

Allegato "B" alle delib. n. 71 del 29/04

L.E.T. (LOMBARDY EXPORT TRADE)

Costituzione di un network di sostegno e supporto alla creazione di processi "eccellenti" per l'internazionalizzazione di imprese "matricola"

Contesto

Tutte le analisi economiche ribadiscono che l'internazionalizzazione dell'impresa è un fattore essenziale della sua competitività oltre che la miglior ricetta per affrontare l'attuale crisi.

Oltre che nell'analisi accademica questa affermazione trova sostegno in più rilevazioni empiriche, come il recente studio di Confindustria Lombardia sull'internazionalizzazione delle imprese lombarde. Oltre a supportare la competitività in periodi normali, il presidio dei mercati esteri permette alle imprese internazionalizzate di affrontare meglio l'attuale congiuntura negativa rispetto alle imprese domestiche. A fronte infatti di una stagnazione della domanda interna, sia per quanto riguarda i consumi che gli investimenti, assistiamo ad una ripresa significativa dell'interscambio commerciale con l'estero.

L'Accordo di Programma per la competitività tra Regione Lombardia e Sistema Camerale Lombardo ha individuato proprio nel sostegno all'internazionalizzazione delle imprese uno dei principali assi d'intervento, destinando significative risorse. Si ricordano gli interventi a voucher e le diverse edizioni del progetto Spring, per l'affiancamento alle imprese di export manager esperti. Nonostante ciò i dati continuano ad evidenziare che un numero ancora troppo basso di imprese avvia percorsi di internazionalizzazione strutturati, soprattutto tra le micro e piccole imprese, limitandosi a presidiare i possibili mercati con qualche sporadica presenza a fiere di settore, magari nemmeno seguita da una coerente attività di follow up. Questa affermazione costituisce il punto di partenza di L.E.T: si è, infatti, convinti che molte micro e piccole imprese hanno le caratteristiche indispensabili per poter operare con l'estero, sia in termini di prodotto che di tecnologie produttive, ma, per tante ragioni, non ritengono di compiere questo passo.

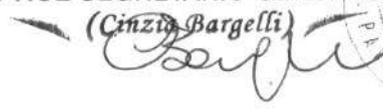
Obiettivo

Si tratta, quindi, in primo luogo di individuare le imprese potenzialmente adatte ed interessate ad avviare questo percorso, per inserirle stabilmente nelle iniziative di sostegno all'internazionalizzazione sviluppate da Regione e Camere di Commercio.

Per un significativo numero di queste imprese lombarde di piccole dimensioni, ma in possesso di requisiti e strutture adeguate sarà possibile, attraverso l'apporto e la qualificata esperienza in azienda di Export Temporary Manager, affiancati da mirate azioni informative, formative e promozionali messe a disposizione dal sistema camerale lombardo, di affacciarsi per la prima volta su mercati esteri con un approccio corretto e sistematico.

IL VICE SEGRETARIO GENERALE

(Cinzia Bargelli)



Attività progettuali

Lo sviluppo del progetto prevede le seguenti azioni:

Preselezione delle imprese. Le Camere di Commercio aderenti al progetto, in collaborazione con i soggetti che sul territorio offrono servizi e competenze alle imprese, in particolare Associazioni di categoria, identificheranno le possibili imprese "matricole". Verranno utilizzati dati ed informazioni resi disponibili dalle Camere di Commercio e da ricerche analisi sviluppate dai mondi associativi. Da valutare la possibilità di una collaborazione con SOSE SpA, la società pubblica che gestisce dati ed informazioni derivanti dagli studi di settore. Potrà essere utilizzato un'apposito questionario di preselezione volto ad identificare la presenza dei requisiti minimi aziendali di accesso ai mercati esteri.

Progettazione di un "export check-up" telematico per l'individuazione di imprese "matricola" eccellenti. Verrà realizzato uno strumento di autodiagnosi online con il quale le imprese che avranno superato la prima soglia di selezione, potranno verificare la propensione ad operare sui mercati esteri nonché l'adeguatezza delle proprie caratteristiche strutturali (produzione, finanza, personale e logistica). Le 100 imprese risultanti "virtualmente idonee" saranno oggetto di una verifica qualitativa in azienda da parte di Export Temporary Manager che ne accerteranno la reale idoneità e le accompagneranno nel percorso di approccio ai mercati esteri.

Selezione e formazione degli Export Temporary Manager (ETM)

Gli ETM, opportunamente individuati tra i professionisti più qualificati, parteciperanno a un breve corso di formazione e aggiornamento sul tema "il piano di marketing internazionale in azienda", che si articolerà in quattro incontri e sarà trasmesso anche in streaming per agevolare la partecipazione dei funzionari camerale coinvolti nel progetto. Il corso avrà come docente l'autore dell'export check-up, e come obiettivo quello di garantire un elevato standard qualitativo della metodologia da applicare in azienda.

