

**D.g.r. 24 maggio 2021 - n. XI/4769**  
**Programma internazionalizzazione 2021 nell'ambito dell'accordo per lo sviluppo economico e la competitività tra Regione Lombardia e le camere di commercio lombarde**

LA GIUNTA REGIONALE

Vista la l.r. n. 11 del 19 febbraio 2014 «Impresa Lombardia: per la libertà d'impresa, il lavoro e la competitività», con la quale la Regione persegue la crescita competitiva e l'attrattività del contesto territoriale e sociale della Lombardia supportando la capacità delle imprese di sviluppare e ampliare le proprie prospettive di mercato e la promozione delle produzioni industriali delle imprese della Lombardia anche sui mercati esteri e favorendo gli investimenti, in particolare negli ambiti dell'innovazione, della ricerca, delle infrastrutture immateriali e dello sviluppo sostenibile, attraverso l'erogazione di incentivi, contributi, voucher, sovvenzioni e di ogni altra forma di intervento finanziario, individuati rispetto alle dimensioni di impresa, con particolare attenzione alle microimprese;

Richiamati:

- il Programma Regionale di Sviluppo della XI Legislatura, approvato con d.c.r. n. XI/64 del 10 luglio 2018, che promuove il sostegno all'internazionalizzazione ed all'export delle imprese e mira a definire e promuovere una strategia di sostegno alle imprese nel loro percorso di internazionalizzazione e consolidamento su nuovi mercati esteri, sia in termini di know how e servizi che di risorse e garanzie, valorizzandone competenze, conoscenze, creatività e innovazione;
- la declinazione del suddetto PRS nel DEFR che, nell'ambito della Missione 14 «Sviluppo economico e competitività», prevede tra i suoi obiettivi la promozione dell'export delle diverse filiere produttive;

Richiamati:

- l'Accordo per lo Sviluppo Economico e la Competitività tra Regione Lombardia e le Camere di Commercio lombarde, approvato con d.g.r. 12 novembre 2018 n. 767 e sottoscritto in data 17 dicembre 2018, che, nell'ambito dell'asse 1 denominato «Competitività delle imprese», prevede la promozione di azioni finalizzate allo sviluppo di strumenti di supporto all'internazionalizzazione;
- la d.g.r. n. XI/1662 del 27 maggio 2019, avente oggetto «Determinazioni in merito all'adozione e gestione di misure approvate nell'ambito dell'accordo per lo sviluppo economico e la competitività tra Regione Lombardia e sistema camerale lombardo. Aggiornamento delle linee guida approvate con d.g.r. n. XI/6790 del 30 giugno 2017 (di concerto con il Vicepresidente Sala e l'Assessore Mattinzoli)»;
- la d.g.r. n. XI/4067 del 21 dicembre 2020, avente ad oggetto «Accordo per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo tra Regione Lombardia e Sistema camerale lombardo - Approvazione del Programma d'azione 2021 (di concerto con il Vicepresidente Sala e gli assessori Caparini, Galli, Mattinzoli e Rolfi)», che prevede la realizzazione di azioni a sostegno dell'internazionalizzazione e per il supporto all'export, con attenzione alle piccole e medie imprese lombarde;

Considerato che il panorama internazionale è notevolmente mutato a seguito dell'insorgere della situazione di emergenza legata alla diffusione del Corona Virus - COVID19, che ha pesantemente colpito l'Italia e, principalmente, la Regione Lombardia ed il suo tessuto imprenditoriale;

Considerata l'importanza strategica del mercato degli Emirati Arabi Uniti per l'export lombardo ed italiano e della rilevanza internazionale della prossima Esposizione Universale «Connecting Minds, Creating the Future» che si terrà a Dubai dall'1 Ottobre 2021 al 31 Marzo 2022.

Ritenuto, in accordo con Unioncamere Lombardia, di offrire al tessuto economico lombardo un nuovo modello di percorso a supporto dell'internazionalizzazione delle imprese e dei soggetti economici sviluppato mediante la definizione di un progetto unico che, in un'ottica post COVID19, favorisca:

- l'orientamento e la formazione;
- l'esplorazione dei mercati e lo scouting;
- la preparazione e l'accompagnamento delle aziende sui mercati esteri;
- il follow up di alcune iniziative realizzate nel 2020;

Dato atto che Unioncamere Lombardia, in raccordo con le Strutture competenti della DG Sviluppo economico, ha predisposto il «Programma Internazionalizzazione 2021» pervenuto via

PEC a Regione Lombardia con protocollo n. O1.2021.0026360 del 20 maggio 2021 (Allegato A);

Verificato che il suddetto programma si pone i seguenti obiettivi specifici:

- rafforzare la proiezione internazionale del sistema economico lombardo e la competitività delle PMI nei mercati target;
- preparare le imprese ad affrontare i mercati esteri in maniera efficace e consapevole;
- orientare le imprese rispetto al target e ai mercati potenzialmente più rilevanti, attraverso un'attività di scouting;
- supportare l'avvio o il consolidamento delle attività all'estero;
- fornire opportunità concrete di business alle imprese;
- favorire occasioni commerciali e di networking a livello internazionale in occasione di Expo Dubai, considerata l'importanza strategica del mercato degli Emirati Arabi Uniti per l'export lombardo ed italiano e della rilevanza internazionale della prossima Esposizione Universale «Connecting Minds, Creating the Future» che si terrà a Dubai dall'1 ottobre 2021 al 31 marzo 2022;
- sviluppare un progetto pilota che faccia seguito alle iniziative realizzate nel 2020 presidiando nuovamente il territorio canadese e proseguendo le attività a favore della penetrazione di quel mercato;

Preso atto che il programma si snoda sulle seguenti tre principali linee di attività:

- Azione 1 - Servizi di formazione e primo orientamento: attraverso la formazione on line in modalità webinar per sviluppare competenze e conoscenze per operare correttamente con l'estero con particolare riferimento alle tematiche di pertinenza del percorso di internazionalizzazione (aspetti doganali, fiscali, commerciali, digitali) e sui paesi di riferimento con specifico approfondimento su EXPO DUBAI 2021 per fornire agli imprenditori lombardi indicazioni per uno sviluppo duraturo dei propri affari negli Emirati Arabi Uniti;
- Azione 2 - Esplorazione mercati e scouting: mediante il supporto al processo di internazionalizzazione delle aziende lombarde tramite la realizzazione di incontri business con operatori esteri provenienti da tutto il mondo ed operanti, in particolare, sia negli Emirati Arabi Uniti, sia nella più ampia area ME.NA.SA. (Medio Oriente, Nord Africa, Asia meridionale) identificata come target geografico dal Commissariato Generale della Sezione Italia per Expo 2020 Dubai. Gli incontri si svolgeranno da remoto attraverso l'utilizzo di una piattaforma online appositamente sviluppata;
- Azione 3 - Preparazione e accompagnamento all'estero: assistenza personalizzata alle imprese al fine di cogliere le opportunità di business nei mercati target attraverso ricerche partner mirate e incontri d'affari con controparti selezionate, con focus particolare sul mercato degli Emirati Arabi Uniti e sull'evento Expo Dubai. Tale azione prevede, nello specifico, un percorso di preparazione e formazione delle aziende sui Paesi del Golfo, attraverso webinar e incontri di orientamento e un'attività di matchmaking e ricerche partner mirate e personalizzate che sfoceranno in una missione imprenditoriale a Dubai, con incontri B2B per le aziende, e in un progetto molto innovativo che darà la possibilità a ulteriori 20 aziende del settore arredo e design di esporre i prodotti e venderli in uno showroom prestigioso a Dubai (Progetto Temporary Expo);
- Azione 4 - Programma sperimentale follow-up Canada: sviluppo di un progetto pilota che faccia seguito alle iniziative realizzate nel 2020 presidiando nuovamente il territorio canadese e proseguendo le attività a favore della penetrazione di quel mercato, provando così a conciliare innovazione e internazionalizzazione puntando sulla partecipazione a business forum tematici (energie rinnovabili, gestione rifiuti, economia circolare, smart mobility, nonché intelligenza artificiale e cyber security) e a percorsi di match making;

Dato atto che il programma sopra citato individua quali beneficiari dell'iniziativa le piccole e medie imprese lombarde (PMI);

Ritenuto opportuno, per massimizzare i benefici e le ricadute sulle imprese, prevedere il coinvolgimento nell'iniziativa anche di cluster e distretti lombardi, associazioni imprenditoriali e di categoria, centri di ricerca e Università, parchi tecnologici e altri soggetti che rappresentino le eccellenze del tessuto economico lombardo;

**Serie Ordinaria n. 21 - Venerdì 28 maggio 2021**

Considerato che la calendarizzazione degli interventi potrebbe subire variazioni nel corso dello svolgimento del programma in virtù dei mutamenti che potrebbero verificarsi nella situazione politica, economica e sanitaria internazionale;

Rilevato che l'individuazione delle imprese partecipanti alle iniziative, verrà effettuata da Unioncamere Lombardia, sulla base delle modalità indicate nel «Programma Internazionalizzazione 2021» (allegato A);

Dato atto che il budget previsionale complessivo dell'iniziativa è pari ad Euro 470.000,00 totalmente a carico di Regione Lombardia, come dettagliato nell'Allegato A;

Dato atto altresì che:

- con riferimento all'azione 1 - Servizi di formazione e primo orientamento - Unioncamere Lombardia continuerà a farsi carico del finanziamento delle attività ordinarie della rete Lombardiapoint, che promuove l'internazionalizzazione delle imprese facilitando la diffusione e l'accesso a livello territoriale dei servizi erogati dai partner istituzionali - per un valore a carico delle Camere di Commercio pari a Euro 270.000,00;
- con riferimento all'azione 2 - Esplorazione mercati e scouting - il sistema camerale lombardo si farà carico di un'azione complementare di promozione di incontri business tra operatori esteri ed imprese lombarde nell'ambito del progetto Inbuyer digital 2021 - per un valore a carico delle Camere di Commercio pari a Euro 325.000,00;

Verificato che l'iniziativa è stata approvata da parte della Segreteria Tecnica dell'Accordo per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo tra Regione Lombardia e sistema camerale lombardo in via telematica in data 20 maggio 2021;

Visto il Regolamento (UE) n. 1407/2013 della Commissione del 18 dicembre 2013 (pubblicato sulla G.U. dell'Unione Europea L. 352 del 24 dicembre 2013) relativo all'applicazione degli articoli 107 e 108 del trattato sul funzionamento dell'unione Europea agli aiuti «de minimis», con particolare riferimento agli artt. 1 (campo di applicazione), 2 (definizioni, con riferimento in particolare alla nozione di «impresa unica»), 3 (aiuti «de minimis»), 5 (cumulo) e 6 (controllo);

Considerato che, nel caso di azioni che possono configurarsi come aiuto indiretto alle imprese, tale aiuto sarà concesso ai sensi del Regolamento (UE) n. 1407/2013 del 18 dicembre 2013 relativo all'applicazione degli articoli 107 e 108 del trattato sul funzionamento dell'Unione Europea agli aiuti «de minimis»;

Verificato in particolare che:

- l'Azione 1 - Servizi di formazione e primo orientamento e l'Azione 2 - Esplorazione mercati e scouting - non rilevano ai fini dell'applicazione della disciplina europea in materia di aiuti di stato in quanto:
  - non si prevede la concessione di un vantaggio in maniera selettiva a determinate imprese o categorie di imprese o a determinati settori economici;
  - le attività previste dalle due azioni si svolgono nel rispetto delle normali condizioni di mercato ed in assenza di selettività, non configurando pertanto alcun vantaggio economico per le imprese partecipanti né alterazione della concorrenza;

Ritenuto altresì che le imprese, intese come impresa unica, ai sensi dell'art. 2.2 del Reg UE 1407/2013, in fase di adesione alle azioni del programma che possono configurarsi quale aiuto, devono sottoscrivere una dichiarazione ai sensi del d.p.r. 445/2000 che:

- attestare di non rientrare nelle specifiche esclusioni di cui all'art. 1 del Regolamento (UE) 1407/2013;
- informare sulle relazioni di cui alle lett. c) e d) dell'art. 2.2 del predetto regolamento (UE) 1407/2013 ai fini della definizione del perimetro di impresa unica;
- attestare di non essere in stato di fallimento, liquidazione anche volontaria, di amministrazione controllata, di concordato preventivo o in qualsiasi altra situazione equivalente secondo la normativa vigente;

Visti:

- la legge 24 dicembre 2012, n. 234 «Norme generali sulla partecipazione dell'Italia alla formazione e all'attuazione della normativa e delle politiche dell'Unione europea» e in particolare l'art. 52 «registro nazionale degli aiuti di stato»;
- il decreto 31 maggio 2017, n. 115 «Regolamento recante la

disciplina per il funzionamento del Registro nazionale degli aiuti di Stato, ai sensi dell'articolo 52, comma 6, della legge 24 dicembre 2012, n. 234 e successive modifiche e integrazioni» e in particolare il Capo III «Obblighi di registrazione nel Registro nazionale aiuti» e il capo IV «Verifiche operate tramite il Registro nazionale aiuti»;

Ritenuto che la presente azione non è rivolta alle imprese che si trovano in stato di fallimento, di liquidazione anche volontaria, di amministrazione controllata, di concordato preventivo o in qualsiasi altra situazione equivalente secondo la normativa vigente;

Ritenuto inoltre che, ai sensi dell'art. 1 lett. d) del Reg. 1407/13, le azioni e le spese relative al programma in oggetto non sono riferite ad esportazioni né all'uso di prodotti nazionali rispetto a prodotti importati. In particolare, non sono agevolate iniziative che riguardano direttamente o indirettamente la costituzione e la gestione di una rete di distribuzione in altri Stati membri o paesi terzi. Non costituiscono di norma aiuti all'esportazione gli aiuti inerenti ai costi di partecipazione a fiere commerciali né quelli relativi a studi o servizi di consulenza necessari per il lancio di nuovi prodotti oppure per il lancio di prodotti già esistenti su un nuovo mercato in un altro Stato membro o paese terzo;

Ritenuto che nel rispetto dei principi generali del Reg. 1407/2013 e delle specifiche esclusioni previste all'art. 3 del Reg. 1301/2013, la concessione dell'aiuto non è rivolto alle imprese appartenenti ai settori esclusi di cui all'art. 1 del Reg. (UE) n. 1407/2013;

Considerato di demandare inoltre a Unioncamere Lombardia gli adempimenti in materia di aiuti di stato di cui al d.m. 115/2017 ed in particolare agli articoli 8 e seguenti;

Ritenuto pertanto:

- di approvare il «Programma Internazionalizzazione 2021» di cui all'allegato A, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;
- di prevedere per la realizzazione delle iniziative previste dal «Programma Internazionalizzazione 2021» una dotazione finanziaria pari ad Euro 470.000,00 come di seguito suddivisi:
  - Euro 440.000,00 a carico di Regione Lombardia, a valere sul capitolo 19.01.104.12016, del Bilancio regionale per l'annualità 2021;
  - Euro 30.000,00 a carico di Regione Lombardia, a valere sul capitolo 14.01.104.10217 del Bilancio regionale per l'annualità 2021;
- di individuare Unioncamere Lombardia quale soggetto attuatore del «Programma Internazionalizzazione 2021», ai sensi dell'art. 9 dell'Accordo per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo tra Regione Lombardia e sistema camerale lombardo, demandando altresì alla stessa l'attività di istruttoria e controllo ex Regolamento (UE) n. 1407/2013;
- di prevedere che Unioncamere Lombardia, in qualità di soggetto attuatore dell'iniziativa, ai sensi dell'art. 10 delle Linee guida di cui alla d.g.r. n. XI/1662 del 27 maggio 2019, trasmetta alla Direzione Generale Sviluppo Economico relazioni tecniche e finanziarie dettagliate sull'avanzamento dell'iniziativa secondo le indicazioni che verranno fornite dagli uffici regionali competenti e, nello specifico:
  - entro il mese di settembre 2021 una relazione intermedia sullo stato di avanzamento dell'iniziativa, con l'elenco delle somme erogate o spese;
  - entro il mese di dicembre 2021, una relazione finale sullo stato conclusivo delle attività insieme con la rendicontazione delle erogazioni a saldo.
- di stabilire che il trasferimento delle risorse a Unioncamere Lombardia avverrà ai sensi della d.g.r. n. XI/1662 del 27 maggio 2019 e, nello specifico, nel caso di progetti a gestione diretta:
  - erogazione di una prima tranche di risorse pari ad euro 376.000,00 (80% delle risorse), a fronte della determina o di altro atto deliberativo del Soggetto attuatore attestante l'avvio del progetto;
  - erogazione di una seconda ed ultima tranche di risorse pari ad euro 94.000,00 (20% delle risorse) quale saldo finale, a fronte della conclusione delle attività del progetto entro il 31 dicembre 2021 e della presentazione della relazione finale.
- di rinviare l'impegno e la liquidazione delle risorse a successivi atti del dirigente competente;

Viste:

- la l.r. n. 34 del 31 marzo 1978 e successive modifiche e integrazioni, nonché il regolamento di contabilità e la legge di approvazione del bilancio di previsione dell'anno in corso;
- la l.r. n. 20 del 7 luglio 2008, «Testo unico delle leggi regionali in materia di organizzazione e personale» e i provvedimenti organizzativi della XI Legislatura;

Verificato che la spesa oggetto del presente atto non rientra nell'ambito di applicazione dell'art. 3 della l. 136/2010 relativo alla tracciabilità dei flussi finanziari;

Tutto ciò premesso, a voti unanimi espressi, nelle forme di legge;

#### DELIBERA

1. di approvare il «Programma Internazionalizzazione 2021» di cui all'allegato A, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;

2. di prevedere per la realizzazione del «Programma Internazionalizzazione 2021» una dotazione finanziaria pari ad Euro 470.000,00 come di seguito suddivisi:

- Euro 440.000,00 a carico di Regione Lombardia, a valere sul capitolo 19.01.104.12016, del Bilancio regionale per l'annualità 2021;
- Euro 30.000,00 a carico di Regione Lombardia, a valere sul capitolo 14.01.104.10217 del Bilancio regionale per l'annualità 2021;

3. di individuare Unioncamere Lombardia quale soggetto attuatore dell'iniziativa «Programma Internazionalizzazione 2021» ai sensi dell'art. 9 dell'Accordo per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo tra Regione Lombardia e sistema camerale lombardo, demandando altresì alla stessa l'attività di istruttoria e controllo ex Regolamento (UE) n. 1407/2013;

