



# Regione Lombardia

## LA GIUNTA

---

DELIBERAZIONE N° XI / 1267

Seduta del 18/02/2019

---

Presidente

**ATTILIO FONTANA**

Assessori regionali

FABRIZIO SALA *Vice Presidente*  
STEFANO BOLOGNINI  
MARTINA CAMBIAGHI  
DAVIDE CARLO CAPARINI  
RAFFAELE CATTANEO  
RICCARDO DE CORATO  
MELANIA DE NICHILLO RIZZOLI  
PIETRO FORONI

GIULIO GALLERA  
STEFANO BRUNO GALLI  
LARA MAGONI  
ALESSANDRO MATTINZOLI  
SILVIA PIANI  
FABIO ROLFI  
MASSIMO SERTORI  
CLAUDIA MARIA TERZI

Con l'assistenza del Segretario Fabrizio De Vecchi

Su proposta dell'Assessore Fabrizio Sala

Oggetto

ACCORDO PER LO SVILUPPO ECONOMICO E LA COMPETITIVITA' DEL SISTEMA LOMBARDO TRA REGIONE LOMBARDBIA E SISTEMA CAMERALE LOMBARDO 2019-2023 – PROGRAMMA D'AZIONE 2019 - ASSE I – AZIONI PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE E LA PROMOZIONE DI IMPRESE LOMBARDE ALL'ESTERO – PERCORSI DI ACCOMPAGNAMENTO IN MERCATI STRATEGICI PER IL SISTEMA ECONOMICO LOMBARDO 2019

Si esprime parere di regolarità amministrativa ai sensi dell'art.4, comma 1, l.r. n.17/2014:

Il Direttore Generale Roberto Albonetti

Il Dirigente Ermanno Boccalari

L'atto si compone di 29 pagine

di cui 18 pagine di allegati

parte integrante



# Regione Lombardia

## LA GIUNTA

---

### **VISTI:**

- la Legge Regionale n. 11 del 19 febbraio 2014 “Impresa Lombardia: per la libertà di impresa, il lavoro, la competitività”, ai sensi della quale Regione Lombardia promuove il mercato e l'internazionalizzazione, sostenendo in particolare: la capacità delle imprese di sviluppare e ampliare le proprie prospettive di mercato; l'internazionalizzazione del sistema imprenditoriale, consolidando nel territorio l'attività di ricerca e sviluppo e favorendo la collaborazione non delocalizzativa con le imprese straniere; la tutela della proprietà intellettuale e la sensibilizzazione dei consumatori; la tutela e la promozione dei prodotti tipici locali e delle produzioni industriali delle imprese della Lombardia anche a livello internazionale;
- il Programma Regionale di Sviluppo della XI Legislatura, approvato con DCR 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;

**RICHIAMATO** l'Accordo partenariale per le politiche di internazionalizzazione del sistema economico ed imprenditoriale lombardo, approvato con DGR n. 6455 del 10 aprile 2017 e sottoscritto il 7 giugno 2017, che include, tra gli altri, i seguenti obiettivi specifici:

- Promuovere e rafforzare la propensione all'internazionalizzazione delle imprese attraverso azioni mirate di accompagnamento sistematico delle micro, piccole e medie imprese lombarde e di sviluppo delle competenze per misurarsi con successo nel contesto dei mercati internazionali di valore strategico per la Lombardia;
- Fornire alle imprese lombarde servizi integrati e diffusi su tutto il territorio regionale finalizzati all'orientamento e all'informazione per la penetrazione di mercati strategici ed emergenti esteri;
- Creare condizioni di sistema e progettualità cross-border al fine di consolidare il posizionamento del sistema economico ed imprenditoriale lombardo all'estero;

**PRESO ATTO** che il suddetto Accordo partenariale per le politiche di



# Regione Lombardia

## LA GIUNTA

---

internazionalizzazione del sistema economico ed imprenditoriale lombardo prevede inoltre una linea d'azione dedicata ai "Servizi di assistenza e accompagnamento", che prevede in particolare:

- attività di assistenza e accompagnamento alle imprese presso mercati strategici ed emergenti;
- servizi di follow-up mirati, al fine di facilitare la maturazione dei contatti generati durante le attività realizzate in accordi di collaborazioni per una generazione di valore aggiunto per l'impresa; tale linea include altresì programmi strutturati di accompagnamento che intervengono specificatamente su determinati Paesi Target, attraverso un percorso di valorizzazione del sistema economico lombardo e di orientamento e assistenza nel mercato obiettivo;

### **VISTI:**

- l'Accordo per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo tra Regione Lombardia e sistema camerale lombardo, approvato con DGR n. XI/767 del 12 novembre 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;
- il Programma d'azione 2019 relativo all'Accordo per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo tra Regione Lombardia e sistema camerale lombardo, approvato con DGR n. XI/1094 del 19 dicembre 2018, il quale prevede la promozione di azioni per l'internazionalizzazione e la promozione di imprese lombarde all'estero e, in particolare, l'attivazione di percorsi di internazionalizzazione che prevedono un accompagnamento delle imprese lombarde in mercati strategici;
- la comunicazione del Vice Presidente Sala alla Giunta nella seduta del 4 febbraio 2019, avente oggetto "Missioni economiche all'estero – Esiti Tavolo Internazionalizzazione", che anticipa la definizione di una progettualità che verrà realizzata in collaborazione con il Sistema camerale, che preveda la realizzazione di missioni istituzionali ed economiche verso alcuni dei mercati strategici individuati;

### **RICHIAMATE:**

- la DGR n. X/5572 del 12 settembre 2016, che approva il progetto "Percorsi di internazionalizzazione in mercati strategici per il sistema economico



## Regione Lombardia

### LA GIUNTA

---

lombardo” per il biennio 2016-2017;

- la DGR n. X/6790 del 30 giugno 2017 “Determinazioni in merito all'adozione e alla gestione di misure approvate nell'ambito dell'Accordo per lo sviluppo economico e la competitività tra Regione Lombardia e sistema camerale lombardo. Approvazione delle linee guida - (di concerto con il vicepresidente Sala e l'assessore Garavaglia)”;

**PRESO ATTO** degli esiti del Tavolo Istituzionale di Gestione e del Tavolo tecnico di attuazione di cui all'art. 5 dell'Accordo partenariale per le politiche di internazionalizzazione del sistema economico ed imprenditoriale lombardo, riunitisi rispettivamente l'8 ottobre 2018 ed il 3 dicembre 2018, nell'ambito dei quali sono state condivise le linee d'azione per il 2019-2020, tra cui un programma di missioni all'estero;

