

Allegato "D" alla deliber. n. 101 del 24/9/12

TITOLO DEL PROGETTO: L.E.T. GO! (Lombardy Export Trade GO!)

Prosecuzione del percorso intrapreso con il progetto L.E.T. a supporto dei processi di internazionalizzazione delle imprese matricola.

CONTESTO

Propensione all'export e rinnovata capacità di innovazione sono i punti di forza di un tessuto produttivo che funziona. L'apertura internazionale, ora che la domanda interna risente della situazione contingente, è importante tanto quanto quella al mercato interno. La situazione attuale può essere da stimolo allo sviluppo di nuovi prodotti, all'identificazione di nuovi canali distributivi, all'individuazione di nuovi mercati. La presenza sul mercato estero è l'elemento che sta facendo la differenza tra chi cresce, anche se con difficoltà, e chi stenta.

Sulla scorta dell'esperienza raccolta con il progetto L.E.T il progetto L.E.T. GO! intende riconfermare l'attenzione al tema delle internazionalizzazione delle micro e piccole imprese attraverso un percorso che metta in luce le potenzialità delle stesse formandole, coinvolgendole e stimolandole ad aprirsi verso i mercati esteri per accrescere la propria competitività e quella dell'intero sistema paese.

OBIETTIVI

In considerazione del successo ottenuto con la prima edizione di LET e dei risultati raggiunti, il progetto LET GO! intende proseguire con il modello di intervento integrandolo e valorizzandolo con alcuni aspetti sostanziali.

Le imprese che si vogliono coinvolgere saranno:

- MPMI nuove che presentino i requisiti necessari per poter partecipare alle attività progettuali, con preferenza per quelle realtà appartenenti a filiere produttive specifiche;
- aziende già approcciate nella prima fase del progetto LET che, pur corrispondendo ai criteri di selezione identificati, non hanno potuto proseguire con il progetto a causa del raggiungimento del numero massimo di aziende ammesse alla seconda fase.

Il progetto prevede:

- l'utilizzo dello strumento di selezione informatizzato **EXPORT CHECK UP** che ha lo scopo di esaminare l'attitudine dell'azienda all'internazionalizzazione, con particolare rilievo alle risorse umane, agli strumenti e alle potenzialità dimostrate;
- la presenza di **E.T.M. (EXPORT TEMPORARY MANAGER)**
- l'affiancamento della azienda con la figura dell'**E.T.P. (EXPORT TEMPORARY PUPIL)** che seguirà l'ETM amplificandone le azioni e di conseguenza i risultati.

Destinatari finali del progetto

MPMI lombarde che non hanno mai intrapreso un percorso di internazionalizzazione o lo hanno avviato solo recentemente, senza aver sviluppato ancora una massa critica interessante.

Si prevede la possibilità di selezionare le aziende con particolare attenzione ad alcune filiere produttive con l'obiettivo di stimolare la formazione di gruppi

IL SEGRETARIO GENERALE
(Federica Pasinetti)



aggregazioni che possano sviluppare azioni di internazionalizzazioni condivise anche per altre progettualità di sistema.

Fasi del progetto:

Analisi e progettazione esecutiva

A - Analisi territoriale:

Le Camere di Commercio aderenti al progetto forniranno il quadro completo delle aziende che hanno partecipato alla fase 1 del progetto LET ma non hanno avuto accesso alla fase 2 perché in sovrannumero. Oltre ciò le Camere di Commercio selezioneranno nuove aziende matricola attraverso ricerche ed analisi sviluppate dal sistema camerale ed associativo.

B - Analisi contesto organizzativo interno alla CdC (strumenti, tecnologiche, personale, risorse finanziarie)

I diversi uffici camerali (estero, Lombardia Point, promozione, ecc..) verranno coinvolti nelle varie fasi progettuali per garantire la migliore promozione e realizzazione delle attività previste dal progetto.

C - Individuazione delle responsabilità e del team:

Camere di Commercio: analisi territoriale, individuazione e selezione delle imprese, individuazione e selezione degli ETM e degli ETP.

- Consulenti senior (ETM): interventi presso le aziende per le attività di coaching
- Consulenti junior (ETP): interventi presso le aziende a supporto dell'azione dell'ETM

- Trainer/Supervisor: revisione e adeguamento del check up di selezione delle competenze, interventi di formazione per gli ETM e gli ETP, partecipazione alla selezione delle aziende, supervisione dell'attività degli ETM e degli ETP, coordinamento delle informazioni con le diverse Camere di Commercio, attività di networking e benchmarking tra le aziende.

D - Selezione e individuazione dei partner del progetto:

Il team di progetto individuerà con specifiche procedure i consulenti da coinvolgere: ETM, ETP e Supervisor.