4. di prevedere che Unioncamere Lombardia, in qualità di soggetto attuatore dell'iniziativa, ai sensi dell'art. 10 delle Linee guida di cui alla d.g.r. n. XI/1662 del 27 maggio 2019, trasmetta alla Direzione Generale Sviluppo Economico relazioni tecniche e finanziarie dettagliate sull'avanzamento dell'iniziativa secondo le indicazioni che verranno fornite dagli uffici regionali competenti e, nello specifico:

- entro il mese di settembre 2021 una relazione intermedia sullo stato di avanzamento dell'iniziativa, con l'elenco delle somme erogate o spese
- entro il mese di dicembre 2021, una relazione finale sullo stato conclusivo delle attività insieme con la rendicontazione delle erogazioni a saldo;

5. di rinviare l'impegno e la liquidazione delle risorse a successivi atti del dirigente competente;

6. di stabilire che il trasferimento delle risorse a Unioncamere Lombardia avverrà ai sensi della d.g.r. n. XI/1662 del 27 maggio 2019 e, nello specifico, nel caso di progetti gestione diretta:

- erogazione di una prima tranche di risorse pari ad euro 376.000,00 (80% delle risorse), a fronte della determina o di altro atto deliberativo del Soggetto attuatore attestante l'avvio del progetto;
- erogazione di una seconda ed ultima tranche di risorse pari ad euro 94.000,00 (20% delle risorse) quale saldo finale, a fronte della conclusione delle attività del progetto entro il 31 dicembre 2021 e della presentazione della relazione finale;

7. di dare atto che Unioncamere Lombardia, in qualità di soggetto gestore, è tenuta, anche per il tramite delle Camere di Commercio lombarde, a:

- agire nel rispetto delle normative comunitarie, nazionali e regionali in materia di gestione amministrativa e finanziaria delle risorse assegnate da Regione Lombardia;
- effettuare l'attività di istruttoria e di controllo ex Regolamento (UE) n. 1407/2013 garantendo l'alimentazione del Registro Nazionale Aiuti di cui al d.m. 31 maggio 2017, n. 115;
- realizzare la misura secondo i criteri di cui all'Allegato A del presente provvedimento, garantendo il rispetto della qualità progettuale richiesta e del suo valore istituzionale ed economico;
- assolvere agli obblighi di pubblicazione di cui agli artt. 26 e 27 del d.lgs. n. 33/2013;

8. di prevedere che, per le azioni che possono configurarsi come aiuto indiretto alle imprese, con particolare riferimento alle azioni 3 e 4 della misura, gli aiuti sono concessi nel rispetto del Regolamento (UE) n. 1407/2013 della Commissione del 18 di-

cembre 2013 (pubblicato sulla G.U. dell'Unione Europea L 352 del 24 dicembre 2013 e prorogato fino al 31 dicembre 2023 dal Reg. (UE) 2020/972 del 2 luglio 2020) relativo all'applicazione degli articoli 107 e 108 del trattato sul funzionamento dell'Unione Europea agli aiuti «de minimis», con particolare riferimento agli artt. 1 (campo di applicazione), 2 (definizioni, con riferimento in particolare alla nozione di «impresa unica»), 3 (aiuti «de minimis»), 5 (cumulo) e 6 (controllo);

9. di demandare a Unioncamere Lombardia gli adempimenti in materia di aiuti di stato di cui al d.m. 115/2017 ed in particolare agli articoli 8 e seguenti;

10. di pubblicare la presente deliberazione ai sensi degli artt. 26 e 27 del d.lgs. n. 33 del 14 marzo 2013;

11. di disporre la pubblicazione del presente provvedimento sul Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia.

Il segretario: Fabrizio De Vecchi

— • —



# Programma Internazionalizzazione 2021

## Progetto Esecutivo



## Sommario

1.	CONTESTO .....	
2.	INTRODUZIONE .....	
3.	OBIETTIVI.....	
4.	TARGET .....	
	4.1 Beneficiari .....	
	4.2 Settori ad alta vocazione export per la Lombardia e con un alto valore aggiunto .....	
	4.3 Mercati target.....	
5.	LINEE DI INTERVENTO .....	
	5.1 - Servizi di formazione e primo orientamento .....	
	5.1.1 <i>Introduzione</i> .....	
	5.1.2 <i>Ciclo di webinar</i> .....	
	5.1.3 <i>Guide Pratiche</i> .....	
	5.1.4 <i>Progetti speciali</i> .....	
	5.1.5 <i>Cronoprogramma</i> .....	
	5.2 - Esplorazione mercati e scouting .....	
	5.2.1. <i>Introduzione</i> .....	
	5.2.2. <i>La proposta</i> .....	
	5.2.3. <i>La metodologia</i> .....	
	5.2.4. <i>Ruoli dei partner di progetto</i> .....	
	5.2.5. <i>Pianificazione attività ed obiettivi</i> .....	
	5.2.6 <i>Cronoprogramma</i> .....	
	5.3 - Preparazione e accompagnamento all'estero .....	
	5.3.1 <i>Introduzione</i> .....	
	5.3.2 <i>Metodologia</i> .....	
	5.3.3. <i>Attività previste</i> .....	
	5.3.4 <i>Cronoprogramma</i> .....	
	5.4 - Follow Up di iniziative realizzate nel 2020 .....	
	5.4.1 <i>Introduzione</i> .....	
	5.4.2 <i>Metodologia</i> .....	
	5.4.3. <i>Attività previste</i> .....	
	5.4.4 - <i>Cronoprogramma</i> .....	
6.	RISULTATI ATTESI.....	

- 7. BUDGET PREVISIONALE .....
- 7.1 Budget Programma di formazione e primo orientamento .....
- 7.2 Budget Programma scouting ed esplorazione mercati .....
- 7.3 Budget Programma di accompagnamento all'estero .....
- 7.4 Budget Follow Up di iniziative realizzate nel 2020.....



## 1. CONTESTO

La legge 241/1990, prevede, all'art. 15, la possibilità per le amministrazioni pubbliche di concludere tra loro accordi per disciplinare lo svolgimento in collaborazione di attività di interesse comune. In tale contesto, Regione Lombardia e Unioncamere Lombardia promuovono, già da diversi anni, l'**Accordo per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo**, approvato con DGR n. 767 del 12 novembre 2018 e sottoscritto in data 17 dicembre 2018, nel quale riconoscono l'opportunità di "rafforzare la collaborazione, accrescendo ogni possibile sinergia fra le funzioni di governo e di indirizzo proprie della Regione e quelle più "operative" proprie delle Camere di Commercio, con particolare riferimento alla tutela dell'interesse generale del sistema delle imprese, alla promozione dello sviluppo dei sistemi economici locali e alla regolazione del mercato". Regione Lombardia e Sistema Camerale lombardo si propongono pertanto di aumentare la competitività del territorio lombardo attraverso il cofinanziamento di progetti e azioni e un utilizzo più efficace delle risorse disponibili, garantendo una crescita duratura e uno sviluppo qualitativo del sistema delle imprese, mettendo a disposizione le rispettive specifiche conoscenze, competenze e risorse umane, strumentali e finanziarie.

## 2. INTRODUZIONE

Il programma mira ad aiutare le imprese lombarde a rafforzare le competenze ed avviare o consolidare l'attività di internazionalizzazione in mercati strategici per l'economia della Regione Lombardia. L'obiettivo del progetto è, pertanto, rafforzare la proiezione internazionale del sistema economico lombardo e la competitività delle PMI nei mercati target. Il programma 2021 intende dare una nuova chiave di lettura integrata e creare un percorso di accompagnamento per le aziende che prevede un percorso **strutturato e innovativo**, basato su **4 step funzionali**:

1. Orientamento e Formazione, per offrire opportunità di crescita delle competenze delle imprese
2. Esplorazione dei mercati e scouting, per offrire occasioni per sperimentare l'approccio a diversi mercati
3. Preparazione e accompagnamento delle aziende, per preparare le aziende ad affrontare i mercati target e offrire concrete opportunità di incontrare controparti mirate e selezionate per espandere il loro business all'estero
4. Supportare le imprese nella fase di follow up di alcune iniziative realizzate nel 2020, per proseguire le attività a favore della penetrazione del mercato canadese, conciliando innovazione e internazionalizzazione grazie alla partecipazione a business forum tematici.

### 3. OBIETTIVI

- rafforzare la proiezione internazionale del sistema economico lombardo e la competitività delle PMI nei mercati target;
- preparare le imprese ad affrontare i mercati esteri in maniera efficace e consapevole;
- orientare le imprese rispetto al target e ai mercati potenzialmente più rilevanti, attraverso un'attività di scouting;
- supportare l'avvio o il consolidamento delle attività all'estero;
- fornire opportunità concrete di business alle imprese;
- seguire le imprese nella fase di follow-up delle iniziative avviate nel 2020.

### 4. TARGET

#### 4.1 Beneficiari

Aziende lombarde e cluster interessati ad avviare e/o consolidare l'attività di internazionalizzazione all'estero.

#### 4.2 Settori ad alta vocazione export per la Lombardia e con un alto valore aggiunto

- Arredo e Design
- Edilizia e sistema casa
- Beauty Wellness e Medicale
- Meccanica e subfornitura / Beni Strumentali
- Food & Beverage
- Sistema moda – persona
- Nautica e diportistica.