**RITENUTO** in accordo con Unioncamere Lombardia, di procedere alla definizione di un progetto che costituisca la prosecuzione dell'edizione 2016-2017 e che miri a consolidare le attività a supporto dell'internazionalizzazione ottimizzando gli strumenti per garantire un impatto crescente sul territorio lombardo;

**DATO ATTO** che Unioncamere Lombardia, in raccordo con le Strutture competenti della DG Ricerca, Innovazione, Università, Export e Internazionalizzazione, ha predisposto il progetto “Percorsi di accompagnamento in mercati strategici per il sistema economico lombardo 2019”, pervenuto via PEC a Regione Lombardia in data 13 febbraio 2019 con protocollo N. R1.2019.0000685 (Allegato A);

**VERIFICATO** che il suddetto progetto si pone i seguenti obiettivi specifici:

- favorire la diffusione di una cultura sull'internazionalizzazione in Lombardia;
- promuovere la formazione ed il trasferimento di conoscenze sui mercati strategici target, quali principali economie al mondo con outlook macro-economici positivi e che prefigurano opportunità per le PMI lombarde;
- supportare concretamente le imprese lombarde nell'ingresso e/o consolidamento nei mercati strategici;

**PRESO ATTO** che il progetto si snoda su quattro principali linee di attività che prevedono:

- Attività di sensibilizzazione del territorio, promozione e informazione volte a



# Regione Lombardia

## LA GIUNTA

---

garantire una capillare copertura del territorio regionale e a massimizzare l'impatto del progetto sul tessuto economico lombardo, anche attraverso una campagna di promozione e comunicazione in Lombardia e nei mercati target;

- Formazione volta a diffondere una cultura sull'internazionalizzazione e a formare le imprese lombarde rispetto i mercati strategici target del progetto attraverso un percorso di formazione a distanza (webinar);
- Missioni imprenditoriali all'estero: realizzazione di 5 missioni imprenditoriali nei mercati target con l'organizzazione di incontri B2B definiti sulla base dei profili e dei desiderata delle imprese lombarde partecipanti;
- Attività di Follow-up e monitoraggio volta a facilitare la maturazione dei contatti generati nelle missioni internazionali in concrete negoziazioni d'affari e auspicabilmente in contratti e collaborazioni, attraverso un'assistenza aggiuntiva che si protrarrà per alcuni mesi dopo la missione;

**DATO ATTO** che il progetto sopra citato individua quali beneficiari dell'iniziativa le piccole e medie imprese lombarde (PMI), ma anche cluster e distretti, associazioni imprenditoriali e di categoria, centri di ricerca e Università, parchi tecnologici e altri soggetti che rappresentino le eccellenze del tessuto economico lombardo;

**DATO ATTO** altresì che il progetto, sulla base di uno studio condotto da Unioncamere Lombardia volto a creare una matrice delle opportunità settore-mercato, individua:

- i seguenti settori strategici per l'export lombardo:
  - Apparecchi elettrici,
  - Computer, elettronica, ottica,
  - Cosmetica,
  - Chimica,
  - Edilizia-casa,
  - Farmaceutica,
  - Forniture mediche e dentistiche,
  - Gomma-plastica,
  - Legno, prodotti in legno e carta,
  - Meccanica,



## Regione Lombardia

### LA GIUNTA

---

- Metallurgia,
  - Mezzi di trasporto,
  - Mobili,
  - Prodotti alimentari,
  - Sistema moda;
- i seguenti mercati strategici per i settori prioritari per l'export lombardo per l'anno 2019:
    - Cina,
    - Emirati Arabi Uniti,
    - Giappone,
    - India,
    - Israele,
    - Stati Uniti d'America;

**CONSIDERATO** che i Paesi/mercati strategici individuati potrebbero subire variazioni nel corso dello svolgimento del programma in virtù dei mutamenti che potrebbero verificarsi nella situazione politica ed economica internazionale o sulla base di necessità organizzative;

**RILEVATO** che l'individuazione delle imprese partecipanti all'iniziativa verrà effettuata da Unioncamere Lombardia, sulla base delle modalità e dei criteri di selezione indicati nell'allegato A;

**DATO ATTO** che il budget previsionale complessivo del progetto è pari ad Euro 540.000 a carico di Regione Lombardia, così come dettagliato nell'Allegato A;

**DATO ATTO** inoltre che il suddetto budget rappresenta una stima indicativa dei costi elaborata sulla base del programma di previsione e potrà pertanto subire variazioni in virtù delle eventuali modifiche che si riterrà opportuno apportare, con riferimento in particolare ai Paesi/mercati strategici individuati; tali eventuali variazioni che comportino un aumento del budget stabilito comporteranno una nuova valutazione da parte della Giunta regionale;

**VERIFICATO** che l'iniziativa prevede per le imprese beneficiarie la completa gratuità della partecipazione, fatta eccezione per i costi di viaggio e soggiorno previsti nell'ambito delle missioni internazionali, che saranno a carico delle imprese



# Regione Lombardia

LA GIUNTA

---

partecipanti;

**VERIFICATO** inoltre 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 nella seduta del 30 gennaio u.s.;

**VISTO** il Regolamento (UE) n. 1407/2013 della Commissione del 18 dicembre 2013 (pubblicato sulla G.U. dell'Unione Europea L 352 del 24/12/2013) 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";

**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:

- attestati di non appartenere ai settori esclusi di cui all'art. 1 del Reg. (UE) n. 1407/2013;
- informi su eventuali aiuti "de minimis", ricevuti nell'arco degli ultimi tre esercizi finanziari in relazione alla propria attività rientrante nella nozione di impresa unica con relativo cumulo complessivo degli aiuti "de minimis" ricevuti;
- attestati 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



## Regione Lombardia

### LA GIUNTA

---

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 riguardino 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 DM 115/2017 ed in particolare agli articoli 8 “Registrazione dei regimi di aiuti e degli aiuti ad hoc”, 9 Registrazione degli aiuti individuali, art. 14 “Verifiche relative agli aiuti de minimis”;

**RITENUTO** pertanto:

- di approvare il progetto “Percorsi di accompagnamento in mercati strategici per il sistema economico lombardo 2019”, di cui all'allegato A, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;





