

Allegato "E" delib. n. 29 del 23/4/18

Programma Fondo di Perequazione 2015-2016

4. Sostegno all'export delle PMI

Proposta

La proposta progettuale prevede l'identificazione di macro-aree strategiche, di significativo interesse per il tessuto economico lombardo, che saranno approximate attraverso *Desk Strategici* dedicati. Il Desk, ubicato in Lombardia, con piena operatività e capillarità a livello territoriale, fungerà da polo di informazione, orientamento e supporto all'entrata nei mercati esteri strategici ed in specifici Paesi obiettivo.

1. Scouting territoriale

- Individuare le imprese interessate ad iniziare o rafforzare la propria presenza su specifici mercati esteri attraverso:
 - a) l'organizzazione di incontri di sensibilizzazione sul territorio
 - b) l'utilizzo di banche dati LombardiaPoint, CRM delle Camere, ecc.
- Organizzare, promuovere le attività dei Desk Strategici (max 2) dedicati a macro-aree geografiche quali MENA, ASEAN, America Latina, ecc.

2. Analisi fabbisogni e valutazione opportunità di mercato

- Avviare un confronto operativo con le imprese interessate ai mercati target per identificare bisogni e opportunità attraverso check-up aziendali e verifiche di pre-fattibilità tra prodotto/servizio delle imprese e la potenziale penetrazione in specifici mercati obiettivo.
- Intercettare opportunità d'affari e di collaborazione strategica in mercati esteri a beneficio delle imprese anche attraverso scambi di *best practices*.
- Contribuire alla creazione di strumenti utili per operare all'estero e per lo sviluppo delle relative opportunità d'affari nei mercati esteri di riferimento.

3. Iniziative di assessment, orientamento e prima assistenza

Attraverso la rete degli esperti del LombardiaPoint verranno erogati, alle imprese partecipanti alle attività dei Desk strategici, servizi di informazione e di primo orientamento per le operazioni commerciali, assistenza per il reperimento di informazioni relative ai mercati esteri utili agli obiettivi delle aziende e assistenza di primo livello in materia fiscale, doganale, contrattualistica, marketing per i mercati di riferimento.

I servizi dei LombardiaPoint sono offerti in collaborazione con ICE, SIMEST, SACE.

4. Assistenza alle imprese all'utilizzo dei servizi promozionali all'estero

- Individuare partner strategici esteri per collaborazioni commerciali, produttive e di co-sviluppo.
- Organizzare attività di B2B tra operatori economici lombardi ed esteri, anche in collaborazione con ICE-Agenzia, Assocamerestero o altri attori pubblici-privati delle aree geografiche di riferimento.
- Assistere eventuali missioni all'estero delle imprese lombarde garantendo (su richiesta) opportune azioni di follow-up o di presidio dei mercati esteri.
- Promuovere l'organizzazione di attività di networking e sviluppo di contatti tra operatori economici lombardi ed esteri anche per mezzo di visite nel territorio lombardo.

IL SEGRETARIO GENERALE
Luigi Boldrin

- Realizzare interventi di formazione specialistica a beneficio di manager del settore privato in materia di internazionalizzazione sulle macro-aree strategiche.
- Proporre progettualità internazionali cross-border tra imprese lombarde ed estere.
- In collaborazione con ICE, SIMEST e SACE, fornire informative di supporto alle aziende per operazioni strategiche, anche complesse, nei mercati esteri.

5. Promozione e comunicazione

- Diffondere informazioni operative per conoscere e operare sui mercati esteri target.
- Organizzare presentazioni e seminari di presentazione delle opportunità commerciali nei paesi strategici ((in collaborazione con ICE-Agenzia, Gruppo Cassa Depositi e Prestiti, Assocamerestero) in tutte le Camere di Commercio aderenti al progetto.
- Messa a disposizione di persone di riferimento per l'orientamento ai mercati obiettivo e alle opportunità relative ai specifici settori merceologici lombardi.
- Organizzazione di webinar e di informazione a distanza sui mercati obiettivo e partecipazione a eventi tematici di interesse per i soggetti economici lombardi.

Attività realizzate a livello regionale da Unioncamere Lombardia

- Coordinamento del progetto, presentazione del progetto, monitoraggio attività, rendicontazione finale
- Gestione rapporti operativi con Unioncamere, le Camere e le Aziende Speciali,
- Creazione e gestione del Gruppo di lavoro intercamerale per monitorare l'andamento delle attività
- Gestione dei rapporti con il fornitore servizi (Promos)
- Gestione diretta della fase di cui al punto 3 (Lombardia Point)

Attività direttamente gestite dalla singola Camera

- Individuazione delle imprese (punto 1), gestione dei rapporti operativi con le stesse (punto 2) e organizzazione e gestione delle attività di promozione sul proprio territorio (punto 5).

BUDGET PREVISTO E ARTICOLAZIONE COSTI (sono ammessi solo costi esterni)

Dimensione CCAA	Bergamo	Brescia	Como	Cremona	Lecco	Mantova	MI-MB-LO	Pavia	Sondrio	Varese	Totale Lombardia	Composizione delle spese
	grande	grande	media	piccola	piccola	media	grande	media	piccola	media		
Totale costi per CCAA (€)	22.000	22.000	20.000	18.000	18.000	20.000	22.000	20.000	18.000	20.000	200.000	
Prestazione di servizi (società in house, altre strutture camerati, Aziende Speciali, altre strutture pubbliche e private, professionisti, altro)	16.500	16.500	15.000	13.500	13.500	15.000	16.500	15.000	13.500	15.000	150.000	75%
Promozione (organizzazione seminari, workshop, convegni, realizzazione e stampa materiali promozionali, altro)	4.400	4.400	4.000	3.600	3.600	4.000	4.400	4.000	3.600	4.000	40.000	20%
Altre spese (banche dati)	1.100	1.100	1.000	900	900	1.000	1.100	1.000	900	1.000	10.000	5%
N° FTE che si presume di dedicare al progetto	1	1	0,5	0,5	0,5	0,5	1	0,5	0,5	0,5		

di cui costi gestiti da Unioncamere Lombardia per attività centralizzate a livello regionale:

Dimensione CCAA	Bergamo	Brescia	Como	Cremona	Lecco	Mantova	MI-MB-LO	Pavia	Sondrio	Varese	Totale Lombardia
	grande	grande	media	piccola	piccola	media	grande	media	piccola	media	
Totale costi gestiti da Unioncamere Lombardia (€)	16.500	16.500	15.000	13.500	13.500	15.000	16.500	15.000	13.500	15.000	150.000
Prestazioni di servizi per: - Fase 1 Scouting territoriale, sensibilizzazione imprese - Fase 2 Analisi dei fabbisogni e valutazione delle opportunità di mercato - Fase 3 Iniziative di assessment, orientamento e prima assistenza alle imprese - Fase 4 (66% della fase) assistenza alle imprese per l'utilizzo dei servizi promozionali per l'estero)	14.300	14.300	13.000	11.700	11.700	13.000	14.300	13.000	11.700	13.000	130.000
Promozione (fase 5)	2.200	2.200	2.000	1.800	1.800	2.000	2.200	2.000	1.800	2.000	20.000

Obiettivi minimi

coinvolgimento di almeno il 5% delle imprese potenzialmente esportatrici
coinvolgimento di almeno il 5% delle imprese occasionalmente esportatrici