#### 4.3 Mercati target

Il progetto si focalizza sui mercati ritenuti strategici per l'export lombardo sulla base della matrice settore/mercato elaborata da Unioncamere Lombardia e Promos Italia. Nello specifico, **il mercato target del programma internazionale è costituito dagli Emirati Arabi Uniti.**

Per questa ragione, la linea di intervento sulla formazione e primo orientamento prevederà un approfondimento dedicato a questo mercato.

Per quel che concerne la linea di intervento sull'esplorazione mercati e scouting, i settori target su cui si concentreranno le attività rientrano tra quelli di interesse bilaterale tra Italia ed Emirati Arabi Uniti<sup>1</sup> e sono ampiamente rappresentati dalle imprese lombarde per le quali saranno identificate adeguate controparti estere che operano sia negli EAU, sia nella più ampia area

---

<sup>1</sup> <https://italyexpo2020.it/il-progetto-italia/i-macrosettori-di-interesse-bilaterali-di-italia-eau/>



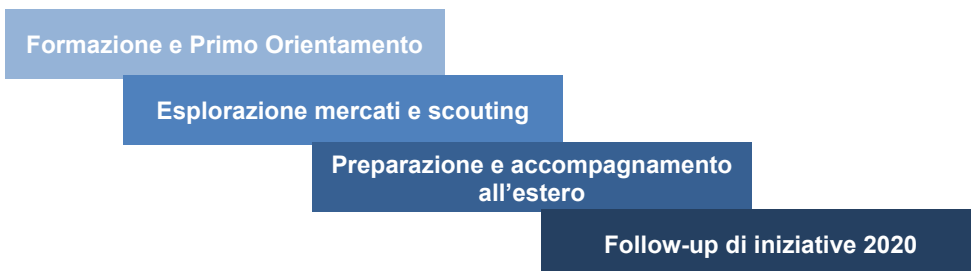
ME.NA.SA. (Medio Oriente, Nord Africa, Asia meridionale) identificata come target geografico dal Commissariato Generale della Sezione Italia per Expo 2020 Dubai<sup>2</sup>.

Infine, la linea di intervento di accompagnamento all'estero sarà centrata sugli Emirati Arabi Uniti, con uno sguardo allargato sulla regione del Golfo e del Mediterraneo, considerando Dubai come l'hub di sviluppo delle relazioni commerciali a livello regionale.

In aggiunta al mercato emiratino, il programma 2021 intende, inoltre, sviluppare un progetto pilota sul **mercato canadese**, volto a proseguire le attività avviate nel 2020 a favore della penetrazione del mercato, conciliando innovazione e internazionalizzazione.

## 5. LINEE DI INTERVENTO

Il progetto 2021 è stato pensato come un percorso a step funzionali. L'obiettivo è sostenere e incrementare l'export della nostra regione attraverso un percorso strutturato e innovativo, all'interno del quale sono stati inseriti strumenti in grado di offrire un concreto supporto alle imprese verso i mercati esteri strategici.



<sup>2</sup> <https://italyexpo2020.it/chi-siamo/cose-expo-2020-dubai/>

## 5.1 - Servizi di formazione e primo orientamento

### 5.1.1 Introduzione

Il progetto “Servizi a favore delle MPMI per l'internazionalizzazione e l'export” previsto nel Programma di Azione 2021 dell'Accordo per lo Sviluppo Economico e la Competitività del sistema lombardo tra Regione Lombardia e Sistema camerale lombardo prevede le seguenti attività:

- ✓ servizi di assistenza di primo livello alle imprese lombarde sulle tematiche dell'internazionalizzazione offerti dalla rete dei LombardiaPoint, come previsto dall'accordo sottoscritto con i partner (MISE, Regione Lombardia, ICE, SACE e SIMEST) attraverso risposte ai quesiti posti dalle imprese sulle tematiche internazionali sia direttamente per il tramite di incontri consulenziali presso le Camere di Commercio sia online;
- ✓ nuovi servizi di supporto alle imprese che operano con l'estero sulle tematiche relative all'e-commerce (non solo normative fiscali e contrattuali ma principalmente geoblocking, marketing digitale, International SEO, etc).
- ✓ organizzazione di incontri specifici, seminari e assistenze specialistiche presso le sedi territoriali camerali e online.

Tramite il portale [www.lombardiapoint.it](http://www.lombardiapoint.it) sono offerti una serie di servizi gratuiti alle imprese lombarde di informazione, formazione e assistenza consulenziale su tutte le tematiche di internazionalizzazione anche attraverso la rete camerale lombarda.

Attraverso la collaborazione con la DG Sviluppo Economico di Regione Lombardia si propone di integrare il progetto già avviato con le Camere di Commercio e mettere a disposizione di tutte le imprese lombarde ulteriori servizi di formazione e primo orientamento per sviluppare competenze e conoscenze per operare correttamente con l'estero con particolare riferimento alle tematiche di pertinenza del percorso di internazionalizzazione (aspetti doganali, fiscali, commerciali, digitali) e sui paesi di riferimenti con specifico approfondimento su EXPO DUBAI 2021 per fornire agli imprenditori lombardi indicazioni per uno sviluppo duraturo dei propri affari negli Emirati Arabi Uniti. Particolare attenzione sarà dedicata alle novità introdotte per superare l'emergenza Covid e favorire la ripresa della crescita internazionale delle imprese lombarde attraverso una serie di strumenti e di assistenze consulenziali telematiche.

### 5.1.2 Ciclo di webinar

Saranno avviati 10 webinar, tenuti da esperti per l'internazionalizzazione con docenza di 3 ore, sulle seguenti tematiche:

- EXPO DUBAI 2021 come occasione per uno sviluppo duraturo dei propri affari negli Emirati Arabi Uniti con particolare attenzione anche alle condizioni contrattuali, logistica e dei pagamenti internazionali;
- Novità introdotte per superare l'emergenza Covid e favorire la ripresa degli investimenti stranieri e poter prendere gli adeguati provvedimenti cercando di

minimizzare i rischi e sfruttando le opportunità concesse da leggi e provvedimenti speciali dedicati a supportare le aziende. L'importanza del contratto di rete per la ripartenza;

- Contrattualistica e Aspetti doganali con particolare riferimento ai Paesi oggetto del programma;
- Strumenti digitali a supporto delle vendite. E-commerce: aspetti giuridici e profili di criticità.

### 5.1.3 Guide Pratiche

Saranno realizzate 5 nuove guide pratiche gratuite scaricabili dal portale [www.lombardiapoint.it](http://www.lombardiapoint.it) sezione FAQ sulle seguenti tematiche:

- DIGITALIZZAZIONE PER L'ESTERO (aspetti giuridici della blockchain, smart contract, big data e bitcoin per la tutela del made in Italy);
- INCOTERMS®2020 – Guida interattiva;
- E-COMMERCE – Aspetti tecnologici, legali, doganali, logistici e fiscali
- E-COMMERCE – La riforma
- MODELLI DI CONTRATTO DI VENDITA, DISTRIBUZIONE E AGENZIA - aggiornamento.

La revisione dei modelli terrà conto anche delle più recenti evoluzioni del commercio internazionale, dell'impatto della pandemia Covid-19 e delle misure di contenimento sul commercio internazionale, nonché delle problematiche connesse alla difficoltà del reperimento delle materie prime ed all'aumento dei costi delle stesse.

### 5.1.4 Progetti speciali

Saranno inoltre realizzati 3 progetti speciali:

#### ➤ **PROGETTO "EXPORT"**

Il progetto prevede un ciclo di 3 webinar di 3 ore ciascuno rivolto a tutte le aziende lombarde interessate sui temi: 1. Origine non preferenziale (Made in) 2. Origine preferenziale 3. Analisi dei documenti doganali e procedure di semplificazione relative all'ottenimento dello status di esportatore autorizzato Tra le imprese partecipanti, attraverso modalità che saranno definite successivamente, ne verranno selezionate venti a cui verrà fornito un supporto individuale volto a fornire all'impresa gli strumenti, le regole per auto verificare se i prodotti da loro realizzati e/o commercializzati sono di origine preferenziale UE verso i paesi accordati.

#### ➤ **CORSO DI FORMAZIONE PER RESPONSABILE DELLE QUESTIONI DOGANALI AI FINI AEO (AUTHORIZED ECONOMIC OPERATOR)**

Nella fase economica attuale, in cui vi è la necessità di rendere più efficienti i processi aziendali, ottimizzando le risorse e riducendo gli adempimenti, la certificazione AEO rappresenta un "marchio di affidabilità doganale" che consente di accedere a tutte le semplificazioni previste dalla normativa, realizzando significativi risparmi di tempi di



## 5.2 - Esplorazione mercati e scouting

### 5.2.1. Introduzione

La linea di attività “*Esplorazione mercati e scouting*” ha l’obiettivo di supportare il processo di internazionalizzazione delle aziende lombarde tramite la **realizzazione di incontri business** con operatori esteri provenienti da tutto il mondo. Dal punto di vista concettuale, il servizio si colloca pertanto a metà strada tra l’attività di formazione e primo orientamento e quella di accompagnamento all’estero, risultando per le aziende uno strumento di aiuto nel valutare la propria capacità di avviare un dialogo diretto con partner internazionali, oltre che di scouting attivo di nuove opportunità commerciali nei mercati esteri.

La crisi sanitaria internazionale da Covid-19 impone la realizzazione di **meetings one-to-one da remoto**, servizio garantito attraverso l’accesso ad una piattaforma online appositamente sviluppata e sperimentata con successo nei mesi scorsi.