Realizzazione del progetto e sperimentazione dell'attività

Formazione personale/addetti:

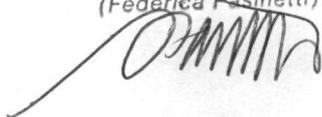
La formazione è rivolta al team degli ETM e degli ETP all'inizio del progetto per presentare loro gli obiettivi e uniformare le logiche operative. A tal fine, si prevede un incontro formativo nel quale condividere il modello di intervento e i concetti di base del contenuto del Piano di Marketing internazionale da applicare nelle aziende. Durante lo svolgimento del progetto, il supervisor starà in contatto con il team, anche attraverso la creazione di un gruppo sul portale www.LombardiaBusiness.net per verificare lo stato di avanzamento dei lavori attraverso il controllo di alcuni indicatori di risultato.

Output di questa fase saranno il Piano Marketing e la reportistica aggiornata e periodica dell'attività presso le aziende.

Formazione utenti/imprese:

Percorso di "coaching" in azienda finalizzato alla predisposizione del piano di marketing per il processo di internazionalizzazione. Le imprese saranno seguiti dall'ETM per delineare l'approccio più opportuno ai mercati esteri e servizi

IL SEGRETARIO GENERALE
(Federica Pasinetti)



personalizzati serviranno a supportare e seguire il progetto export di ogni singola impresa. Si prevede la presenza in azienda degli ETM per Nr 8 interventi suddivisi in 4 mesi. La presenza degli ETM sarà quindicinale. La presenza degli ETP a supporto del progetto dovrà essere più frequente di quella degli ETM, con un minimo di una giornata alla settimana per azienda.

Inoltre, si prevede un parallelo percorso formativo di nr. 4 mezze giornate rivolto alle imprese. La formazione seguirà il percorso presentato e affrontato nella compilazione dell'export check up al fine di analizzarne le debolezze per le singole imprese nelle diverse sezioni per permettere la messa a punto delle opportune azioni di miglioramento.

Realizzazione banche dati

Le banche dati che si vengono a creare con il progetto sono di duplice natura:

- data base delle aziende del progetto LET e LET GO con analisi delle specifiche performance pre e post progetto

- data base di tutta la rete di contatti sviluppati dal progetto per conto delle singole aziende al fine di verificare possibili incroci o azioni di filiera.

Realizzazione di network con altri enti camerali:

Nell'ambito del progetto si procederà allo sviluppo del network tra le Camere di Commercio aderenti, i desk camerali all'estero e le Camere di Commercio italiane all'estero propedeutiche allo sviluppo delle azioni di marketing all'estero.

Realizzazione di analisi, studi e ricerche:

Dagli interventi degli ETM in azienda previsti dal precedente progetto L.E.T. scaturiranno interessanti indicazioni di mercato che costituiranno un cruscotto di informazioni a disposizione dell'azienda, dell'ETM e delle Camere di Commercio coinvolte per meglio identificare il mercato/settore di riferimento nonché le dinamiche che lo regolano.

Il check up di selezione delle competenze sarà uno strumento a disposizione delle nuove aziende che aderiranno al progetto L.E.T. GO!. Lo stesso servirà per valutare l'attitudine all'export delle realtà che si avvicinano al progetto. Il check up subirà una ulteriore integrazione che consentirà di valutare, a distanza di un anno, le performance delle aziende che già avevano partecipato alla prima fase del Progetto L.E.T, ma non avevano avuto accesso alla seconda fase, quella degli ETM in azienda.

Azioni promozionali di divulgazione e comunicazione:

I Lombardia Point, gli uffici di promozione delle Camere di Commercio, i canali di comunicazione camerali saranno utili strumenti per favorire azioni promozionali e divulgative del nuovo progetto per favorire l'individuazione di nuove imprese potenzialmente interessate a prendere parte alla prima fase del progetto L.E.T. GO!.

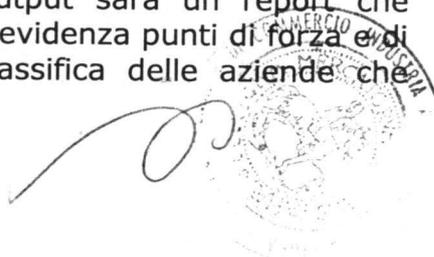
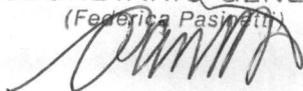
Messa a regime del servizio/tool e verifica di eventuali disfunzioni:

Le imprese non ammesse alla fase due del precedente Progetto L.E.T. saranno oggetto di analisi da parte dei supervisor. Questo confronto con l'azienda consentirà una conoscenza più approfondita della stessa, una differente presa di coscienza del suo rapporto con l'estero e quindi un differente grado di coinvolgimento nel progetto L.E.T. GO! attraverso la nuova compilazione dell'export check up.

