'estero (assessment), così da impostare programmi di intervento specifici tenuto conto anche delle strategie di promozione internazionale e assistenza alle aziende già definite da parte delle CCIAA. Ulteriori attività potranno essere previste a sostegno delle imprese intenzionate ad ampliare gli sbocchi di mercato, con attenzione alle funzioni dei diversi attori del sistema pubblico per la promozione all'estero (ICE, SIMEST, SACE) oltre che CCIE.

Nell'ambito della formazione all'impresa Unioncamere Lombardia realizzerà un master sull'internazionalizzazione.

3. Assistenza alle imprese per l'utilizzo dei servizi finalizzati ad avviare o rafforzare la presenza all'estero

Definizione e realizzazione di percorsi ed iniziative dedicate per le imprese che hanno traguardato con successo le operazioni di export check-up e di prima assistenza (azioni "su misura" per le aziende) di cui al punto precedente. Per tutte le imprese coinvolte (e, in particolare, per quelle già oggetto di assessment e orientamento in occasione delle precedenti edizioni del Progetto SEI), è prevista la predisposizione di piani di "export kick-off" contenenti:

- un'analisi per la selezione dei mercati con maggiore potenziale per il prodotto di riferimento;
- un'analisi per l'individuazione dei canali di distribuzione ideali per i mercati prescelti;
- un'analisi di dettaglio sulla concorrenza nazionale ed estera di riferimento;
- una prima analisi di posizionamento dell'azienda rispetto ai concorrenti di riferimento;
- l'elaborazione di una strategia;
- un piano d'azione.

Tenuto conto degli esiti delle attività svolte, la CCIAA potrà proporre alle aziende target specifici format di servizi di accompagnamento all'estero per azioni comuni a più imprese (nel caso, ad esempio, delle iniziative finalizzate a irrobustire le Catene Globali del Valore nel manifatturiero, individuando e mettendo in contatto domanda e offerta di beni intermedi, anche all'interno dei Paesi europei) o anche, attraverso il supporto di Unioncamere, a più CCIAA.

In particolare Unioncamere Lombardia in collaborazione con Promos Italia supporterà le CCIAA per la realizzazione dei piani export su mercati ad alta potenzialità per ogni azienda aderente, proponendo - sulle base dei bisogni delle aziende - attività coerenti e in sinergia con la programmazione camerale e regionale.

4. Diffusione degli strumenti digitali per l'export e per aumentare la presenza delle PMI sui canali di vendita online

Orientamento e accompagnamento delle aziende alla realizzazione di attività di percorsi di B2B virtuali con operatori internazionali, anche affiancate a iniziative di informazione/formazione mirata (webinar) - ad es. anche sviluppando la conoscenza

delle opportunità offerte dall'utilizzo dell'e-commerce e dei principali relativi marketplace e piattaforme internazionali, la conoscenza delle modalità di accesso e di fruizione delle opportunità offerte dai tender e dalle gare internazionali, etc. - e seguite da attività di follow-up. Valorizzando le opportunità offerte dalle tecnologie digitali, la CCIAA individuerà, inoltre, nuovi servizi e/o ottimizzando quanto già programmato a livello locale, regionale e nazionale (anche con riferimento a un servizio di mentoring, per valorizzare e ampliare il network di esperti e professionisti italiani all'estero da mettere a disposizione - a titolo completamente gratuito - delle imprese grazie alle CCIE), tenuto conto al contempo delle modalità organizzative di collaborazione con i diversi attori del sistema pubblico per la promozione all'estero (ICE, SIMEST, SACE), oltre che CCIE. Tale fase del progetto può, tra l'altro, prevedere la disponibilità in Camera di commercio di uno o più "Manager dell'internazionalizzazione", in grado di offrire un'assistenza personalizzata alle PMI per impostare azioni di marketing e far crescere il fatturato sull'estero, anche in questo caso utilizzando la leva del digitale.

Unioncamere Lombardia declinerà questa attività con:

- percorsi di B2B virtuali ad hoc su mercati di interesse per le aziende aderenti al progetto SEI.
- webinar sull'e-commerce con un'impostazione pratica, fornendo strumenti e consigli operativi per effettivamente migliorare l'attività di e-commerce delle PMI.

5. Promozione e comunicazione Attività di comunicazione sugli obiettivi attesi a livello territoriale rivolte alla realtà imprenditoriale e al mondo economico ed istituzionale locale.

Si intende, inoltre, sostenere la realizzazione di seminari e webinar a livello territoriale al fine di promuovere l'integrazione fra i servizi offerti dal sistema camerale e le attività del sistema pubblico per la promozione dei rapporti economici e commerciali italiani con l'estero. A conclusione del progetto, potrà essere inoltre previsto un evento di presentazione dei risultati.

Obiettivi minimi di risultato per il complesso delle attività ed azioni progettuali:

- 1) Realizzare attività di promozione diretta all'estero (b2b, eventi di business, fiere, ecc.) per almeno il 30% delle PMI già coinvolte in precedenza attraverso la realizzazione di "piani di export kick-off" personalizzati, in cui sia individuato un mercato target e proposto un piano operativo di azioni all'estero
- 2) Ampliare la platea dei beneficiari del progetto di almeno un ulteriore 5% di imprese potenziali e occasionali esportatrici, individuando anche settori o aree di specializzazione non comprese nelle precedenti edizioni e offrendo alle PMI servizi mirati di informazione, formazione e preparazione all'export a partire dall'assessment della "readiness" all'estero (export check-up)
- 3) Individuare e coinvolgere almeno 5 imprese per le CCIAA di piccola dimensione, 8 per le CCIAA di media dimensione e 11 per le CCIAA di grande dimensione all'interno della rete di mentorship internazionale coordinata dalle CCIE, attraverso l'utilizzo di almeno un servizio offerto (webinar, mentoring o assistenza specialistica)

ATTIVITÀ COORDINATE A LIVELLO REGIONALE DA UNIONCAMERE LOMBARDIA

Il ruolo di Unioncamere Lombardia, all'interno del progetto presentato a livello regionale, sarà legato alle attività di:

- Coordinamento del progetto, presentazione del progetto, monitoraggio attività, rendicontazione finale.

