

Misura regionale per l'accompagnamento in mercati strategici esteri

4 Marzo 2019

Si informa che è stata approvata la D.G.R. XI/1267 del 18 febbraio 2019 con cui viene definito il progetto esecutivo denominato *"Percorsi di accompagnamento in mercati strategici per il sistema economico lombardo 2019"*.

Si tratta di una **misura** attuativa dell'Accordo fra Regione Lombardia e Unioncamere Lombardia teso allo sviluppo e competitivo del sistema lombardo, che ha la finalità di sviluppare processi **per l'internazionalizzazione di PMI lombarde**.

Le PMI lombarde sono, appunto, i **soggetti beneficiari** dell'iniziativa, purché appartengano ai **15 settori strategici**, per l'*export* lombardo, individuati dalla misura, fra i quali risulta anche il comparto **Edilizia-casa**. Alla misura potranno partecipare anche *cluster* e distretti, associazioni imprenditoriali e di categoria, centri di ricerca e Università, parchi tecnologici e altri soggetti che rappresentano le eccellenze del tessuto economico lombardo.

Nell'ambito del progetto vengono individuati (sulla base di un'analisi condotta da Unioncamere Lombardia e Promos) alcuni **mercati strategici**, ed in particolare:

- Per l'annualità 2019 il focus delle attività riguarderà 5 dei seguenti mercati:

Mercato	Città	Periodo	Settori
<i>Cina</i>	Da definire	Secondo semestre 2019	· Cosmetica · Edilizia - casa · Meccanica · Prodotti alimentari
<i>Emirati Arabi Uniti</i>	Dubai	Novembre 2019	· Costruzioni · Arredo, design · Cosmetica · Prodotti alimentari · Meccanica · Moda
<i>Giappone</i>	Tokyo	Settembre 2019	· Costruzioni · Arredo, design · Cosmetica · Prodotti alimentari · Meccanica · Farmaceutico e medicale · Moda
<i>India</i>	New Delhi e/o Mumbai	Ottobre 2019	· Costruzioni · Arredo, design · Cosmetica · Prodotti alimentari · Meccanica

Israele	Tel Aviv	24-26 Marzo 2019	La missione avrà luogo in occasione della fiera Med in Israel, cui parteciperà la delegazione di Regione Lombardia. La missione si configura come un'attività pilota, che prevedrà la partecipazione di una delegazione istituzionale e di un gruppo limitato di circa 5 associazioni imprenditoriali, soggetti economici, distretti e imprese lombarde dei settori: · Biotech · Farmaceutico e medicale Tenuto conto della tipologia di missione e di delegazione, verranno pertanto organizzate prevalentemente attività di networking.
Stati Uniti	Da definire	Seconda metà di Giugno 2019	· Energia e oil&gas · Farmaceutico, biotech e medicale · Prodotti alimentari · Meccanica · Moda e abbigliamento

- Per l'annualità 2020 il focus riguarderà i seguenti mercati:

1. Canada;
2. Marocco;
3. Russia;
4. Vietnam.

La misura rappresenta la prosecuzione dell'edizione 2016/2017 che aveva visto il coinvolgimento di 461 imprese lombarde in percorsi formativi e alcune di esse in 11 missioni imprenditoriali in 10 mercati esteri e la definizione della misura del 2019/2020 ha avuto cura di rispondere ai bisogni delle imprese emersi nella precedente progettualità.

Nello specifico, l'articolazione del progetto è concepita per supportare le aziende beneficiarie in tutte le fasi, sia prima che dopo l'esecuzione delle missioni nei mercati. In particolare, vengono istituite **4 linee di intervento**:

La **prima linea**, denominata **Sensibilizzazione del territorio, promozione e informazione**, prevede una campagna di promozione e comunicazione diffusa sul territorio lombardo e l'organizzazione di *workshop* informativi. Le Associazioni imprenditoriali e di categoria partecipanti al Tavolo regionale per l'Internazionalizzazione verranno coinvolte in tale fase promozionale e saranno, altresì, aggiornate degli sviluppi della misura.

La **seconda linea**, denominata **Formazione e preparazione delle PMI**, consta dell'organizzazione di **5 interventi formativi** in formato *webinar* della durata di circa 3 ore cadauno finalizzati all'approfondimento dei mercati di riferimento e dovranno garantire una preparazione concreta e operativa, finalizzata a:

- inquadrare il contesto macro-economico di riferimento di ciascuna Area geografica;
- illustrare la realtà imprenditoriale, specificando i settori di interesse;
- fornire le competenze e gli strumenti per un approccio efficace al mercato;
- ampliare il *network* professionale dei partecipanti.

Gli interventi formativi saranno realizzati da NIBI, Nuovo Istituto di Business Internazionale di Promos - Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi, che ha gestito il percorso formativo

dell'edizione precedente.

