



FONDO DI PEREQUAZIONE 2019-2020

INTERNAZIONALIZZAZIONE

1. OBIETTIVI PROGRAMMA

Nell'attuale momento di grave emergenza sanitaria ed economica, il sistema camerale in Italia e nel mondo è più che mai impegnato a sostenere le imprese e i territori per fronteggiare questa difficilissima fase per gli scambi internazionali ed esser pronti a ripartire quando l'emergenza sarà passata.

Una delle sfide principali che sta emergendo - come rilevato da più parti, non da ultimo dalle stesse Camere di commercio italiane e da quelle italiane all'estero - riguarda la necessità sia di definire una nuova offerta di servizi in risposta ai mutati fabbisogni delle nostre PMI, sia di utilizzare in maniera più diffusa le tecnologie digitali per continuare a erogare i servizi di accompagnamento e orientamento all'export, adattandoli alle nuove esigenze delle imprese e dei mercati internazionali.

In quest'ottica, Unioncamere, anche in collaborazione con la società di sistema Promos Italia, ha già favorito l'avvio da parte delle Camere di commercio di un profondo processo di digitalizzazione di tutte le attività di profilazione, diagnostica e affiancamento alla definizione di piani di pre-fattibilità per l'estero. Tale processo andrà rafforzato nel corso dell'anno, al fine di continuare a sviluppare, adattandolo meglio anche alla contingenza, quanto già era in parte previsto nell'ambito delle iniziative congiunte svolte dalle Camere con il progetto di sistema SEI (Sostegno all'Export dell'Italia) per fornire una prima assistenza alla soluzione dei problemi legati al commercio con l'estero in questo periodo.

Al di là degli interventi straordinari a sostegno delle imprese per fronteggiare la crisi pandemica (anche attraverso uno specifico servizio di Contingency Desk per aiutare le nostre aziende a reagire all'emergenza, con aggiornamenti sui principali mercati esteri, sugli accorgimenti nelle attività di export e sulle opportunità di affari da cogliere), le iniziative previste per questa nuova edizione del progetto rispondono a due obiettivi centrali:

1. aumentare il numero delle imprese esportatrici e far crescere il volume dell'export italiano, specie nel comparto dei servizi (al di fuori del commercio e del turismo). A tal riguardo, si intende investire nel rafforzamento della rete di presidio attivo sui territori rappresentata dalle Camere di commercio, attraverso sempre più diffusi interventi "porta a porta" rivolti alle PMI potenziali ed occasionali esportatrici, sia quelle già individuate e profilate, sia quelle che, anche a seguito di precedenti iniziative camerale (in primo luogo quelle previste nell'ambito della prima edizione del Progetto SEI), hanno avviato un percorso di presenza all'estero;

2. accompagnare le nostre imprese a vendere all'estero anche attraverso le piattaforme digitali. Oltre alla formazione e all'assistenza al corretto posizionamento sulle piattaforme digitali, gli interventi punteranno - più in generale - ad aumentare la consapevolezza delle imprese sui vantaggi del digitale e a innalzare le loro competenze. A tal riguardo, verrà curata, in particolare, una integrazione con i servizi offerti attraverso i PID (Punti Impresa Digitale) a oltre 200mila imprese che nell'ultimo triennio si sono rivolte alle Camere per un accompagnamento all'utilizzo degli strumenti della digitalizzazione.

Attività a livello locale che realizzerà Unioncamere Sicilia

1. Scouting territoriale

Ridefinizione delle aziende target del Progetto SEI (attraverso la sistematizzazione dei contatti già sviluppati nelle precedenti edizioni, con indicazione puntuale del relativo esito) e, al contempo, individuazione e profilazione (attraverso una vera e propria azione di scouting) delle nuove imprese da aggregare al Progetto SEI (coinvolgendo sempre più i settori ad alto contenuto tecnologico e sfruttando le potenzialità dei servizi, soprattutto il mondo della creatività, della cultura, dell'economia circolare, delle tecnologie ambientali e della transizione ecologica, ecc.), in modo da avviare o rafforzare la loro presenza sui mercati esteri. Anche in questo caso si proporranno strumenti e specifici percorsi di internazionalizzazione. Sulla base dell'esperienza delle precedenti annualità, tale attività verrà portata avanti dalle singole Camere di commercio con gli strumenti a loro disposizione (Registro imprese, CRM e altre banche dati) e tenuto conto delle altre iniziative in essere (in primo luogo, quelle facenti riferimento ai PID), incrociando i dati attualmente disponibili delle imprese attive sui mercati esteri.

