



inBUYER
L'EXPORT NELLA TUA CITTÀ

Proposta attività 2019

Sommario

1.	Che cos'è InBuyer	3
2.	La proposta	4
3.	La metodologia	5
3.1	Target di riferimento	5
3.2	Promozione del progetto.....	6
3.3	Servizi offerti alle imprese lombarde	6
3.4	Servizi offerti ai buyer.....	6
4.	Format delle attività proposte.....	7
4.1	B2B a tavolino.....	7
4.2	Visite tecniche	7
4.3	Eventi di networking.....	8
5.	Ruoli dei partner di progetto.....	9
6.	Risultati attesi	10
7.	Budget preventivo	12

1. Che cos'è InBuyer

InBuyer rappresenta un modello di **intervento pubblico a sostegno del territorio** attraverso la realizzazione, nel corso di giornate-evento settoriali, di **incontri face to face** tra aziende italiane e qualificati buyer esteri. Seguendo una consolidata metodologia di lavoro, lo strumento si caratterizza per la facilità organizzativa, l'elevata soddisfazione dei partecipanti ed i costi contenuti per proporre alle imprese italiane un qualificato servizio di scouting e matching internazionale.

Offrendo risposta alle esigenze di internazionalizzazione delle imprese produttive, la formula suscita l'interesse degli operatori italiani e consente di realizzare incontri conoscitivi mirati che favoriscono la promozione delle imprese locali presso qualificati operatori esteri. Questi ultimi, d'altro canto, sono attirati dalla possibilità di vivere un'esperienza sui territori che permette loro di acquisire una maggiore comprensione e conoscenza delle nostre eccellenze.

In quattro anni di attività InBuyer ha prodotto importanti risultati qualitativi e quantitativi, raccogliendo valutazioni positive dalle aziende partecipanti. In particolare, si rileva che:

- lo strumento «Incoming» si è consolidato come **programma strutturato** di accoglienza di buyer internazionali qualificati sul territorio regionale positivamente percepito dalle imprese del territorio;
- la replica del progetto, adeguando di anno in anno settori e mercati target unitamente al coinvolgimento di nuovi operatori esteri, consente di ampliare sempre più la **promozione all'estero del patrimonio di eccellenze regionali**;
- l'intervento, focalizzato soprattutto sulle **micro e piccole imprese produttive** lombarde, consente di agevolare i processi di internazionalizzazione in maniera efficace ed efficiente.

Nel corso delle scorse edizioni sono state realizzate **145 giornate evento** capaci di coinvolgere **3.000 aziende italiane** e **800 buyer internazionali** in 20 diversi settori merceologici andando, di fatto, a coinvolgere la gran parte del settore produttivo regionale. Tramite la somministrazione di appositi questionari, sono state raccolte valutazioni quantitative e qualitative sui servizi erogati. I giudizi espressi, quasi unanimemente positivi, confermano l'**elevato livello di gradimento e di soddisfazione**, sia da parte dei buyer che delle aziende lombarde.

2. La proposta

Il progetto InBuyer si propone di organizzare incontri d'affari con qualificati buyer ed operatori economici provenienti dai principali mercati esteri.

In breve, queste le attività realizzate:

- Individuazione dei paesi target ed invito di buyer esteri interessati ai prodotti italiani;
- Invito alle aziende locali a partecipare agli incontri con i buyer esteri individuati attraverso la pubblicazione di manifestazioni di interesse;
- Organizzazione di momenti di incontro face to face in Italia tra le imprese aderenti ed i buyer esteri.

Il servizio per l'azienda italiana si concretizza attraverso la creazione di una agenda di lavoro personalizzata con **incontri face to face con buyer esteri nel rispetto di elevati criteri di compatibilità dei profili, garantendo quindi efficienza ed efficacia all'iniziativa.**

Ogni incontro proposto, **preventivamente verificato** sia dai buyer che dai seller, crea le **condizioni ideali per favorire l'avvio di nuove collaborazioni commerciali.**

3. La metodologia

InBuyer rappresenta uno strumento di prima assistenza per chi desidera affrontare i mercati esteri ed ampliare con poco sforzo il proprio network internazionale.

A seguito di una puntuale verifica delle esigenze dei territori, si procederà a definire un calendario di attività che terrà conto dei seguenti elementi:

- esigenze dei partner / stakeholder;
- eventi fieristici di rilievo nazionale ed internazionale dei settori coinvolti;
- limiti connessi alla stagionalità di alcuni prodotti.