La **terza linea** riguarderà le **Missioni imprenditoriali** in 5 (per il 2019) dei mercati strategici sopra individuati. Le missioni coinvolgeranno circa **15 aziende** ed il progetto prevede fin d'ora l'organizzazione di massima di ciascuna missione e qui di seguito si riportano gli aspetti che si ritengono più di interesse per le imprese:

- la **selezione delle imprese** che parteciperanno avverrà attraverso specifico **bando pubblico pubblicato da Unioncamere Lombardia** (si specifica che vi sarà una missione pilota che si svolgerà in Israele e per parteciparvi vi sarà una manifestazione d'interesse). **In linea di massima i bandi saranno due** (il **primo pubblicato il mese di marzo** per le missioni di giugno e settembre 2019; e il **secondo** nel mese di **giugno** per le missioni che si svolgeranno da ottobre e dicembre 2019) e i **criteri di selezione** degli avvisi ad evidenza pubblica dovranno prendere in considerazione i seguenti criteri:

- a) dimensione, tenuto conto che il progetto si rivolge alle piccole e medie imprese secondo la definizione europea;
- b) provenienza, considerato che il progetto si rivolge solamente alle aziende con una sede regolarmente registrata in una delle Camere di Commercio lombarde;
- c) settore, tenuto conto della matrice settore-mercato;
- d) esperienza internazionale;
- e) conoscenza linguistica dell'inglese, o a titolo preferenziale della lingua locale;
- f) capacità economica e tecnica, in termini di team, solidità finanziaria, attitudine all'export, etc...al fine di coinvolgere imprese con una potenzialità di internazionalizzazione;
- g) motivazioni, bisogni e aspettative sul progetto.

Le imprese potranno partecipare al massimo a 3 missioni l'anno, anche se verrà privilegiata la partecipazione unica, per ampliare al massimo la base partecipativa.

Al termine del procedimento valutativo condotto da un Comitato di valutazione presieduto da Regione Lombardia e Unioncamere Lombardia, che dovrà terminare almeno 2 mesi prima dello svolgimento della missione, verrà pubblicata la **graduatoria da Unioncamere Lombardia** e le imprese aggiudicatrici dovranno **sottoscrivere un contratto** che definirà i servizi offerti, gli obblighi delle imprese e le penalità in caso di rinuncia immotivata.

- Successivamente alla selezione dei partecipanti vi saranno alcune attività prodromiche allo svolgimento delle missioni, fra le quali si evidenzia che verrà predisposto un **assesment** per ciascuna azienda volto a identificare i bisogni, definire la strategia di ingresso nel mercato target e targettizzare le azioni successive e un'attività di **matchmaking** con le potenziali controparti contrattuali del mercato estero di riferimento;

- Il progetto definisce uno schema sull'organizzazione delle missioni e si evince che il programma potrà essere indicativamente organizzato su 3 giorni (con viaggio di ritorno il 4° giorno) nei quali si svolgeranno incontri B2B secondo una agenda individuale per azienda ed eventi di networking;

La **quarta azione**, denominata **Follow-up delle missioni**, che prevede un'assistenza mirata della durata di 3-4 mesi successiva alla realizzazione di ciascuna missione. Tale assistenza terrà conto di un **form** appositamente compilato dall'impresa a seguito dello svolgimento della missione e sarà mirata a:

- ricontattare le aziende locali più promettenti per le imprese lombarde come le più promettenti per verificarne l'interesse dopo l'incontro;
- fungere da punto di contatto tra l'impresa lombarda e le aziende locali per eventuali richieste di chiarimenti e di materiali (es. invio o consegna di brochure, pricing list, etc.);
- supporto alla definizione di eventuali accordi commerciali, sia per la fase negoziale sia per la fase formale di contrattualizzazione dell'accordo;
- contattare eventuali ulteriori aziende locali potenzialmente interessate.

La misura prevede il seguente budget previsionale, indicando che **il totale delle risorse** messe a disposizione ammonta ad **€ 540.000**:

Linea di budget e voci di spesa	Importo in euro iva inclusa
Azione 1 – Promozione e comunicazione <i>(organizzazione seminari in Lombardia, trasferte per i seminari, grafica del progetto, realizzazione brochure e materiali informativi, attività promozionali, etc.)</i>	24.000
Azione 2 – Formazione on line <i>(docenti, sale per la formazione, attrezzature tecniche per la formazione, definizione programmi, coordinamento docenti, etc.)</i>	12.000
Azione 3 – Missioni imprenditoriali <i>(organizzazione incontri preparatori, esperti per gli incontri preparatori, pre-fattibilità, organizzazione incontri d'affari B2B, agendamento B2B, organizzazione eventi networking, interpreti, traduzioni, transfer per gli incontri d'affari, sale per gli incontri d'affari, attrezzature tecniche per gli incontri d'affari, trasferte per supportare le aziende in missione, etc.)</i>	235.000
Azione 4 – Follow-up <i>(consulenza per la gestione del follow-up per ogni azienda, traduzioni, spedizioni, trasferte per incontri in azienda, etc.)</i>	79.000
Coordinamento e varie	190.000
Totale	540.000

35258-190_AII_ACCOMPAGNAMENTO MERCATI STRATEGICI.pdf [Apri](#)