Le nuove aziende aderenti del Progetto L.E.T. GO! Saranno invece subito valutate tramite il check up di competence selection. L'output sarà un report che qualificherà la loro attitudine all'export mettendone in evidenza punti di forza e di debolezza. Tale output consentirà di stilare una classifica delle aziende che

IL SEGRETARIO GENERALE

(Federica Pasinetti)



potranno accedere alla fase due del progetto che prevede la presenza degli ETM e degli ETP in azienda.

Promozione del sistema delle imprese:

L'attività degli ETM e gli ETP in azienda sarà dedicata anche alla promozione delle singole imprese sui mercati esteri attraverso azioni di web e direct marketing. Si prevede anche la possibilità di agire per gruppi di imprese qualora la selezione per filiera permetta la creazione di raggruppamenti omogenei. Gli ETM e gli ETP potranno avvalersi di tutti gli strumenti di promozione del sistema camerale lombardo.

Promozione dei distretti industriali:

E' possibile prevedere la costituzione di raggruppamenti di imprese per filiera o distretto.

I gruppi potranno essere sia provinciali e quindi coordinati da ogni singola camera di commercio o interprovinciali. In entrambi i casi l'ETM di riferimento dovrà essere un esperto del settore e sarà il referente dell'intero gruppo.

Identificazione di eventuali correttivi da apportare:

L'attività di verifica sugli ETM e sugli ETP verrà svolta dai Supervisor di progetto che monitoreranno costantemente le attività in corso. I supervisor riporteranno gli sviluppi alle singole Camere con cadenza bimestrale.

Output del Progetto

A conclusione delle attività di accompagnamento, i partecipanti verranno supportati dagli ETM nell'individuazione, tra le iniziative proposte dal sistema camerale lombardo, di una prima esperienza "sul campo" (fiera, missione, incontri d'affari, ecc.) di approccio al mercato estero di riferimento.

Infine, alle imprese partecipanti sarà data la possibilità di confrontarsi sui risultati del progetto e sui loro diversi approcci in un incontro di benchmark moderato dai trainer.

Prodotti che si intendono realizzare:

- Report periodici di aggiornamento sulle attività dell'ETM
- Report periodici con indicazione dei risultati raggiunti e delle criticità riscontrate
- Questionario di gradimento delle imprese a fine progetto
- Report finale per ogni impresa

totale di imprese beneficiarie del progetto: n° 85

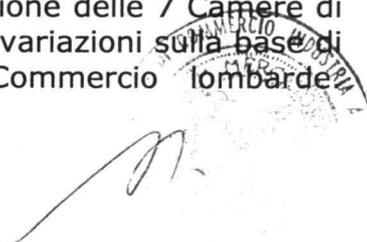
- n° beneficiarie dirette: 35
- n° beneficiarie indirette: 50

Gli indicatori utilizzati per valutare i risultati del progetto saranno:

- Database contatti effettuati e sviluppati
- Nr. contatti sviluppati per singolo mercato
- Nr. richieste d'offerta/incontri/campionature scaturite
- Sviluppo dell'attitudine all'export dell'azienda attraverso indicatori da definire
- Incremento del numero di servizi camerali per l'internazionalizzazione
- Messa a punto di nuovi strumenti
- Incremento del livello di occupazione attraverso il possibile inserimento degli ETP in azienda al termine del progetto.

Il **Budget** di seguito riportato è basato sull'ipotesi di adesione delle 7 Camere di Commercio partecipanti al progetto L.E.T. , e potrà subire variazioni sulla base di eventuali adesioni aggiuntive di altre Camere di Commercio lombarde

IL SEGRETARIO GENERALE
(Federica Pasinetti)



PROGETTO: L.E.T GO!

	CR	LC	LO	MN	PV	SO	VA	TOTALE
Progettazione								
Personale (CCIAA)	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	
totale	1.000	7.000						
Personale (CCIAA)	5.000	35.000						
Consulenze (CCIAA)								
Consulenze (ETM)	14.400	28.800	14.400	28.800	28.800	14.400	38.400	
Consulenze (ETP)	2.400	4.800	2.400	4.800	4.800	2.400	6.400	
totale	16.800	33.600	16.800	33.600	33.600	16.800	44.800	196.000
Attrezzature (streaming, PC, ecc.)	1.500	10.500						
Promozione								
comunicazione/pubblicità	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	
totale	2.000	14.000						
spese Unioncamere								
Personale	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	
consulenze (supervisor)	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	
formazione	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	
totale	5500	38.500						
TOTALE COSTI	31.800	48.600	31.800	48.600	48.600	31.800	59.800	301.000
Contributo richiesto(40%)	12.720	19.440	12.720	19.440	19.440	12.720	23.920	120.400
Costo per la Camera*	19.080	29.160	19.080	29.160	29.160	19.080	35.880	

Netto delle spese per il personale e del contributo del Fondo

IL SEGRETARIO GENERALE
(Federica Pasinato)