L'organizzazione operativa delle giornate-evento in Lombardia è concepita per permettere la realizzazione del maggior numero possibile di incontri B2B tra imprese lombarde e buyer esteri, nel rispetto di **elevati criteri di efficacia ed efficienza**.

Con l'obiettivo di assicurare il **coinvolgimento del maggior numero di imprese**, tale da consentire il raggiungimento di economie di scala ed ottimizzare l'efficienza del progetto, la partecipazione agli eventi sarà aperta a tutte le aziende interessate ai comparti merceologici oggetto di ciascuna giornata, sino al raggiungimento del numero massimo di posti disponibili.

Con l'obiettivo di facilitare la realizzazione di **incontri utili**, sarà data autonomia decisionale al buyer in merito alle imprese che desidererà incontrare. Le imprese aderenti potranno a loro volta decidere se partecipare agli incontri richiesti dai buyer e chiedere l'aggiunta di eventuali ulteriori incontri.

Il coinvolgimento delle imprese avverrà attraverso la pubblicazione di **manifestazioni di interesse** rivolte a tutte le imprese.

Per la raccolta delle adesioni, si prevede l'utilizzo di **strumenti online creati ad hoc** in grado di facilitare la raccolta delle informazioni tecniche. Le adesioni potranno essere confermate a seguito di una analisi di coerenza con il format dell'evento proposto. L'utilizzo di strumenti online permetterà la **condivisione ed il monitoraggio in tempo reale delle informazioni** da parte della struttura operativa e di tutti i partner.

3.1 Target di riferimento

InBuyer offre un servizio alle imprese del territorio lombardo, ponendo particolare attenzione alle esigenze delle **micro imprese** che ne rappresentano la parte preponderante dei partecipanti. L'estensione del progetto, grazie alla presenza capillare dei partner camerali, si allarga all'intero territorio lombardo.

I settori di intervento sono molteplici: dall'alimentare ai beni strumentali, InBuyer è in grado di offrire un servizio a **gran parte delle aziende lombarde**. La sperimentazione di nuovi format operativi che si intende introdurre nel progetto 2019, come descritto nelle sezioni successive, faciliterà ulteriormente l'allargamento trasversale dello strumento.

La ricerca di **buyer internazionali** sarà effettuata prendendo in considerazione le **principali economie mondiali**, all'interno delle quali saranno identificati qualificati profili di operatori in grado di dialogare con le aziende lombarde raccolte.

L'individuazione sarà effettuata a partire dall'analisi delle aziende aderenti, garantendo un rapporto minimo di **1 buyer ogni 4 aziende lombarde** partecipanti per ogni giornata di lavoro.

3.2 Promozione del progetto

Il calendario complessivo delle giornate-evento sarà definito a seguito della raccolta delle preferenze dei partner del progetto. La **promozione** del progetto e delle singole tappe avverrà sull'**intero territorio regionale** utilizzando apposito materiale.

Coerentemente con i settori di riferimento identificati per ciascuna giornata di lavoro, l'adesione delle aziende lombarde sarà consentita nei limiti dei posti effettivamente disponibili. In caso di sovrannumero, saranno create liste d'attesa. Nella **raccolta delle adesioni**, sarà pertanto utilizzato un **criterio temporale** di ordine di iscrizione **ma anche geografico**, garantendo priorità di accesso alle aziende iscritte alla Camera di Commercio ospitante ciascun evento.

Tra le novità 2019, si prevede l'avvio di una **strategia di promozione e marketing** tale da facilitare il coinvolgimento di un più ampio numero di imprese sul territorio. E' previsto in tal senso il coinvolgimento attivo dei corpi intermedi che saranno chiamati a collaborare attivamente nella promozione del progetto presso le aziende.

3.3 Servizi offerti alle imprese lombarde

Sono garantiti a ciascuna azienda partecipante i seguenti servizi:

- A seguito della manifestazione di interesse, un **feedback** relativo al profilo ricevuto ed una conferma o meno dell'adesione, nel rispetto dei posti effettivamente disponibili e della coerenza con il settore merceologico oggetto di ciascuna giornata.
- **Entro 6 giorni** antecedenti la data di realizzazione delle giornate-evento alle quali risulta iscritta, la predisposizione di una **agenda di lavoro** contenente gli incontri suggeriti (sulla base delle richieste formulate direttamente dai buyer) ed il **profilo di tutti i buyer** esteri in arrivo.
- La realizzazione di incontri individuali con i buyer in agenda.
- **L'assistenza continuativa** nel corso dell'intera giornata di lavoro da parte dello staff che ha generato gli appuntamenti.