Lo sviluppo di relazioni commerciali tramite strumenti digitali, d’altro canto, rappresenta oggi un asset imprescindibile per le aziende, anche per la **gestione del post emergenza** sanitaria, permettendo una elevata ottimizzazione del tempo ed un consistente risparmio di risorse economiche.

### 5.2.2. La proposta

Il servizio offre opportunità di *business* tra le **imprese** del territorio e **selezionati buyer esteri** tramite l’utilizzo di una piattaforma *online* sviluppata per facilitare le operazioni di *matching* e consentire la realizzazione di incontri virtuali che si realizzano nell’ambito di specifiche sessioni di lavoro.

Ciascuna sessione di lavoro è dedicata a specifici comparti produttivi ed ha una durata di 2 o 3 giorni, nel corso dei quali gli operatori possono realizzare incontri della durata di 30 minuti con controparti di interesse previamente verificate.

L’accesso alla piattaforma consente ad ogni utente di interagire direttamente con la controparte di suo interesse, rendendo le aziende autonome nella selezione del proprio partner commerciale in funzione delle proprie esigenze e priorità, limitando il rischio di non compatibilità fra le parti e favorendo pertanto l’avvio di nuove utili collaborazioni.

Il percorso è focalizzato sulle tematiche di **Expo 2020 Dubai**, l’Esposizione Universale che avrà luogo negli Emirati Arabi Uniti dal 1° ottobre 2021 al 31 marzo 2022, la prima in un paese arabo ed è dedicato alle imprese che operano nei seguenti settori:

1. Scienze della vita
2. Arredo, illuminotecnica
3. Enogastronomia
4. Artigianato, manifattura innovativa
5. Benessere e cosmetica.

I settori sopraelencati rientrano tra quelli di interesse bilaterale tra Italia ed Emirati Arabi Uniti<sup>3</sup> e sono ampiamente rappresentati dalle imprese lombarde, per le quali saranno identificate adeguate controparti estere che operano sia negli EAU, sia nella più ampia **area ME.NA.SA. (Medio Oriente, Nord Africa, Asia meridionale)** identificata come target geografico dal Commissariato Generale della Sezione Italia per Expo 2020 Dubai<sup>4</sup>.

Con l'obiettivo di offrire un migliore servizio alle imprese, l'attività di scouting sarà operata anche in ulteriori aree geografiche, consentendo la partecipazione al progetto da parte di tutti gli operatori esteri interessati ai prodotti presentati dalle nostre imprese.

### 5.2.3. *La metodologia*

Le sessioni di incontri sono realizzate attraverso una metodologia di lavoro riassunta dalle seguenti fasi consequenziali:

- individuazione paesi target
- comunicazione e promozione del progetto
- raccolta adesioni aziende lombarde
- selezione operatori esteri
- attività di matching
- realizzazione incontri virtuali.

La partecipazione alle sessioni di matching è aperta a tutte le aziende del territorio che esprimono una manifestazione di interesse.

Ogni richiesta di candidatura viene inviata online attraverso piattaforma e accettata se l'azienda è in possesso dei seguenti requisiti minimi:

- Partita IVA con sede legale e/o operativa in Lombardia
- coerenza merceologica
- sito internet preferibilmente in lingua inglese.

Ove lo strumento tecnologico lo richieda, saranno posti e comunicati eventuali limiti numerici alla partecipazione delle imprese ad oggi non rilevabili.

Una volta validato l'accesso dallo staff dedicato, le aziende possono:

- creare una propria vetrina virtuale
- visionare e analizzare i profili dei potenziali partner
- entrare in contatto diretto con ciascuno di questi attraverso l'invio e la ricezione di messaggi
- richiedere / confermare / cancellare appuntamenti
- accedere a stanze virtuali dedicate per la realizzazione dei meeting confermati.

Analogamente alle aziende italiane, anche i buyer accedono alla piattaforma, creano un proprio profilo ed effettuano le proprie scelte ed azioni.

<sup>3</sup> <https://italyexpo2020.it/il-progetto-italia/i-macrosettori-di-interesse-bilaterali-di-italia-eau/>

<sup>4</sup> <https://italyexpo2020.it/chi-siamo/cose-expo-2020-dubai/>



L'attività di *matching* nasce pertanto da **azioni e scelte autonome delle aziende italiane e straniere**, alle quali è chiesto di confermare reciprocamente l'interesse a realizzare un incontro virtuale.

Lo staff dedicato monitora in tempo reale le varie fasi delle attività, interviene a supporto delle imprese e condivide informazioni con i partner di progetto.

### Target di riferimento

I beneficiari del progetto sono imprese italiane con sede legale e/o operativa in Lombardia che intendono avviare o consolidare la propria presenza sui mercati internazionali e, al contempo, qualificate aziende estere interessate alla produzione italiana.

L'accesso delle aziende è filtrato sulla base alle categorie merceologiche selezionate per ogni sessione ed il numero di operatori coinvolti è calibrato per garantire un **corretto equilibrio tra domanda e offerta**.

### Promozione del progetto

Il calendario delle attività è promosso attraverso strumenti di comunicazione atti a garantirne la **diffusione capillare sull'intero territorio regionale**.

Lo staff organizzativo mette a disposizione materiale di comunicazione condiviso e coordinato a supporto delle attività e strumenti di comunicazione quali:

- Sito internet istituzionale e mini-sito dedicato al progetto
- Newsletter e DEMs
- Mailing dirette
- Social Media.

La fase di promozione e marketing prevede per altro il coinvolgimento di eventuali soggetti intermedi (in particolare del **mondo associativo**) che sono chiamati a collaborare attivamente nella promozione sul territorio regionale.

### Servizi offerti

A ciascuna azienda italiana e ad ogni buyer estero partecipante vengono erogati i seguenti servizi:

- accesso alla piattaforma e creazione di una **vetrina personalizzata**
- ricerca di **controparti estere** selezionate
- possibilità di **dialogo diretto** con potenziali partner
- realizzazione di **incontri one-to-one** virtuali
- **assistenza continuativa** nelle fasi preparatorie e durante le sessioni di lavoro.

### Format delle attività

Considerate le limitazioni imposte dalla crisi sanitaria da Covid 19 in termini di spostamenti internazionali ed i benefici consentiti dalla virtualizzazione in termini di ottimizzazione del tempo e risparmio di risorse, **le attività del progetto si svolgeranno da remoto.**

### Customer satisfaction

Con l'obiettivo di monitorare costantemente le attività, al termine di ciascun incontro realizzato ogni azienda è chiamata ad esprimere una **valutazione qualitativa** e immediata attraverso l'utilizzo di *emoji*.

Nei giorni successivi viene inoltre trasmesso a tutti i partecipanti un questionario volto a monitorare complessivamente il servizio offerto, finalizzato a raccogliere informazioni sui *matching* realizzati, sullo strumento utilizzato e sul livello di assistenza fornito.

Al termine delle attività è prevista la raccolta e l'analisi dei dati quantitativi raccolti nel corso delle sessioni di lavoro tramite l'elaborazione di uno specifico **report conclusivo**.

#### 5.2.4. Ruoli dei partner di progetto

Nell'ambito del progetto, **Unioncamere Lombardia** e **Regione Lombardia** hanno un ruolo di coordinamento, indirizzo ed orientamento strategico.

Il sistema camerale lombardo è partner finanziatore di una linea di attività realizzata parallelamente a quanto proposto in questa sede ma convergente in un unico ampio piano di attività condivise a supporto dell'internazionalizzazione delle imprese.

L'intervento delle **Camere di Commercio lombarde** garantirà pertanto un capillare supporto promozionale, facilitando il coinvolgimento delle imprese lombarde alle iniziative loro dedicate.

Lo **staff organizzativo** si fa carico della gestione dei seguenti servizi:

- definizione calendario attività
- creazione materiale promozionale e di supporto
- gestione piattaforma e assistenza tecnica
- analisi e validazione dei profili delle aziende lombarde
- selezione fornitori locali per individuazione operatori esteri
- scouting e invito operatori esteri
- gestione sessioni di lavoro
- assistenza alle imprese in tutte le fasi del progetto
- monitoraggio costante delle attività
- customer satisfaction
- predisposizione reportistica conclusiva.

### 5.2.5. Pianificazione attività ed obiettivi

Lo step “Esplorazione mercati e scouting” consentirà quindi di:

- facilitare i processi di **internazionalizzazione post Covid-19** delle aziende lombarde attraverso strumenti digitali
- avviare un percorso di **preparazione** ai mercanti internazionali, con particolare focus sull’area ME.NA.SA. e in preparazione di future attività che si svolgeranno in occasione di **Expo Dubai**
- valorizzare e sostenere settori produttivi ritenuti strategici nelle **relazioni bilaterali Italia – Emirati Arabi Uniti**.