# Regione Lombardia

## LA GIUNTA

---

- di prevedere per la realizzazione dell'iniziativa "Percorsi di accompagnamento in mercati strategici per il sistema economico lombardo 2019" una dotazione finanziaria pari ad Euro 540.000 a valere sul capitolo di spesa 19.01.104.12016 del bilancio 2019 che presenta la necessaria disponibilità;
- di individuare Unioncamere Lombardia quale soggetto attuatore dell'iniziativa "Percorsi di accompagnamento in mercati strategici per il sistema economico lombardo 2019", ai sensi dell'art. 9 dell'Accordo per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo tra Regione Lombardia e sistema camerale lombardo;
- di prevedere che Unioncamere Lombardia, in qualità di soggetto attuatore dell'iniziativa, ai sensi della DGR n. X/6790 del 30 giugno 2017, trasmetta alla Direzione Generale Ricerca, Innovazione, Università, Export e Internazionalizzazione una relazione tecnica e finanziaria trimestrale dettagliata sull'avanzamento dell'iniziativa, secondo le indicazioni che verranno fornite dagli uffici regionali competenti e le modalità e le tempistiche indicate nell'allegato A;
- di stabilire che l'impegno e la liquidazione delle risorse da parte di Regione Lombardia a Unioncamere Lombardia avverranno a seguito della verifica da parte degli uffici regionali competenti della rendicontazione intermedia e finale, supportata da idonea rendicontazione contabile, inviata da Unioncamere Lombardia, che individui l'importo da erogare sulla base delle spese ammissibili effettivamente sostenute e nel rispetto di quanto previsto all'art. 8 delle Linee guida di cui alla DGR n. X/6790 del 30 giugno 2017;

**VISTA** la l.r. n. 34/1978 e successive modifiche e integrazioni, nonché il regolamento di contabilità r.r. 2 aprile 2001 n.1 e la legge di approvazione del bilancio di previsione dell'anno in corso;

**VISTA** la l.r. 7 luglio 2008, n. 20 "Testo unico delle leggi regionali in materia di organizzazione e personale" ed i provvedimenti organizzativi della XI legislatura;

### **DELIBERA**

1. di approvare il progetto "Percorsi di accompagnamento in mercati



# Regione Lombardia

## LA GIUNTA

---

- strategici per il sistema economico lombardo 2019”, di cui all'allegato A, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;
2. di prevedere per la realizzazione dell'iniziativa “Percorsi di accompagnamento in mercati strategici per il sistema economico lombardo 2019” una dotazione finanziaria pari ad Euro 540.000 a valere sul capitolo di spesa 19.01.104.12016 del bilancio 2019 che presenta la necessaria disponibilità;
  3. di individuare Unioncamere Lombardia quale soggetto attuatore dell'iniziativa “Percorsi di accompagnamento in mercati strategici per il sistema economico lombardo 2019”, ai sensi dell'art. 9 dell'Accordo per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo tra Regione Lombardia e sistema camerale lombardo;
  4. di prevedere che Unioncamere Lombardia, in qualità di soggetto attuatore dell'iniziativa, ai sensi della DGR n. X/6790 del 30 giugno 2017, trasmetta alla Direzione Generale Ricerca, Innovazione, Università, Export e Internazionalizzazione una relazione tecnica e finanziaria trimestrale dettagliata sull'avanzamento dell'iniziativa, secondo le indicazioni che verranno fornite dagli uffici regionali competenti e le modalità e le tempistiche indicate nell'allegato A;
  5. di stabilire che l'impegno e la liquidazione delle risorse da parte di Regione Lombardia a Unioncamere Lombardia avverranno a seguito della verifica da parte degli uffici regionali competenti della rendicontazione intermedia e finale, supportata da idonea rendicontazione contabile, inviata da Unioncamere Lombardia, che individui l'importo da erogare sulla base delle spese ammissibili effettivamente sostenute e nel rispetto di quanto previsto all'art. 8 delle Linee guida di cui alla DGR n. X/6790 del 30 giugno 2017;
  6. di prevedere che per le azioni che possono configurarsi come aiuto indiretto alle imprese l'azione sarà attuata nel rispetto del Regolamento (UE) n. 1407/2013 della Commissione del 18 dicembre 2013 (pubblicato sulla G.U. dell'Unione Europea L 352 del 24/12/2013) 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);



## Regione Lombardia

### LA GIUNTA

---

7. di demandare inoltre a Unioncamere Lombardia gli adempimenti in materia di aiuti di stato di cui al DM 115/2017 ed in particolare agli articoli 8 "Registrazione dei regimi di aiuti e degli aiuti ad hoc", 9 Registrazione degli aiuti individuali, art. 14 "Verifiche relative agli aiuti de minimis";
8. di pubblicare la presente deliberazione ai sensi degli artt. 26 e 27 del D.Lgs n. 33 del 14 marzo 2013.

IL SEGRETARIO  
FABRIZIO DE VECCHI

Atto firmato digitalmente ai sensi delle vigenti disposizioni di legge

Progetto Esecutivo  
Percorsi di  
accompagnamento in  
mercati strategici per  
il sistema economico  
lombardo  
2019

Febbraio 2019

## INDICE

1. QUADRO NORMATIVO.....	3
2. INTRODUZIONE .....	3
3. BENEFICIARI E SETTORI TARGET.....	4
4. MERCATI TARGET .....	6
5. ATTIVITA' .....	8
Azione 1 - Sensibilizzazione del territorio, promozione e informazione .....	9
Azione 2 - Formazione e preparazione delle PMI.....	10
Azione 3 - Missioni imprenditoriali .....	11
Azione 4 - Follow-up alle missioni.....	15
6. TIMELINE.....	16
7. RISULTATI ATTESI .....	17
8. BUDGET PREVISIONALE 2019 .....	18

## 1. QUADRO NORMATIVO

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, 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.

Nell'ambito di tale collaborazione si inquadra il progetto "Percorsi di internazionalizzazione in mercati strategici per il sistema economico lombardo 2019" di cui al presente documento.

## 2. INTRODUZIONE

Il Progetto costituisce la prosecuzione dell'edizione 2016-2017 che ha visto la realizzazione di 11 missioni imprenditoriali in 10 mercati strategici per il sistema imprenditoriale lombardo. L'edizione 2016-2017 ha visto complessivamente il coinvolgimento di 461 aziende lombarde nelle attività formative e nelle missioni imprenditoriali e ha ottenuto un tasso di gradimento da parte delle aziende pari al 94%, confermato anche dall'indagine esterna commissionata da Regione Lombardia e svolta da Euromedia Research.