Sarà affidato alle aziende il **lavoro attivo di verifica** degli abbinamenti proposti, tramite una analisi del profilo dei buyer in arrivo: ciascuno potrà quindi richiedere l'inserimento di nuovi incontri di interesse o la cancellazione di incontri non di interesse.

3.4 Servizi offerti ai buyer

Ad ogni buyer estero selezionato sarà offerto un pacchetto comprensivo di:

- Volo aereo A/R in classe economy e/o altri mezzi di trasporto per raggiungere la struttura di pernottamento prevista;
- Pernottamento in Italia dalla notte antecedente l'avvio delle attività proposte a quella del termine delle stesse;
- Trasferimento collettivo dall'hotel alla sede degli incontri (ove necessario);
- Predisposizione di una agenda di lavoro personalizzata ed incontri con potenziali fornitori coerenti con il suo profilo e con i suoi interessi;
- Servizi di interpretariato nel corso dei B2B (ove necessario);
- Assistenza nel corso dell'intera permanenza in Italia.

4. Format delle attività proposte

La quinta edizione del progetto InBuyer ripropone la consolidata modalità degli **incontri face to face**, approccio che consente di coniugare l'esigenza di dare vita ad un contatto diretto tra buyer e seller con quella di realizzare un ampio numero di incontri.

Questo format risulta particolarmente adeguato per gli operatori attivi nel comparto dei beni di consumo, creando agende di lavoro individuali che prevedono brevi incontri (durata media di circa 30 minuti ciascuno) che rappresentano un primo step di conoscenza reciproca.

La novità più rilevante introdotta nel progetto 2019 risiede però proprio nel format, perché prenderanno il via in **forma sperimentale** e nel rispetto della metodologia InBuyer, **nuovi strumenti operativi** in grado di abbracciare comparti merceologici e/o segmenti produttivi attualmente poco o per nulla presidiati.

Valorizzando precedenti esperienze pilota, il format sarà quest'anno definito in coerenza ai comparti merceologici di riferimento, tenendo in considerazione che l'avvio di una collaborazione internazionale per alcuni comparti richiede la conoscenza non solo dei prodotti ma anche degli strumenti e dei processi produttivi. Per questi settori, le **visite tecniche** svolte presso le aziende produttive offrono una risposta adeguata.

Per altri comparti, invece, il processo di vendita prevede il contatto con soggetti difficilmente avvicinabili da una singola azienda, per esempio grandi gruppi industriali. La creazione di un momento di **networking** può in questi casi offrire l'occasione per conoscere e farsi conoscere.

Ogni evento sarà pertanto realizzato in modo tale da garantire il maggior livello di efficienza e quindi il miglior servizio alle imprese lombarde, secondo uno dei tre format di seguito illustrati.

4.1 B2B a tavolino

Il format tradizionale dei B2B prevede la realizzazione di **brevi incontri face to face** (in media 30 minuti) durante i quali ogni buyer può incontrare un ampio numero di potenziali fornitori che presentano in forma sintetica la loro produzione.

Pur non essendo previsti spazi espositivi dedicati alle aziende, a seconda dei settori di intervento, il format può prevedere un sintetico "test di prodotto" (come accade per il food) o la visione di piccoli campionari (come accade per la moda).

Questo format offre le migliori performance per **gruppi omogenei di imprese** e rappresenta un primo momento di incontro di grande utilità per molti comparti merceologici, ma soprattutto per quello dei beni di consumo. Lo standard progettuale prevede per questi incontri il coinvolgimento di un numero **tra le 15 e le 35 aziende** per giornata di lavoro.

4.2 Visite tecniche

Il format dei «B2B a tavolino» garantisce una ottimizzazione nella gestione degli incontri individuali ma non consente approfondimenti tecnici, sia per limiti temporali sia organizzativi. L'esigenza di approfondire alcuni aspetti, che sorge talvolta nel corso della realizzazione di un breve incontro viene pertanto normalmente rimandata ad un secondo incontro. **Per alcuni comparti produttivi**, questa impossibilità di approfondimento limita fortemente l'utilità del **primo contatto** che rischia di essere **troppo superficiale** e quindi inutile.

Nasce da qui l'esigenza di strutturare un percorso che consenta ai buyer di realizzare **visite tecniche** presso le aziende.