- Gestione rapporti operativi con Unioncamere e le Camere.
 - Creazione e gestione del Gruppo di lavoro intercamerale per monitorare l'andamento delle attività.
 - Gestione dei rapporti con il fornitore servizi, PromosItalia e/o l'Azienda Speciale camerale, per le seguenti attività: 2. Iniziative di assessment, orientamento e prima assistenza alle imprese; 3. Assistenza alle imprese per l'utilizzo dei servizi finalizzati ad avviare o rafforzare la presenza all'estero; 4. Diffusione degli strumenti digitali per l'export e per aumentare la presenza delle PMI sui canali di vendita online 5. Promozione per quanto riguarda l'attività formativa per le aziende.
- Il coordinamento di Unioncamere Lombardia è finalizzato, come è stato per le precedenti iniziative, ad le opportune economie di scala e di scopo per assicurare il miglior raggiungimento degli obiettivi progettuali

ATTIVITÀ REALIZZATE DALLA SINGOLA CAMERA

La singola Camera di Commercio gestirà le seguenti attività: 1. Scouting territoriale - considerata la loro prossimità e conoscenza delle caratteristiche e potenzialità per l'estero del proprio bacino di imprese 5. La promozione per quanto riguarda l'aspetto propriamente comunicativo del progetto e dell'offerta complessiva favorendo la promozione e l'integrazione dei servizi del sistema camerale e di quelli del sistema pubblico nazionale per l'internazionalizzazione delle imprese.

PROGRAMMI FONDO DI PEREQUAZIONE 2019-2020 3 – INTERNAZIONALIZZAZIONE

Costi e contributo previsti (100% spesa)

<i>Dimensione CCIAA</i>	Bergamo	Brescia	Como-Lecco	CR -MN-PV	MI-MB-LO	Sondrio	Varese	Totale
	Grande	Grande	Media Accorpata	Grande Accorpata	Grande Accorpata	Piccola	Media	
COSTI AMMESSI (A)	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 45.500,00	€ 52.000,00	€ 64.000,00	€ 30.000,00	€ 35.000,00	€ 306.500,00
Prestazione di servizi da società in house, società di mercato, consulenti, professionisti, enti ed altri organismi, etc, in materia di sostegno all'export delle imprese per assistere le CCIAA nella realizzazione delle attività progettuali, in particolare analisi, studi e ricerche di mercato	€ 32.000,00	€ 32.000,00	€ 36.400,00	€ 41.600,00	€ 51.200,00	€ 24.000,00	€ 28.000,00	€ 245.200,00
Attrezzature e software (utilizzo di piattaforme digitali per sostegno alle imprese nelle loro attività di internazionalizzazione) Fino max 30,0%	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
Promozione per realizzare <i>sessioni di formazione specifica alle imprese</i> e attività promozionale attraverso webinar o altri canali di comunicazione -Budget centralizzato gestito da UCL per la formazione specifica : 15% -Budget gestito da singola CCIAA :5 %	€ 8.000,00	€ 8.000,00	€ 9.100,00	€ 10.400,00	€ 12.800,00	€ 6.000,00	€ 7.000,00	€ 61.300,00
Altre spese (es.: acquisto banche dati, interpretariato per webinar con esperti esteri etc) Fino max 10,0%	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
CONTRIBUTO AMMESSO (100%) B	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 45.500,00	€ 52.000,00	€ 64.000,00	€ 30.000,00	€ 35.000,00	€ 306.500,00

Costi gestiti dalle CCIAA per attività da realizzare a livello territoriale

	Bergamo	Brescia	Como-Lecco	Cremona	MI-MB-LO	Sondrio	Varese	Totale
Promozione attività promozionale attraverso webinar o altri canali di comunicazione	€ 2.000,00	€ 2.000,00	€ 2.275,00	€ 2.600,00	€ 3.200,00	€ 1.500,00	€ 1.750,00	
Totale costi gestiti dalle CCIAA (C)	€ 2.000,00	€ 2.000,00	€ 2.275,00	€ 2.600,00	€ 3.200,00	€ 1.500,00	€ 1.750,00	€ 15.325,00

Costi gestiti da Unioncamere Lombardia per attività centralizzate a livello regionale

	Bergamo	Brescia	Como	Cremona	MI-MB-LO	Sondrio	Varese	Totale
Prestazione di servizi per attività n. 2-3-4	€ 32.000,00	€ 32.000,00	€ 36.400,00	€ 41.600,00	€ 51.200,00	€ 24.000,00	€ 28.000,00	€ 245.200,00
Promozione per realizzare sessioni di formazione specifica alle imprese	€ 6.000,00	€ 6.000,00	€ 6.825,00	€ 7.800,00	€ 9.600,00	€ 4.500,00	€ 5.250,00	€ 45.975,00
Totale costi gestiti da UCL (D)	€ 38.000,00	€ 38.000,00	€ 43.225,00	€ 49.400,00	€ 60.800,00	€ 28.500,00	€ 33.250,00	€ 291.175,00

Il Segretario Generale
(dr Massimo Ziletti)

Il Presidente
(ing. Roberto Saccone)