In questa ottica, il nuovo progetto 2019-2020 mira a consolidare le attività a supporto dell'internazionalizzazione ottimizzando gli strumenti per garantire un impatto crescente sul territorio lombardo.

L'obiettivo principale del progetto è di **favorire la crescita dell'economia lombarda** attraverso il supporto all'**internazionalizzazione delle piccole e medie imprese (PMI) lombarde**, nell'assunto che il tessuto imprenditoriale lombardo è costituito per oltre il 90% da PMI e che l'internazionalizzazione sia il driver più efficace della crescita economica italiana.

Gli **obiettivi specifici** sono, pertanto:

- favorire la diffusione di una cultura sull'internazionalizzazione in Lombardia;
- promuovere la formazione e il trasferimento di conoscenze sui mercati strategici target, quali principali economie al mondo con outlook macro-economici positivi e che prefigurano opportunità per le PMI lombarde;
- supportare concretamente le imprese lombarde nell'ingresso e/o consolidamento nei mercati strategici.

La definizione del nuovo progetto 2019-2020 vuole rispondere ai bisogni delle imprese, emersi nella precedente progettualità, di usufruire di servizi di orientamento, formazione, assistenza mirata e follow-up in mercati strategici dell'economia globale. Inoltre, la definizione del progetto tiene in considerazione gli aspetti positivi e le criticità emerse ("lessons learned") nell'edizione precedente e si propone di strutturare percorsi

articolati in n. 8 mercati strategici per i settori prioritari per l'export lombardo, oltre a una missione pilota in Israele prevista per Marzo 2019.

L'**identificazione dei mercati strategici** è il risultato di uno studio condotto da Unioncamere Lombardia e Promos di analisi di 16 mercati extra-europei e 12 mercati europei e candidati, volta a creare una matrice delle opportunità settore-mercato. Per questa ragione, per i mercati target del progetto sono individuati i settori prioritari su cui si concentrerà la selezione delle imprese.

Il programma **2019** si focalizzerà sui mercati di seguito indicati:

1. Cina;
2. Emirati Arabi Uniti;
3. Giappone;
4. India;
5. Israele;
6. Stati Uniti d'America.

L'**edizione 2020** si concentrerà sui seguenti mercati:

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

L'identificazione dei Mercati strategici per le due annualità potrà essere rivista sulla base di eventuali avvenimenti politico-economico e/o in ragione dell'emergere di nuove opportunità in mercati.

Inoltre, l'articolazione del progetto viene concepita per supportare le aziende beneficiarie in ogni fase sia prima che dopo la missione al fine di:

- preparare le aziende prima della missione, sia attraverso una sessione formativa online (*webinar*), sia attraverso incontri mirati di approfondimento delle strategie da adottare per l'ingresso o consolidamento nel mercato obiettivo;
- organizzare incontri B2B di qualità con controparti selezionate, sulla base dei fabbisogni e target delle aziende lombarde;
- assicurare un'efficace svolgimento della missione;
- aiutare le aziende nella delicata fase successiva alla missione (follow-up) per avviare le negoziazioni con le imprese locali incontrate nei B2B, finalizzare potenziali accordi commerciali e attivare nuovi potenziali contatti qualora necessario.

L'implementazione del progetto sarà realizzata dal sistema camerale lombardo, in raccordo con le associazioni imprenditoriali e di categoria e altri soggetti che partecipano al Tavolo per l'Internazionalizzazione creato da Regione Lombardia, al fine di sensibilizzare il tessuto imprenditoriale di tutte le province lombarde e garantire il coinvolgimento delle imprese lombarde.

### 3. BENEFICIARI E SETTORI TARGET

Beneficiari dell'iniziativa saranno le **piccole e medie imprese (PMI) lombarde** appartenenti ai settori sotto indicati. Specifici criteri verranno identificati per selezionare le PMI più idonee a partecipare al programma.

Inoltre, potranno essere coinvolti nelle attività sul territorio e outbound anche cluster e distretti, associazioni imprenditoriali e di categoria, centri di ricerca e Università, parchi tecnologici e altri soggetti che rappresentino le eccellenze del tessuto economico lombardo.

Sulla base dell'analisi condotta da Unioncamere Lombardia per Regione Lombardia, sono stati identificati **15 settori strategici** per l'export lombardo che saranno oggetto del progetto:

1. Apparecchi elettrici
2. Computer, elettronica, ottica
3. Cosmetica
4. Chimica
5. Edilizia-casa
6. Farmaceutica
7. Forniture mediche e dentistiche
8. Gomma-plastica
9. Legno, prodotti in legno e carta
10. Meccanica
11. Metallurgia
12. Mezzi di trasporto
13. Mobili
14. Prodotti alimentari
15. Sistema moda



#### 4. MERCATI TARGET

L'identificazione dei mercati strategici è il risultato di uno **studio condotto da Unioncamere Lombardia e Promos di analisi** di 16 mercati extra-europei e 12 mercati europei e candidati UE, volta a creare una **matrice delle opportunità settore-mercato**. Per questa ragione, per i mercati target del progetto saranno individuati i settori prioritari su cui si concentrerà la selezione delle imprese.

Tenuto conto dello scopo del progetto e della necessità di supportare le imprese lombarde in mercati **promettenti** ma di difficile accesso rispetto al mercato unico europeo, verranno presi in considerazione i **mercati extra-europei**.

La prima annualità del progetto che si svolgerà nel 2019 avrà focus su **5 mercati strategici** scelti fra i seguenti:

1. Cina;
2. Emirati Arabi Uniti;
3. Giappone;
4. India;
5. Israele (in occasione della fiera Med in Israele);
6. Stati Uniti d'America.

La seconda annualità 2020 si focalizzerà su 4 mercati strategici:

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

L'identificazione dei Mercati strategici per le due annualità potrà essere rivista sulla base di eventuali avvenimenti politico-economico e/o in ragione dell'emergere di nuove opportunità in mercati.