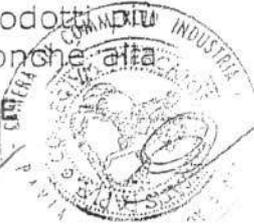
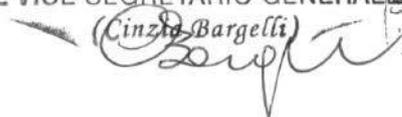
Al termine del corso verrà predisposta la guida specifico per le imprese matricole "Come redigere un corretto piano di marketing per l'estero" messo a disposizione delle Camere di Commercio aderenti. Tale attività potranno essere sviluppate in collaborazione anche con il progetto Spring 5 di Regione Lombardia e Sistema camerale lombardo.

Percorso di coaching in azienda finalizzato alla predisposizione del piano di marketing più idoneo per il processo di internazionalizzazione. Le imprese che supereranno la fase di verifica in azienda potranno usufruire del supporto operativo dell'ETM per delineare un primo approccio ai mercati esteri. I servizi personalizzati verteranno principalmente a trasferire in azienda la metodologia e gli strumenti più idonei per superare positivamente le criticità che normalmente le PMI incontrano nell'affacciarsi per la prima volta sui mercati internazionali.

Particolare attenzione verrà posta alla verifica del posizionamento strategico aziendale sul mercato estero, all'individuazione dei mercati e dei prodotti idonei, all'analisi e alla elaborazione del listino prezzi per l'estero, nonché alla

IL VICE SEGRETARIO GENERALE

(Cinzia Bargelli)



definizione delle attività di comunicazione e promozione da intraprendere all'estero.

Inoltre, particolare attenzione verrà data alle attività del sistema camerale lombardo, attraverso la rete dei Lombardiapoint, e di altre reti a livello comunitario (Enterprise Europe Network).

Per ogni azienda l'esperto redigerà un report sintetico di ciascun incontro e un report finale più analitico che conterrà anche indicazioni operative affinché l'imprenditore possa proseguire l'attività intrapresa con l'esperto.

A conclusione delle attività di coaching le imprese partecipanti potranno sperimentare una modalità innovativa di approccio all'estero attraverso la partecipazione ad una fiera virtuale, quale approccio propedeutico ad una prima esperienza "sul campo".

Follow-up

A distanza di sei mesi ogni azienda usufruirà di un ulteriore supporto dell'ETM per verificare lo stato di avanzamento dei lavori ed apportare gli eventuali aggiustamenti necessari.

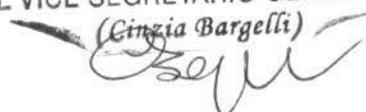
Risultati attesi

A conclusione del percorso le imprese partecipanti disporranno degli strumenti necessari per avviare l'attività di esportazione, usufruendo al meglio dei programmi camerali e regionali per l'internazionalizzazione.

I benefici per il sistema camerale lombardo saranno:

- Incremento del numero dei servizi camerali per l'internazionalizzazione e del numero di imprese beneficiarie
- messa a punto del nuovo strumento informatico export chek-up
- creazione della guida "Come redigere un corretto piano di marketing per l'estero".

IL VICE SEGRETARIO GENERALE
(Cinzia Bargelli)



PROGETTO: L.E.T LOMBARDY EXPORT TRADE

COSTI AMMESSI (comprensivi di IVA se dovuta)

	CR	LC	LO	MN	PV	SO	VA	TOTALE
Progettazione	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	49.000
consulenze	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	31.500
Personale	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	17.500
Personale	5.000	35.000						
formazione	580	580	580	580	580	580	580	4.060
Consulenze (ETM in azienda)	14.400	28.800	14.400	28.800	28.800	14.400	38.400	168.000
Attrezzature (streaming)	700	700	700	700	700	700	700	4.900
follow up	1.440	2.880	1.440	2.880	2.880	1.440	3.840	16.800
fiera virtuali	6.000	12.000	6.000	12.000	12.000	6.000	16.000	70.000
Coordinamento UCL	850	850	850	850	850	850	850	5.950
TOTALE COSTI	35.970	57.810	35.970	57.810	57.810	35.970	72.370	353.710
Contributo richiesto	14.388	23.124	14.388	23.124	23.124	14.388	28.948	141.484
Costo per la Camera al netto delle spese per il personale e del contributo del Fondo	14.082	27.186	14.082	27.186	27.186	14.082	35.922	159.726
								0

I costi ETM sono calcolati in base alla seguente ripartizione aziende/provincia

CR-LO-SO N° 3

LC-MN-PV N° 6

VA N° 8



IL VICE SEGRETARIO GENERALE
(Cinzia Bargelli)