

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 approcciate 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.

- 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)

| | Bergamo | Brescia | Como | Cremona | Lecco | Mantova | MI-MB-LO | Pavia | Sondrio | Varese | Totale Lombardia | Composizione delle spese | | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------|--------------------------|-----------------|--|
| Dimensione CCAA | 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 camerali, 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% | fino max al 80% | |
| 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% | fino max al 50% | |
| Altre spese (banche dati) | 1.100 | 1.100 | 1.000 | 900 | 900 | 1.000 | 1.100 | 1.000 | 900 | 1.000 | 10.000 | 5% | fino max 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:

| | Bergamo | Brescia | Como | Cremona | Lecco | Mantova | MI-MB-LO | Pavia | Sondrio | Varese | Totale Lombardia |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------|
| 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 - Fase2 Analisi dei fabbisogni e valutazione delle opportunità di mercato - Fase 3 Iniziative di assessment, orienta-mento 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