I Mercati strategici selezionati costituiscono **tra le più rilevanti economie per import mondiale** e **prospettive di crescita** per i settori prioritari dell'export lombardo e hanno un **outlook macro-economico positivo**.

mercati	crescita PIL 2018 (FMI)	popolazione (2017) milioni	valori export lombardo (2017) miliardi \$	valori import mercato (2017) miliardi \$	Indice Potenzialità Mercati Strategici	Export Opportunity Index (SACE)	tasso crescita export italiano 2018 (SACE)	previsioni crescita export italiano 2019- 2021 (SACE)
Canada	2,1	37	1,08	425	81,14	58	6,6	5,2
Cina	6,6	1.400	6,46	1.767	71,21	83	12,3	8,8
Emirati Arabi Uniti	2,0	10	1,64	326	78,29	68	2,7	3,2
Giappone	1,0	127	2,55	604	76,43	72	6,2	4,6
India	7,3	1.300	1,32	368	58,34	75	8,5	6,7
Israele	3,3	9	0,91	68	67,97	n.d.	n.d.	n.d.
Marocco	3,1	35	0,46	51	54,77	74	9,2	6,8
Russia	1,7	144	2,70	226	67,66	66	5,7	4,4
Stati Uniti	2,7	323	10,25	2.401	83,54	78	6,0	5,1
Vietnam	6,6	95	0,36	254	62,52	69	9,5	7,9

Al fine di identificare i mercati a più alta potenzialità per ogni settore strategico lombardo, è stata costruita una **matrice mercato/settore** che riporta i valori dell'Indice sulle Potenzialità dei Mercati Strategici (IPMS) costruito ad hoc per ogni mercato e settore.

I colori delle celle rappresentano la **rilevanza di ogni mercato per i settori strategici lombardi**:

- **Verde:** potenzialità elevate del settore nel determinato mercato (indice >70)
- **Arancio:** potenzialità medio-alte (indice 60-70)
- **Giallo:** potenzialità medie (50-60)
- **Bianco:** potenzialità medio-basse (40-50)

mercati	Apparecchi elettrici	Chimica	Computer, elettronica	Cosmetica	Edilizia - casa	Farmaceutica	Forniture mediche	Gomma-plastica	Legno	Meccanica	Metallurgia	Mezzi di trasporto	Mobili	Prodotti alimentari	Sistema Moda
Canada	73,54	80,41	74,02	88,22	92,55	78,6	81,47	85,87	78,81	82,15	60,57	81,61	89,15	87,37	82,73
Cina	68,54	72,49	75,66	81,52	76,48	69,73	70,04	64,37	65,33	74,90	70,22	63,18	69,46	75,92	70,30
EAU	81,07	73,65	71,59	93,55	90,81	61,3	67,04	73,84	75,75	82,24	84,51	76,9	83,45	82,76	75,9
Giappone	74,54	75,15	76,81	78,18	75,34	80,69	79,19	71,73	60,1	76,26	74,71	73,9	82,22	81,81	85,88
India	60,53	67,54	55,48	50,64	66,04	58,72	54,86	57,13	60,22	63,46	67,39	48,77	58,78	51,22	54,25
Israele	68,17	68,1	65,5	69,05	77,31	68,47	66,06	64,84	72,06	74,81	54,79	69,37	74,18	64,14	62,77
Marocco	65,35	57,46	53,83		53,07	47,42	51,15	55,48	63,57	56,32	60,74	48,26	59,51	40	54,58
Russia	67,69	79,92	63,72	79,66	69,94	68,31	70,52	67,1	63,95	78,84	63,26	60,16	46,62	65,11	70,07
Stati Uniti	80,95	84,72	82,43	87,85	88,72	87,37	83,12	82,85	81,78	86,41	77,07	68,13	90,02	83,56	88,08
Vietnam	73,47	76,3	63,26	48,69	56,91	57,95	50,22	55,9	56,1	72,9	77,14	58,44	54,1	64,58	71,89

## 5. ATTIVITA'

Le attività previste si articolano su 4 macro-linee:

1. Sensibilizzazione del territorio, promozione e informazione;
2. Formazione;
3. Missioni imprenditoriali all'estero;
4. Follow-up e monitoraggio.

La prima linea di azione mira a garantire una **capillare copertura del territorio regionale** e a massimizzare l'impatto del progetto sul tessuto economico lombardo. Il progetto si rivolge a tutte le PMI lombarde, nonché ai cluster e distretti, associazioni imprenditoriali, centri di ricerca, Università e tutti i rappresentanti delle eccellenze produttive, tecnologiche e intellettuali della Lombardia.

Per questa ragione, verrà assicurata la più ampia diffusione del progetto in tutte le province lombarde, anche attraverso la capillarità del sistema camerale e delle associazioni intermedie.

Inoltre, verranno previste attività per massimizzare la visibilità del progetto, attraverso una campagna di promozione e comunicazione, in Lombardia e nei mercati target, che verrà gestita di concerto con gli Uffici Regionali.

La seconda linea di azione mira a **diffondere una cultura sull'internazionalizzazione** e formare le imprese lombarde rispetto i mercati strategici target del progetto attraverso un **percorso di formazione a distanza (webinar)**, che sia fruito da un numero elevato di imprese in remoto, ma che preveda una modalità partecipativa e interattiva aperta al confronto con gli esperti.

La terza linea di azione si concretizza nella realizzazione di **5 missioni imprenditoriali nel 2019**, di cui una missione pilota in Israele che si svolgerà a Marzo. Le missioni saranno preparate da **incontri preparatori a Milano**, durante i quali le imprese incontreranno i referenti del progetto e discuteranno i dettagli della loro partecipazione alla missione, e vedranno la realizzazione di **incontri B2B nei mercati target**, sulla base dei profili e dei *desiderata* delle imprese lombarde partecipanti.

Infine, la quarta linea di azione vuole essere il completamento del percorso di accompagnamento e mira a facilitare la **maturazione dei contatti generati** nelle missioni internazionali in concrete negoziazioni d'affari e auspicabilmente in contratti e collaborazioni, attraverso un'assistenza aggiuntiva che si protrarrà per 3-4 mesi dopo la missione.

Inoltre, sarà prevista un'**attività di management generale del progetto** e di raccordo con Regione Lombardia, volta ad assicurare

- il controllo qualità sulle attività previste;
- il monitoraggio dei risultati;
- l'elaborazione di report e analisi sui risultati conseguiti.

Il progetto prevedrà **momenti di verifica e rendicontazione tecnico-finanziaria**, secondo le indicazioni che verranno fornite dagli uffici regionali competenti, con scadenza trimestrale:

- Aprile 2019;
- Luglio 2019;
- Ottobre 2019;
- Gennaio 2020 (report finale)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Si precisa che la fase della rendicontazione termina a dicembre 2019 mentre a gennaio 2020 sarà presentata solamente la reportistica finale.