La tabella sottostante riporta una prima simulazione dei settori da coinvolgere e delle relative date di realizzazione delle sessioni:

EVENTO	DATA	SETTORI / SESSIONE
1	6-8 luglio	Cosmetica
2	15-16 settembre	Dispositivi medici
3	12-13 ottobre	Arredo casa - Illuminotecnica
4	26-27 ottobre	Prodotto artigianale
5	23-25 novembre	Food

### 5.2.6 Cronoprogramma

	06/21	07/21	08/21	09/21	10/21	11/21	12/21
Promozione e comunicazione							
Selezione delle imprese							
Dialogo autonomo tra buyer e seller							
Sessioni di meeting virtuali							
Reportistica conclusiva							
Assistenza a buyer e seller							

## 5.3 - Preparazione e accompagnamento all'estero

### 5.3.1 Introduzione

Il programma di preparazione e accompagnamento all'estero mira a preparare, assistere le imprese lombarde in maniera personalizzata per cogliere le opportunità di business nei mercati target attraverso ricerche partner mirate e incontri d'affari con controparti selezionate, secondo una metodologia riconosciuta come **best practice a livello internazionale**.

Il Programma di accompagnamento all'estero si focalizzerà nel favorire occasione commerciali e di networking a livello internazionale **in occasione di Expo Dubai**, considerata l'importanza strategica del mercato degli Emirati Arabi Uniti per l'export lombardo ed italiano e della rilevanza internazionale della prossima Esposizione Universale "Connecting Minds, Creating the Future" che si terrà a Dubai dall'1 Ottobre 2021 al 31 Marzo 2022.

Il percorso di accompagnamento proposto vuole favorire **partnership commerciali concrete** per le aziende lombarde e la **creazione di alleanze e valore aggiunto** per il sistema economico.

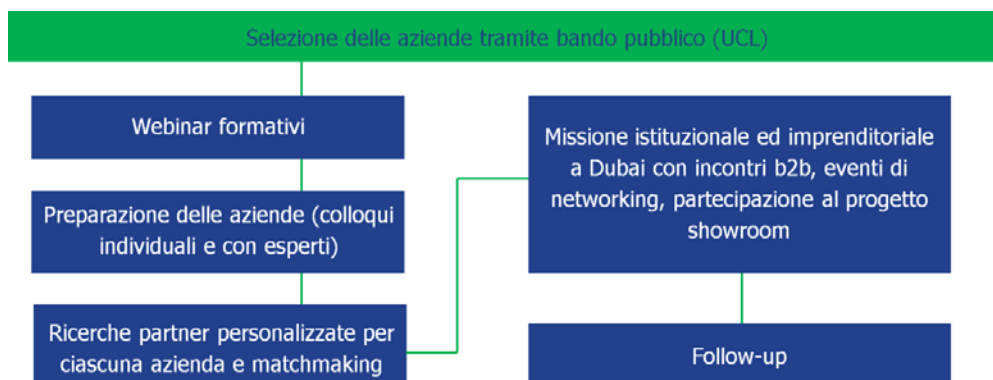
Il programma prevederà la realizzazione di una **missione economica e istituzionale a Dubai**, auspicabilmente a fine Ottobre/ Novembre 2021, in occasione della quale sarà realizzato un **evento di networking** in una adeguata location con copertura media e social ed invito di operatori e influencer selezionati, si supporterà l'organizzazione di **incontri e visite di carattere istituzionale** e si realizzerà per ogni azienda partecipante un'**agenda di incontri b2b, visite aziendali e business tour**, e si cercheranno sinergie con il palinsesto degli eventi di Expo Dubai.

I settori target della missione saranno **green economy** e **arredo e costruzioni sostenibili**.

Il progetto prevede, quindi, un **percorso di preparazione e formazione delle aziende** sui Paesi del Golfo, attraverso webinar e incontri di orientamento e un'attività di matchmaking e **ricerche partner mirate e personalizzate** che sfocerà in una missione imprenditoriale a Dubai, con incontri B2B per le aziende, e in un **progetto molto innovativo** che darà la possibilità a ulteriori 20 aziende del settore arredo e design di **esporre i prodotti e venderli** in uno showroom prestigioso a Dubai (Progetto Temporary Expo).

### 5.3.2 Metodologia

La metodologia di implementazione del progetto è riconosciuta come una best practice a livello internazionale<sup>5</sup> in quanto prevede un percorso personalizzato di accompagnamento all'estero delle PMI che coniuga l'esigenza di un upgrade delle competenze interne dell'azienda che intenda espandere le proprie attività all'estero, al fine di definire una strategia coerente e sostenibile, con quelle di ricerca di opportunità di business.



### 5.3.3. Attività previste

#### Azione 1 - sensibilizzazione del sistema economico lombardo

L'attività di sensibilizzazione del territorio lombardo verrà attuata attraverso un'intensa **azione promozionale e di comunicazione** diffusa sul territorio a cura del sistema camerale lombardo. Le associazioni imprenditoriali e di categoria, partecipanti al Tavolo per l'Internazionalizzazione di Regione Lombardia, verranno coinvolte nella fase promozionale e informate sugli sviluppi del progetto.

Nel mese di giugno verrà realizzato un **webinar di lancio** volto a diffondere la conoscenza del progetto e a promuovere la partecipazione della comunità economica lombarda. Il webinar sarà mirato a informare le aziende sulle nuove attività previste dal progetto e a stimolare la riflessione sulle nuove modalità partecipative di realizzazione delle attività. In occasione del webinar di lancio, verrà condiviso con le aziende un **leaflet** di semplice lettura sulle finalità e sulle attività 2021.

La sensibilizzazione del territorio sarà anche implementata attraverso un'**azione di comunicazione mirata**, definita in accordo con gli uffici competenti di Regione Lombardia, volta a massimizzare la visibilità del progetto attraverso invio di newsletter, realizzazione di pagine web dedicate e un'attività mirata di media e social media relation.

<sup>5</sup> Commissione Europea, "[How to Assist European SMEs in their Internationalisation Process. A Guidebook for the European Business Support Organisations](#)", 2019

## Azione 2 - Preparazione delle aziende

La formazione prevista si focalizzerà su **3 interventi formativi online (webinar)** dedicati specificatamente a far acquisire le competenze specialistiche per cogliere le opportunità presenti nel mercato degli Emirati Arabi Uniti e della regione del Golfo. I webinar avranno una **durata di circa 3 ore ciascuno e saranno registrati** così da poter essere fruiti dalle aziende anche successivamente.

Gli interventi formativi saranno realizzati da NIBI, Nuovo Istituto di Business Internazionale di Promos Italia, che ha gestito tutti i percorsi formativi delle edizioni precedenti con piena soddisfazione dei 573 partecipanti. I docenti saranno selezionati all'interno della Faculty NIBI composta dai maggiori esperti in commercio internazionale e assistenza alle PMI, nonché con un'esperienza solida sui mercati oggetto della formazione, in modo da poter fornire alle imprese informazioni non di tipo accademico, ma consulenziale, dal taglio business-oriented e pratico.

A seguito dei webinar formativi, per le imprese selezionate verrà predisposto un **percorso di accompagnamento mirato** volto a fornire gli strumenti per supportare l'azienda nella definizione della corretta strategia di ingresso nel mercato target attraverso i seguenti step:

1. colloqui individuali di assessment con le imprese per definire punti di forza e approccio al mercato
2. colloqui con esperti del mercato per un confronto diretto sulla strategia di ingresso nel mercato
3. incontro collettivo di orientamento al mercato
4. elaborazione di un dossier su questioni pratiche legate all'export a Dubai (tariffe doganali, tassazioni, documentazione per l'export, etc.)

## Azione 3 - Selezione delle imprese

Le aziende partecipanti verranno identificate sulla base dei criteri stabiliti nel bando di selezione che verrà pubblicato da Unioncamere Lombardia. Tenuto conto delle attività previste, sarà prevista la pubblicazione di un **unico Bando di selezione** per l'intera annualità di progetto.

I criteri di selezione delle aziende prenderanno in considerazione i seguenti elementi:

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



La selezione verrà gestita da un **Comitato di valutazione** presieduto da Regione Lombardia e Unioncamere Lombardia. La verifica di prefattibilità operata attraverso il partner locale costituirà un elemento imprescindibile per l'ammissione dell'azienda al percorso, in modo da consentire la partecipazione alle aziende il cui profilo e prodotto/servizio offerto sia stato verificato come rispondente alla domanda del mercato locale e per il quale si possano prefigurare interessanti opportunità di business nel mercato locale.

Le aziende potranno candidarsi a partecipare alla sola missione imprenditoriale e/o al progetto Temporary Expo. Al fine di limitare i no-show e l'impatto delle rinunce unilaterali e non motivate, si valuteranno modalità per escludere o prevedere una **penalità per le aziende che rinunciano al progetto dopo i termini previsti**.

**La partecipazione alla missione sarà gratuita**, mentre la **partecipazione al Temporary Expo Arredo e Design prevede una compartecipazione alle spese di € 800,00 ad azienda**.

Al termine del processo di selezione, la **graduatoria** verrà pubblicata da Unioncamere Lombardia e le imprese selezionate dovranno firmare un contratto vincolante in cui si definiranno i servizi offerti dal progetto, gli obblighi delle aziende (es. partecipazione all'intero progetto, compilazione del materiale necessario alle attività e degli evaluation form, etc.) e le penalità in caso di no-show o rinuncia immotivata.

Le agevolazioni del Bando si configurano come aiuto indiretto alle imprese, tale aiuto sarà concesso ai sensi del Regolamento (UE) n. 1407/2013 del 18 dicembre 2013 relativo all'applicazione degli articoli 107 e 108 del trattato sul funzionamento dell'Unione Europea agli aiuti "de minimis".