L'organizzazione di visite tecniche può rappresentare il follow up di un precedente incontro, soluzione –che comporta un impatto economico sostenibile ed offre agli ospiti internazionali un importante complemento che rende di maggior interesse la trasferta in Italia.

4.3 Eventi di networking

Il format dei b2b tradizionali si concentra nella ricerca di figure di intermediari (distributori, importatori, agenti, ecc.), ossia profili in grado di mettere a disposizione delle controparti lombarde strutture commerciali che possano colmare gap operativi e gestionali tipici delle realtà di minori dimensioni.

L'interlocuzione con strutture estere di maggiori dimensioni (quali, a titolo di esempio, "buying office" di grandi gruppi industriali, "end user" e Grande Distribuzione Organizzata) richiede d'altra parte un dialogo con un target di impresa più strutturato.

Grazie alla partecipazione di Regione Lombardia, nel programma 2019, si prevede pertanto di costruire nuovi **eventi ad hoc dedicati ad aziende di maggiori dimensioni** ed a comparti produttivi presidiati da partner quali i **cluster tecnologici, poli tecnologici ed incubatori d'impresa**. Offrendo risposta alle esigenze di gruppi strutturati di imprese preesistenti, sarà così proposta la realizzazione di iniziative sul territorio lombardo volte a favorire la costruzione di nuovi rapporti di carattere business per specifiche filiere produttive regionali. La costruzione di un momento di networking **consente la partecipazione di molte imprese** e ben si addice quindi al coinvolgimento di associazioni di categoria o altri corpi intermedi attivi sul territorio. Anche nell'ambito di questo nuovo format, verrà valorizzata l'autonomia decisionale dell'operatore estero individuato in merito alle imprese/realtà locali da incontrare.

5. Ruoli dei partner di progetto

Unioncamere Lombardia e Regione Lombardia avranno all'interno del progetto un ruolo di coordinamento, indirizzo ed orientamento strategico.

I partner camerali gestiranno sul proprio territorio:

- Promozione e recruiting delle imprese italiane partecipanti;
- Gestione sale ed attrezzature;
- Accoglienza e registrazione imprese durante l'evento.

La segreteria organizzativa del progetto si farà carico della gestione dei seguenti servizi:

- Raccolta e sistematizzazione delle esigenze dei partner e composizione del calendario di attività;
- Supporto nella preparazione di strumenti promozionali e creazione strumenti online di servizio;
- Analisi dei profili delle aziende italiane;
- Scouting ed invito dei buyer esteri;
- Coordinamento dei servizi logistici connessi all'arrivo dei buyer in Italia (voli, hotel, transfert);
- Attivazione dei servizi di supporto necessari durante le giornate-evento (interpretariato, catering, ecc.);
- Assistenza nella gestione delle giornate evento;
- Costante monitoraggio delle attività e predisposizione reportistica conclusiva.

6. Risultati attesi

E' possibile formulare una prima simulazione di risultati attesi prevedendo la programmazione di giornate-evento con differenti format operativi, definiti sulla base dei comparti merceologici e/o segmenti produttivi che saranno di volta in volta selezionati.

Nella simulazione, si prevede la realizzazione nel periodo che va da maggio a novembre 2019 di **21 giornate dedicate agli incontri B2B classici** con modalità *"a tavolino"* da realizzarsi in forma itinerante presso tutte le provincie lombarde, coinvolgendo il relativo bacino d'impresе in numerosi settori d'attività.

La tabella sottostante riporta una prima simulazione di tale attività, che andrà a declinarsi con precisione a seguito di un confronto operativo con le Camere di commercio attive nei singoli territori:

EVENTO	DATA	CITTA'	CAMERA DI COMMERCIO	SETTORI
1	giugno	LODI	METROPOLITANA	ALIMENTARE
2	giugno	MANTOVA	MANTOVA	ALIMENTARE
3	giugno	CREMONA	CREMONA	ALIMENTARE
4	giugno	MANTOVA	MANTOVA	COSMETICA / PACKAGING / LABELLING
5	giugno	PAVIA	PAVIA	COSMETICA / PACKAGING / LABELLING
6	giugno	MONZA	METROPOLITANA	COSTRUZIONI / EDILIZIA
7	giugno	BERGAMO	BERGAMO	COSTRUZIONI / EDILIZIA
8	luglio	PAVIA	PAVIA	MODA
9	luglio	MILANO	METROPOLITANA	MODA
10	luglio	MONZA	METROPOLITANA	ARREDO CASA
11	luglio	MILANO	METROPOLITANA	ARREDO CASA
12	ottobre	SONDRIO	SONDRIO	ALIMENTARE
13	ottobre	BERGAMO	BERGAMO	ALIMENTARE
14	ottobre	MONZA	METROPOLITANA	MODA
15	ottobre	COMO	COMO	MODA
16	novembre	VARESE	VARESE	COSMETICA / PACKAGING / LABELLING
17	novembre	BERGAMO	BERGAMO	COSMETICA / PACKAGING / LABELLING
18	novembre	MILANO	METROPOLITANA	COSMETICA / PACKAGING / LABELLING
19	novembre	BRESCIA	BRESCIA	COSTRUZIONI / EDILIZIA
20	novembre	BRESCIA	BRESCIA	COSTRUZIONI / EDILIZIA
21	dicembre	LECCO	LECCO	MECCANICA

Come anticipato in precedenza, l'intervento di Regione Lombardia consentirà invece di dare vita ad ulteriori 6 giornate secondo formule **innovative**.

Nello specifico, si prevede la realizzazione di **giornate dedicate a momenti di networking settoriali abbinati a** visite tecniche durante le quali i buyer esteri potranno essere accompagnati nella conoscenza di significative realtà produttive lombarde ed incontri con realtà internazionali di più ampio respiro (grandi gruppi industriali e/o Grande Distribuzione Organizzata). Nell'ambito di tali eventi potrà essere previsto il coinvolgimento ed il supporto sia di nuovi partner lombardi (si immagina in particolare il contatto con i **cluster tecnologici**), sia di soggetti esteri in grado di dialogare con strutture di maggiori dimensioni, con l'obiettivo di coinvolgere nel progetto nuovi player lombardi.

La tabella di seguito è riepilogativa della programmazione immaginata per queste ultime giornate:

DATA	CITTA'	SETTORI
giugno	ITINERANTE	COSTRUZIONI / EDILIZIA
luglio	MILANO	ENERGIA & AMBIENTE
luglio	ITINERANTE	MODA
settembre	MILANO	MANIFATTURA AVANZATA
novembre	ITINERANTE	COSTRUZIONI / EDILIZIA
novembre	MILANO	MOBILITA'

Attraverso le modalità e la programmazione sopra presentate, ci si aspetta di coinvolgere circa **650 operatori lombardi** e **130 operatori esteri** dando vita a **2.500 incontri B2B** sul territorio regionale.

Tali risultati (che rappresentano una **importante crescita rispetto all'anno precedente**, in linea con l'ampliamento economico del progetto stesso) dipendono da numerose variabili quali, a titolo esemplificativo, i settori di intervento che saranno effettivamente selezionati, la capacità di coinvolgimento delle imprese sui territori, il format operativo selezionato, ecc.

I numeri rappresentano pertanto una prima indicazione secondo uno scenario di riferimento standardizzato mentre sarà possibile definire il target atteso solo in seguito alla pianificazione operativa degli interventi che sarà frutto del confronto con i tutti i partner di progetto all'avvio dello stesso.

7. Budget preventivo

ATTIVITÀ	AZIONI PREVISTE	COSTI
Avvio progetto	Raccolta informazioni presso partner ed altri soggetti Selezione settori di intervento e definizione calendario Predisposizione strumenti di lavoro e monitoraggio	€ 40.000,00
Promozione in Lombardia	Preparazione materiale informativo / promozionale Promozione sul territorio Raccolta adesioni delle imprese lombarde Attivazione call center dedicato (mail e telefono) Realizzazione evento di lancio	€ 75.000,00
Promozione all'estero	Preparazione materiale informativo / promozionale Selezione ed invito degli operatori internazionali	€ 95.000,00
Programmazione incoming e B2B	Analisi dei profili e matching buyer - seller Creazione e trasmissione agende di lavoro agli operatori Gestione giornate-evento sul territorio Assistenza continuativa ad operatori italiani ed esteri	€ 160.000,00
Logistica generale	Voli aerei Italia-mondo Pernottamenti Accoglienza delegazioni ed altre spese varie	€ 180.000,00
Realizzazione eventi	Interpretariato (secondo necessità) Catering Trasferimenti	€ 150.000,00
Coordinamento e monitoraggio	Coordinamento e monitoraggio attività in itinere Elaborazione reportistica e relazione a fine progetto	€ 57.500,00
TOTALE ATTIVITÀ		€ 757.500,00