## Azione 1 - Sensibilizzazione del territorio, promozione e informazione

L'attività di sensibilizzazione del territorio lombardo verrà attuata attraverso un'intensa azione promozionale e di comunicazione diffusa sul territorio e prevedrà anche l'organizzazione di seminari informativi disseminati su tutte le province lombarde, 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.

### WORKSHOP INFORMATIVI

Attraverso il coinvolgimento del sistema camerale, degli enti intermedi e delle associazioni imprenditoriali verrà assicurata una diffusione capillare del progetto sul territorio.

I workshop informativi saranno volti a diffondere la conoscenza del progetto e a promuovere la partecipazione della comunità economica lombarda.

A partire dal mese di Febbraio, i workshop verranno organizzati in ogni provincia lombarda, insieme alle Camere di Commercio locali, coinvolgendo le associazioni imprenditoriali e settoriali e gli enti di eccellenza locali. Durante i workshop verrà distribuito materiale informativo ad hoc realizzato e sarà prevista – laddove necessaria – una copertura dei media locali.

### CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

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 conferenze stampa, invio di newsletter, realizzazione di pagine web dedicate e un'attività mirata di media e social media relation.

La strategia di comunicazione verrà concordata con i competenti Uffici Regionali e sarà attuata in raccordo con il sistema camerale e le altre istituzioni coinvolte. La strategia di comunicazione sarà volta al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- diffondere la notizia e i contenuti del progetto su scala territoriale lombarda;
- garantire visibilità all'azione di Regione Lombardia a beneficio del sistema economico lombardo;
- assicurare la copertura nei media locali, nazionali e nei social media delle principali attività del progetto e dei risultati conseguiti;
- raccordarsi con i media per la copertura in occasione di specifiche attività all'estero.

## Azione 2 - Formazione e preparazione delle PMI

La formazione prevista si focalizzerà su **5 interventi formativi online** dedicati specificatamente ai mercati strategici target del Progetto, che forniranno una conoscenza specifica del mercato di riferimento, evidenziando forme di investimento e possibilità commerciali.

I temi che verranno affrontati sono:

- inquadramento macro-economico
- analisi dei trend di mercato per i settori prioritari per l'export lombardo
- strategie di marketing e opportunità di business
- modalità operative nel mercato: pagamenti, valuta, logistica e trasporti
- business culture e tecniche di negoziazione

Si tratta di interventi formativi dal taglio innovativo e business oriented, finalizzati a far acquisire le competenze specialistiche per cogliere le straordinarie opportunità presenti in mercati considerati strategici a livello mondiale.

Per cogliere le notevoli opportunità di business di questi mercati in crescita, sia dal punto di vista della produzione e dello sviluppo industriale e commerciale, che dell'aumento dei consumi, è indispensabile conoscerne le differenze e le caratteristiche economiche, sociali e culturali, così da evitare inutili rischi legati all'improvvisazione.

Ogni intervento formativo garantirà una preparazione concreta e operativa, finalizzata a:

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

La formazione sarà erogata online in formato **webinar** dalla durata di circa 3 ore ciascuno, al fine di garantire un'ampia partecipazione di imprese lombarde e rispondere all'esigenza delle aziende di poter usufruire della formazione a distanza.

Gli interventi formativi saranno realizzati da NIBI, Nuovo Istituto di Business Internazionale di Promos - Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi, che ha gestito il percorso formativo dell'edizione precedente con piena soddisfazione dei 280 partecipanti (tasso di soddisfazione medio dell'88%). 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.

Le aziende partecipanti avranno accesso a un'area riservata sul sito NIBI in cui potranno scaricare i materiali della formazione e compilare i questionari di valutazione.

### Azione 3 - Missioni imprenditoriali

Le missioni imprenditoriali che si svolgeranno nel 2019 verranno organizzate in **cinque mercati** scelti fra i seguenti:

1. Cina;
2. Emirati Arabi Uniti;
3. Giappone;
4. India;
5. Israele;
6. Stati Uniti d'America.

Le missioni vedranno la partecipazione di circa **15 aziende ciascuna** (a parte la missione pilota in Israele), selezionate tra i settori prioritari che emergono dalla matrice settore-mercato riportata precedentemente e da specificità legate all'occasione o alla città in cui si terrà la missione (es. per Israele o per gli Stati Uniti d'America).

L'organizzazione di ogni missione prevedrà le seguenti fasi:

1. Identificazione del partner locale nel mercato strategico.

Il partner locale verrà identificato anche sulla base di criteri qualitativi, ad esempio conoscenza e presenza nel mercato locale, esperienza in organizzazione di incontri B2B, record di success stories e feedback ricevuti da clienti /partner, conoscenza dei settori oggetto della missione, network locale, CV del personale incaricato dell'attività

2. Selezione delle imprese partecipanti attraverso un bando pubblico.

Come già avvenuto nell'edizione precedente, un bando pubblico verrà pubblicato da Unioncamere Lombardia e diffuso sul territorio, eccezion fatta per la missione pilota in Israele per il quale verrà pubblicato un avviso di manifestazione di interesse.

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

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

Le aziende interessate potranno candidarsi a partecipare a un **massimo di 3 missioni all'anno**, ma verrà privilegiata la partecipazione unica al fine di offrire l'opportunità al più ampio numero di partecipanti possibile.

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".

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 possano prefigurarsi interessanti opportunità di business nel mercato locale.

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 gratuiti 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.

Al fine di garantire una realizzazione coerente e accurata di tutte le fasi previste, il processo di selezione dovrà essere concluso almeno 2 mesi prima della missione. Sulla base dell'esperienza della precedente edizione del progetto, è proposta la pubblicazione di due Bandi di selezione: nel mese di Marzo per le missioni che si terranno a Giugno e a Settembre e nel mese di Giugno per le missioni che avranno luogo da Ottobre a Dicembre 2019.

3. Needs Analysis

Per ogni impresa verrà predisposto un **assessment** volto a identificare i bisogni delle aziende, definire la strategia di ingresso nel mercato target e targettizzare le azioni successive.

Le imprese, inoltre, compileranno un **company profile** in lingua inglese, eventualmente tradotto nella lingua di lavoro del mercato target, per presentare i prodotti/servizi dell'azienda e i suoi target.