#### Azione 4 - Missione economica a Dubai

La missione sarà prevista a Dubai nel mese di Novembre 2021 (auspicabilmente nella **prima settimana di Novembre**) e prevederà la **partecipazione di 15 aziende lombarde**, appartenenti al settore arredo e design e green economy.

Le **attività di matchmaking** verranno avviate almeno 2 mesi prima della missione e sarà strutturata secondo i seguenti step:

1. analisi del company profile
2. verifica con l'impresa lombarda rispetto al target di controparte di interesse attraverso un colloquio con il partner locale
3. ricerca dei partner sulla base dei target identificati (es. distributore, rivenditore, agente, etc.)
4. matchmaking con le imprese locali che verranno contattate presentando il profilo delle aziende lombarde per verificarne l'interesse ad avviare una collaborazione commerciale e/o tecnica
5. definizione dell'agenda B2B per ogni azienda lombarda con le controparti che abbiano confermato l'interesse

L'**agenda della missione** verrà concordata con Regione Lombardia e prevederà:

- **briefing con le aziende e il partner locale** sull'agenda degli incontri e sul programma generale della missione
- **due giorni di incontri B2B** per le aziende lombarde presso le sedi delle aziende emiratine (ogni azienda avrà a disposizione una macchina con autista)
- un **incontro tra la delegazione istituzionale di Regione Lombardia e le imprese** per stimolare un confronto sulle iniziative di supporto all'internazionalizzazione offerte da Regione Lombardia
- un **evento di networking** per la delegazione istituzionale e imprenditoriale con l'organizzazione di un cocktail presso una location prestigiosa e l'invito di autorità, operatori locali, giornalisti e influencer. Durante l'evento verrà lanciato il Temporary Expo Arredo e Design
- **visita a Expo Dubai** (con biglietti a carico delle aziende)

Per la **delegazione istituzionale** potrà essere previsto un programma di incontri e visite con autorità e soggetti locali, sulla base degli interessi della delegazione di Regione Lombardia e di eventuali cluster, soggetti intermedi e associazioni di categoria al seguito. Il programma istituzionale-politico verrà definito in raccordo con le rappresentanze diplomatiche italiane.

La **delegazione verrà assistita e accompagnata da personale qualificato** che assicurerà un coordinamento delle agende, risponderà ai bisogni delle aziende, si confronterà sugli esiti degli incontri e fornirà feedback e soluzioni immediate alle necessità della delegazione.

Gli **aspetti logistici della missione** verranno curati in special modo, tenuto conto dell'affluenza attesa durante Expo Dubai. A tal fine, verranno proposti alle aziende partecipanti dei pacchetti di viaggio aggiuntivi a loro totale carico o delle convenzioni a cui far riferimento con tour operator e agenzie viaggio, al fine di massimizzare gli spostamenti e di poter garantire un coordinamento della logistica.

### Azione 5 - Temporary Expo Arredo e Design

L'elemento di novità della proposta è costituito dal Progetto Temporary Expo che darà la possibilità a **20 aziende lombarde del settore arredo e design** di esporre e vendere i propri prodotti in uno showroom prestigioso a Dubai per due mesi circa.

Ciascuna azienda potrà esporre uno o più prodotti per **un mese** in un **lifestyle furniture & furnishing showroom rinomato a Dubai**, con la possibilità di vendita al pubblico.

Le spedizioni dei prodotti verranno fatte in raccordo con un importatore locale che gestirà le pratiche di sdoganamento in loco. Attraverso un partner locale, i prodotti verranno disposti nello showroom che sarà allestito.

**Brochure ad hoc** verranno predisposte per presentare i prodotti in lingua inglese e arabo.

Durante il mese di esposizione, ogni azienda avrà l'opportunità di **incontrare almeno 6 operatori interessati** (agenti, distributori, rappresentanti e rivenditori) provenienti dagli Emirati e dai vicini mercati del Golfo. Gli incontri si terranno in un periodo concordato con l'azienda.

Un **report bisettimanale** verrà fornito alle aziende rispetto alle vendite realizzate, manifestazioni di interesse ricevute e ogni ulteriore informazione utile.

### Azione 6 - Follow-up

Dopo la missione imprenditoriale, **le aziende verranno assistite per circa un mese** per consolidare le relazioni e i contatti intercorsi durante gli incontri e trarre il massimo beneficio dalla missione realizzata.

Il servizio di follow-up sarà svolto in collaborazione con il partner locale e sarà mirato a:

- ricontattare le aziende locali 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;
- contatto di eventuali ulteriori aziende locali potenzialmente interessate.

Una intensa attività di **monitoraggio e verifica dei risultati** verrà condotta secondo questo schema:

- dopo ogni webinar verrà somministrato un questionario di valutazione per verificare il grado di soddisfazione delle imprese e la rispondenza e utilità dei contenuti rispetto alle aspettative e bisogni delle aziende;
- subito dopo la missione verrà richiesta alle aziende la compilazione di un **evaluation form** sull'assistenza ricevuta e sulla qualità degli incontri avuti;
- al termine del periodo di follow-up verrà richiesta la compilazione di una scheda che valuti gli esiti degli incontri avuti e del follow-up e faccia emergere lo status dei contatti,

le negoziazioni in corso ed eventuali accordi. In questa sede, alle aziende verrà richiesto di esprimere una valutazione generale sull'intero percorso di assistenza.

#### 5.3.4 Cronoprogramma

	06/21	07/21	08/21	09/21	10/21	11/21	12/21
Promozione e comunicazione							
Selezione delle imprese							
Formazione e preparazione							
Missione a Dubai							
Temporary Expo							
Follow-up							

## 5.4 - Follow Up di iniziative realizzate nel 2020

### 5.4.1 Introduzione

Il Canada continua ad essere considerato un mercato di destinazione di grande interesse e potenzialità per il Made in Lombardia, sia per i settori manifatturieri tradizionali (e.g. meccanica, agroalimentare, sistema casa, moda/cosmetica), sia per i settori ad alta intensità tecnologica (e.g. scienze della vita e sanità, smart mobility, ambiente e green tech).

Nel 2020, il mercato canadese è stato inserito tra le destinazioni del progetto **“Percorsi di accompagnamento in mercati strategici per il sistema economico Lombardo – Outgoing 2020”**, che ha visto la partecipazione di 30 aziende interessate al mercato canadese, sulle 186 totali e l’organizzazione di 677 B2B virtuali, 112 dei quali proprio dedicati al mercato canadese.

Parallelamente Regione Lombardia ha anche partecipato alla seconda edizione del **“Business Forum Italia Canada sull’Intelligenza artificiale”**, tenutosi in forma virtuale dal 18 al 20 novembre, mediante il coinvolgimento di cinque cluster regionali (Associazione Fabbrica Intelligente, Chimica verde, Aerospazio, Life sciences e Green energy).

I progetti realizzati hanno fatto emergere ulteriori potenzialità per le imprese lombarde soprattutto in ambito Life Sciences, Green Tech e intelligenza artificiale

Nel 2021 si punta a sviluppare un **progetto pilota che faccia seguito alle iniziative realizzate** nel 2020 presidiando nuovamente il territorio canadese e proseguendo le attività a favore della **penetrazione di quel mercato**, provando così a **conciliare innovazione e internazionalizzazione** puntando proprio sulla **partecipazione a business forum tematici** (energie rinnovabili, gestione rifiuti, economia circolare, smart mobility, nonché intelligenza artificiale e cyber security).

### 5.4.2 Metodologia

Il progetto si sviluppa in 4 azioni principali:

1. Attività preparatorie
2. Partecipazione istituzionale al Business Forum
3. Partecipazione delle aziende al Business Forum e Match making
4. Finalizzazione accordi commerciali

Parallelamente, al fine di rafforzare e valorizzare il brand Made in Lombardy presso i principali stakeholder ed imprese canadesi, la partecipazione della Lombardia è inserita nel piano di comunicazione dell’evento. L’attività di promozione dell’evento include la realizzazione di un apposito piano di comunicazione che prevede:

- a) elaborazione e adattamento materiale comunicativo dell’evento (web site, inviti, flyer, save the date,...);
- b) piano social media dedicato (post/stories sul Made in Lombardy dei canali social media dell’evento);
- c) elaborazione e adattamento del piano media relations (comunicati stampa, interviste, articoli)

### 5.4.3. Attività previste

#### Attività preparatorie

Le attività preparatorie riguardano la formazione e selezione delle sei imprese beneficiarie; il contributo dei cluster lombardi alla definizione del programma dell'evento, alla selezione delle testimonianze e speaker lombardi, alla programmazione e realizzazione della sessione di Cluster2Cluster.

##### 1.1. Modalità di selezione delle aziende beneficiarie del percorso di match making

La procedura di selezione prevede la pubblicazione di una manifestazione di interesse ad opera di Unioncamere Lombardia, a partire dal mese di settembre 2021, rivolta ad aziende lombarde interessate a partecipare alla terza edizione (virtuale) del business forum Italia-Canada sull'Intelligenza Artificiale e beneficiare del relativo percorso di match making.

Sulla base delle candidature pervenute, Unioncamere Lombardia e Regione Lombardia, riservandosi la possibilità di consultare gli organizzatori dell'evento, selezioneranno 6 aziende (oltre a 2 in qualità di riserve) partecipanti al progetto.

Per la selezione delle sei aziende lombarde beneficiarie del percorso di match making, si ricorrerà ad una griglia rating che prenderà in considerazione i seguenti requisiti e criteri:

- REQUISITI FORMALI
  - a) esser parte del network di uno dei cluster coinvolti nel Forum2020;
  - b) aver partecipato al Forum2020 e/o al webinar preparatorio;
  - c) rispondere alla manifestazione di interesse.
  
- CRITERI DI VALUTAZIONE
  - a) grado di coerenza con le opportunità del mercato Canadese
  - b) grado di coerenza con i focus specifici dell'edizione 2021 del Forum
  - c) livello di competenze negli ambiti settoriali oggetto del Forum
  - d) grado di export-readiness aziendale.

##### 1.2. Attività preparatorie aziende

Sulla base dei risultati del Business Forum Italia-Canada sull'I.A 2020, gli organizzatori specificano filiere/settori a maggiore potenzialità di mercato e fornisce il profilo-tipo delle imprese lombarde target.

Per le sei imprese selezionate secondo la procedura sopradescritta:

- a) è realizzata sessione di presentazione mercato e briefing collettivo;
- b) sono realizzate conference call individuali per la costruzione e finalizzazione della value proposition aziendale per il mercato canadese;



- c) è realizzata attività di scouting e mappatura potenziali partner/clienti, condiviso d.base con l'azienda ed identificate le partnership di maggior interesse;
- d) è definita l'agenda personalizzata delle sessioni di match making.

### 1.3. Attività preparatorie cluster

- a) sono realizzate conference call individuali e collettive per l'identificazione delle priorità tematiche dei cluster e l'identificazione del profilo di speaker e testimonials oppure del focus della sessione di C2C;
- b) sono realizzate sessioni di briefing con speaker e testimonials;
- c) sono realizzati strumenti di comunicazione che valorizzano loghi ed identità dei cluster partecipanti da utilizzare in tutte le attività di comunicazione dell'evento.

### **Partecipazione istituzionale al Business Forum**

La partecipazione istituzionale al Forum2021 include:

- a) il contributo dei referenti Regionali alla definizione del programma;
- b) la valorizzazione/comunicazione Regione (loghi, pagine di presentazione, articoli),
- c) l'inclusione di Regione nella campagna di mkt digitale dell'evento;
- d) la partecipazione alle sessioni plenarie e tematiche.

### **Partecipazione aziende al Business Forum**

La partecipazione al Forum2021 include per le sei aziende:

- a) l'inclusione nel catalogo digitale dell'evento;
- b) la costruzione di desk virtuali dedicati a ciascuna azienda;
- c) l'inclusione nel panel di una delle sessioni dell'evento;
- d) l'avvio del percorso di match making.

Le aziende lombarde interessate ai temi del Forum ma che non beneficeranno del percorso di match making, avranno accesso in qualità di partecipanti – auditors alle sessioni plenarie e tematiche del forum.

Speaker e testimonial lombardi delle diverse sessioni del Forum saranno identificati con il contributo dei cluster partecipanti.

### **Match making e finalizzazione accordi commerciali**

L'attività di match making si avvia nel corso del Forum e procede nelle settimane successive. Ciascuna sessione di match making include:

- a) briefing preparatorio;
- b) facilitazione match making con personale esperto;
- c) debriefing, monitoraggio risultati e assistenza al follow up

#### 5.4.4 - Cronoprogramma

Attività preparatorie	Giugno - Ottobre
Procedura di selezione delle aziende (Manifestazione di interesse e valutazione)	Settembre - Ottobre
Partecipazione evento	18 e 19 Novembre
Match making e finalizzazione accordi commerciali	dal 19 Novembre al 20 Dicembre
Comunicazione e promozione dell'evento (programma di comunicazione e promozione dell'evento, piano social e media relations)	Settembre - Novembre

Le agevolazioni del Bando si configurano come aiuto indiretto alle imprese, tale aiuto sarà concesso ai sensi del Regolamento (UE) n. 1407/2013 del 18 dicembre 2013 relativo all'applicazione degli articoli 107 e 108 del trattato sul funzionamento dell'Unione Europea agli aiuti "de minimis".

## 6. RISULTATI ATTESI

LINEA DI ATTIVITÀ	KPI	RISULTATO ATTESO
<b><u>Servizi di formazione e primo orientamento</u></b>	Webinar	10
	imprese formate	600
	guide pratiche	5 con 500 download
<b><u>Esplorazione mercati e scouting</u></b>	sessioni settoriali di incontri	5
	aziende lombarde servite	175
<b><u>Preparazione e accompagnamento all'estero</u></b>	aziende partecipanti alla missione economica a Dubai	15
	aziende partecipanti al Progetto Temporary Expo sul settore arredo e design	20
	aziende complessivamente coinvolte	100

<b>Follow-up di iniziative realizzate nel 2020</b>	n. aziende partecipanti al percorso di match-making	6
	totale b2b personalizzati	18
	n. aziende lombarde partecipanti come auditors alle diverse sessioni del forum (plenaria, tematiche)	40
	n. testimonial/speaker Lombardi o sessioni C2C	5
	n. accessi/visualizzazioni website/canali digitali forum	200.000

## 7. BUDGET PREVISIONALE

LINEA DI INTERVENTO	COSTO (IVA INCLUSA)
Programma di formazione e primo orientamento	€ 40.000,00
Programma di scouting e esplorazione mercati	€ 200.000,00
Programma di accompagnamento all'estero	€ 200.000,00
Follow-up di iniziative realizzate nel 2020	€ 30.000,00
<b>TOTALE</b>	<b>€ 470.000,00</b>

### 7.1 Budget Programma di formazione e primo orientamento

Linea di budget e voci di spesa	Importo IVA inclusa e CP
Ciclo di webinar <i>(organizzazione di 10 webinar con la partecipazione di docenti individuati tra gli esperti di internazionalizzazione di Lombardiapoint.)</i>	€ 4.500,00
Guide pratiche <i>(realizzazione di 5 Guide affidate agli esperti di internazionalizzazione di Lombardiapoint, impaginazione e veste grafica, etc.)</i>	€ 17.500,00
Progetti Speciali <i>(realizzazione di 3 progetti speciali affidati agli esperti di internazionalizzazione di Lombardiapoint.)</i>	€ 18.000,00
<b>TOT</b>	<b>€ 40.000,00</b>

## 7.2 Budget Programma scouting ed esplorazione mercati

Linea di budget e voci di spesa	Importo IVA inclusa
Avvio progetto <i>(programmazione attività e definizione calendario, predisposizione strumenti operativi)</i>	€ 10.000,00
Promozione in Lombardia <i>(preparazione materiale informativo / promozionale, promozione sul territorio, raccolta adesioni imprese lombarde)</i>	€ 20.000,00
Promozione all'estero <i>(preparazione materiale informativo / promozionale, selezione e invito operatori esteri)</i>	€ 70.000,00
Gestione sessioni di incontri <i>(analisi dei profili e monitoraggio matching, gestione sessioni di incontri, assistenza continua agli utenti iscritti)</i>	€ 40.000,00
Coordinamento e monitoraggio <i>(attivazione team di supporto, coordinamento e monitoraggio attività in itinere)</i>	€ 40.000,00
Reportistica <i>(elaborazione reportistica e relazione fine progetto)</i>	€ 20.000,00
<b>TOTALE</b>	<b>€ 200.000,00</b>

## 7.3 Budget Programma di accompagnamento all'estero

Linea di budget e voci di spesa	Importo IVA inclusa
Promozione e comunicazione <i>(preparazione materiale informativo, organizzazione webinar di lancio, promozione sul territorio lombardo)</i>	€ 8.000,00
Formazione e preparazione delle imprese <i>(organizzazione n. 3 webinar formativi, realizzazione incontri di orientamento)</i>	€ 5.000,00
Missione imprenditoriale e Temporary Expo a Dubai <i>(analisi di prefattibilità sui profili delle imprese, ricerche partner e matchmaking, organizzazione incontri d'affari, accompagnamento in loco, transfer per la realizzazione degli incontri, organizzazione dell'evento di networking, realizzazione del progetto showroom per n. 2 mesi, campagna promozionale e social a Dubai)</i>	€ 114.000,00
Coordinamento e varie <i>(attivazione team di supporto, coordinamento e monitoraggio attività in itinere, reportistica)</i>	€ 73.000,00
<b>TOTALE</b>	<b>€ 200.000,00</b>

#### 7.4 Budget Follow Up di iniziative realizzate nel 2020

Linea di budget e voci di spesa	Importo IVA inclusa
Attività preparatorie <i>(selezione e partecipazione all'evento delle sei imprese beneficiarie; definizione del programma dell'evento e selezione delle testimonianze e speaker lombardi, programmazione e realizzazione della sessione di Cluster2Cluster)</i>	€ 4.500,00
Partecipazione evento - aziende, cluster <i>(inclusione nel catalogo digitale dell'evento, costruzione di desk virtuali dedicati a ciascuna azienda, inclusione nel panel di una delle sessioni dell'evento, avvio del percorso di match making)</i>	€ 2.500,00
Match making per n. 6 aziende <i>(per ciascuna sessione di match making: briefing preparatorio, facilitazione match making con personale esperto, debriefing - monitoraggio risultati e assistenza al follow up)</i>	€ 18.000,00
Comunicazione e promozione dell'evento <i>(programma di comunicazione e promozione dell'evento, piano social e media relations)</i>	€ 5.000,00
<b>TOTALE</b>	<b>€ 30.000,00</b>