4. Incontro di preparazione

Le aziende partecipanti alle missioni beneficeranno di un incontro di preparazione sul mercato obiettivo, che avrà luogo circa 1 mese prima della missione, con l'obiettivo di fornire suggerimenti e informazioni pratiche su come operare e strutturare la propria strategia di ingresso nel mercato estero (es. pricing, strumenti di marketing necessari, canali di distribuzione, etc.) e le procedure particolari (es. certificazioni) previste per gli specifici settori/ prodotti delle aziende partecipanti.

5. Matchmaking con le potenziali controparti

Le imprese locali verranno contattate presentando il profilo delle aziende lombarde per verificarne l'interesse ad avviare una collaborazione commerciale e/o tecnica. Qualora necessario, verranno organizzate call tra le aziende lombarde e il partner locale e/o le aziende locali per discutere dettagli e contenuti dell'incontro.

6. Definizione dell'agenda B2B per ogni azienda lombarda con le controparti che abbiano confermato l'interesse.

7. Raccordo con Regione Lombardia per l'agenda della missione e -qualora sia prevista una presenza istituzionale di Regione Lombardia- per l'organizzazione, se possibile, di un incontro con le imprese lombarde durante la missione. Nella scorsa edizione del progetto, questi incontri sono stati percepiti dalle imprese come un valore aggiunto perché hanno dato la possibilità di rappresentare necessità all'Istituzione che ha promosso e sostiene il progetto di supporto all'internazionalizzazione e di presentare gli strumenti e le opportunità offerta da Regione Lombardia.

8. Definizione degli aspetti logistici della missione

Gli incontri B2B saranno organizzati per lo più presso la sede delle aziende locali e, per questa ragione, occorrerà garantire un servizio di transfer e di interpretariato; inoltre, laddove necessario, verranno gestite le richieste di visto per la delegazione. I costi di viaggio e soggiorno verranno sostenuti direttamente dalle aziende lombarde, ma verrà garantito un coordinamento della logistica per

assicurare che lo svolgimento della missione proceda senza intoppi logistici (es. suggerendo un hotel conveniente per la delegazione grazie a convenzioni del partner locale, monitorando i voli prenotati dalle aziende, etc.).

9. Assistenza della delegazione in loco da parte di personale qualificato, al fine di assicurare un coordinamento delle agende, rispondere ai bisogni delle aziende, confrontarsi sugli esiti degli incontri e fornire feedback e soluzioni immediate alle necessità della delegazione.
10. Follow-up fino a 3-4 mesi dalla data di svolgimento della missione con il supporto del partner locale (v. cap. successivo).

Ogni missione potrà seguire orientativamente il seguente **programma**, che verrà adattato a seconda delle esigenze:

1° Giorno	Viaggio - arrivo nel mercato target Briefing degli organizzatori con il partner locale
2° Giorno	Briefing iniziale con le aziende e il partner locale Incontri B2B presso le sedi delle controparti locali, secondo un'agenda individuale di incontri per ciascuna azienda lombarda Debriefing giornaliero con le aziende
3° Giorno	Incontri B2B presso le sedi delle controparti locali, secondo un'agenda individuale di incontri per ciascuna azienda lombarda Debriefing con le aziende Eventuale incontro con i rappresentanti di Regione Lombardia
4° Giorno	Rientro a Milano

Il programma si svolgerà in parallelo e in concomitanza con l'agenda istituzionale definita da Regione Lombardia per la delegazione politico/istituzionale, qualora presente. Eventuali **eventi di networking** per la delegazione, qualora organizzati dalla rappresentanza diplomatica in loco o dai partner locali, potranno essere integrati nel programma quali momenti di networking e messa in contatto con qualificati soggetti locali del mondo economico e/o politico-istituzionale.

In alcuni casi, come per la missione pilota in Israele, le missioni potranno svolgersi in occasione di importanti eventi di rilievo internazionale (es. fiere, business summit, etc...), che potranno massimizzare la visibilità e l'impatto della missione lombarda in loco.



Di seguito uno schema sull'organizzazione e specificità di ogni possibile missione 2019, tenuto conto che di concerto con Regione Lombardia saranno identificati i 5 mercati target, scelti fra i seguenti:

Mercato	Città	Data / Periodo	Settori prioritari / Dettagli
CINA	<i>da definire</i>	secondo semestre 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cosmetica</li> <li>• Edilizia – casa</li> <li>• Meccanica</li> <li>• Prodotti alimentari</li> </ul>
EMIRATI ARABI UNITI	Dubai	Novembre 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costruzioni</li> <li>• Arredo, design</li> <li>• Cosmetica</li> <li>• Prodotti alimentari</li> <li>• Meccanica</li> <li>• Moda</li> </ul>
GIAPPONE	Tokyo	Settembre 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costruzioni</li> <li>• Arredo, design</li> <li>• Cosmetica</li> <li>• Prodotti alimentari</li> <li>• Meccanica</li> <li>• Farmaceutico e medicale</li> <li>• Moda</li> </ul>
ISRAELE	Tel Aviv	24-26 Marzo 2018	<p>La missione avrà luogo in occasione della fiera Med in Israel, cui parteciperà la delegazione di Regione Lombardia.</p> <p>La missione si configura come un'attività pilota, che prevedrà la partecipazione di una delegazione istituzionale e di un gruppo limitato di circa 5 associazioni imprenditoriali, soggetti economici, distretti e imprese lombarde dei settori:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Biotech</li> <li>• Farmaceutico e medicale</li> </ul> <p>Tenuto conto della tipologia di missione e di delegazione, verranno pertanto organizzate prevalentemente attività di networking.</p>
INDIA	New Delhi e/o Mumbai	Ottobre 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costruzioni</li> <li>• Arredo, design</li> <li>• Cosmetica</li> <li>• Prodotti alimentari</li> <li>• Meccanica</li> </ul>
STATI UNITI	<i>da definire</i>	seconda metà di Giugno 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Energia e oil&amp;gas</li> <li>• Farmaceutico, biotech e medicale</li> <li>• Prodotti alimentari</li> <li>• Meccanica</li> <li>• Moda e abbigliamento</li> </ul>

#### Azione 4 - Follow-up alle missioni

A differenza dell'edizione precedente, il progetto prevede la realizzazione di una fase ulteriore rispetto alle missioni, che avrà luogo sino a 3-4 mesi dopo la conclusione di ciascuna missione.

L'assistenza sarà svolta in collaborazione con il partner locale e sarà mirata a:

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

Subito dopo la missione, le aziende lombarde dovranno compilare il form "Richiesta di Follow-up" in cui verranno definiti i loro fabbisogni e aspettative sul follow-up previsto. Sulla base di questo documento verrà definita la strategia da seguire per i 3-4 mesi successivi. Regolari aggiornamenti verranno forniti con cadenza mensile per il tramite del partner locale per verificare lo stato dell'arte delle attività e adottare eventuali correttivi e aggiustamenti.

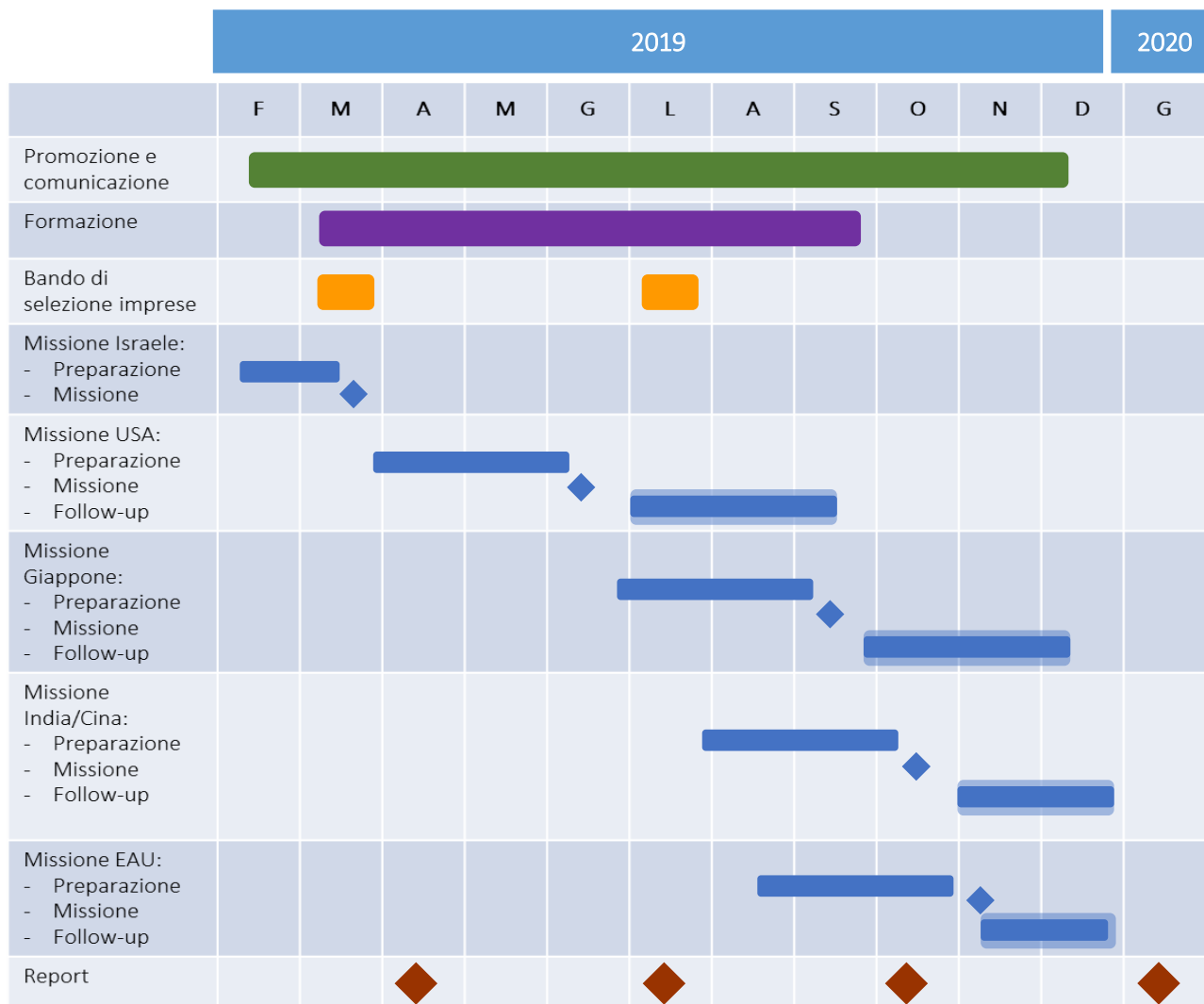
Alla fine del periodo di follow-up, un dettagliato report verrà fornito per il tramite del partner locale e sarà condiviso e discusso con ogni azienda.

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

- a. prima della missione, al termine dell'incontro di preparazione, verrà richiesta alle aziende la compilazione di un evaluation form sulla formazione e assistenza ricevuta;
- b. subito dopo la missione l'evaluation form verrà integrato con la richiesta di feedback sullo svolgimento della missione, sull'assistenza ricevuta e sulla qualità degli incontri avuti;
- c. 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.

## 6. TIMELINE

Le attività saranno strutturate secondo lo schema sotto riportato.



## 7. RISULTATI ATTESI 2019

≈ 400.000 aziende informate sul progetto



≈ 200 aziende coinvolte nel progetto

≈ 60 aziende partecipanti alle missioni



5 corsi di formazione webinar



5 incontri di preparazione alle missioni



5 missioni imprenditoriali



3-4 mesi di follow-up per ogni impresa

## 8. BUDGET PREVISIONALE 2019

Linea di budget e voci di spesa	Importo IVA inclusa
Promozione e comunicazione <i>(organizzazione seminari in Lombardia, trasferte per i seminari, grafica del progetto, realizzazione brochure e materiali informativi, attività promozionali, etc.)</i>	€ 24.000,00
Formazione <i>(docenti, sale per la formazione, attrezzature tecniche per la formazione, definizione programmi, coordinamento docenti, etc.)</i>	€ 12.000,00
Missioni imprenditoriali <i>(organizzazione incontri preparatori, esperti per gli incontri preparatori, pre-fattibilità, organizzazione incontri d'affari B2B, agendamento B2B, organizzazione eventi networking, interpreti, traduzioni, transfer per gli incontri d'affari, sale per gli incontri d'affari, attrezzature tecniche per gli incontri d'affari, trasferte per supportare le aziende in missione, etc.)</i>	€ 235.000,00
Follow-up <i>(consulenza per la gestione del follow-up per ogni azienda, traduzioni, spedizioni, trasferte per incontri in azienda, etc.)</i>	€ 79.000,00
Coordinamento e varie	€ 190.000,00
<b>TOT</b>	<b>€ 540.000,00</b>