2. Iniziative di assessment, orientamento e prima assistenza alle imprese

A seguito delle azioni di scouting mirato, le Camere proporranno specifiche azioni volte alla individuazione dei mercati potenzialmente più adatti ai profili delle proprie imprese target. Tra queste:

- confronto operativo con le imprese (attraverso attività "porta a porta" - in presenza o a distanza - o per gruppi ristretti) per una prima valutazione dei vincoli, dei fabbisogni, degli orientamenti e delle potenzialità di proiezione all'estero;
- analisi dell'interscambio relativo ai principali target delle imprese individuate, per tipologia di prodotto (attraverso la strumentazione messa a disposizione da Unioncamere) e con evidenziazione dei potenziali Paesi di interesse;
- scambio di best practice - anche di altri territori - che abbiano già sviluppato competenze ed esperienze specifiche (con riferimento ad un settore merceologico o a un paese di destinazione).

Sulla base delle competenze e delle strumentazioni fornite nelle precedenti edizioni del Progetto SEI, gli Export Promoter camerali svilupperanno attività di orientamento/sensibilizzazione/formazione delle imprese, valutazione dell'interesse e delle effettive capacità/potenzialità di presenza all'estero (assessment), così da impostare programmi di intervento specifici tenuto conto anche delle strategie di promozione internazionale e assistenza alle aziende già definite da parte delle CCIAA. Ulteriori attività potranno essere previste a sostegno delle imprese intenzionate ad ampliare gli sbocchi di mercato, con attenzione alle funzioni dei diversi attori del sistema pubblico per la promozione all'estero (ICE, SIMEST, SACE) oltre che CCIE.

3. Assistenza alle imprese per l'utilizzo dei servizi finalizzati ad avviare o rafforzare la presenza all'estero

Definizione e realizzazione di percorsi ed iniziative dedicate per le imprese che hanno traguardato con successo le operazioni di export check-up e di prima assistenza (azioni "su misura" per le aziende) di cui al punto precedente.

Per tutte le imprese coinvolte (e, in particolare, per quelle già oggetto di assessment e orientamento in occasione delle precedenti edizioni del Progetto SEI), è prevista la predisposizione di piani di "export kick-off" contenenti:

- un'analisi per la selezione dei mercati con maggiore potenziale per il prodotto di riferimento;
- un'analisi per l'individuazione dei canali di distribuzione ideali per i mercati prescelti;
- un'analisi di dettaglio sulla concorrenza nazionale ed estera di riferimento;
- una prima analisi di posizionamento dell'azienda rispetto ai concorrenti di riferimento;
- l'elaborazione di una strategia;
- un piano d'azione.

Tenuto conto degli esiti delle attività svolte, la CCIAA potrà proporre alle aziende target specifici format di servizi di accompagnamento all'estero per azioni comuni a più imprese (nel caso, ad esempio, delle iniziative finalizzate a irrobustire le Catene Globali del Valore nel manifatturiero, individuando e mettendo in contatto domanda e offerta di beni intermedi, anche all'interno dei Paesi europei) o anche, attraverso il supporto di Unioncamere, a più CCIAA.

4. Diffusione degli strumenti digitali per l'export e per aumentare la presenza delle PMI sui canali di vendita online

Orientamento e accompagnamento delle aziende alla realizzazione di attività di percorsi di B2B virtuali con operatori internazionali, anche affiancate a iniziative di informazione/formazione mirata (webinar) - ad es. anche sviluppando la conoscenza delle opportunità offerte dall'utilizzo dell'e-commerce e dei principali relativi marketplace e piattaforme internazionali, la conoscenza delle modalità di accesso e di fruizione delle opportunità offerte dai tender e dalle gare internazionali, etc. - e seguite da attività di follow-up. Valorizzando le opportunità offerte dalle tecnologie digitali, la CCIAA individuerà, inoltre, nuovi servizi e/o ottimizzando quanto già programmato a livello locale, regionale e nazionale (anche con riferimento a un servizio di mentoring, per valorizzare e ampliare il network di esperti e professionisti italiani all'estero da mettere a disposizione - a titolo completamente gratuito - delle imprese grazie alle CCIE), tenuto conto al contempo delle modalità organizzative di collaborazione con i diversi attori del sistema pubblico per la promozione all'estero (ICE, SIMEST, SACE), oltre che CCIE.

Tale fase del progetto può, tra l'altro, prevedere la disponibilità in Camera di commercio di uno o più "Manager dell'internazionalizzazione", in grado di offrire un'assistenza personalizzata alle PMI per impostare azioni di marketing e far crescere il fatturato sull'estero, anche in questo caso utilizzando la leva del digitale.

5. Promozione e comunicazione

Attività di comunicazione sugli obiettivi attesi a livello territoriale rivolte alla realtà imprenditoriale e al mondo economico ed istituzionale locale. Si intende, inoltre, sostenere la realizzazione di seminari e webinar a livello territoriale al fine di promuovere l'integrazione fra i servizi offerti dal sistema camerale e le attività del sistema pubblico per la promozione dei rapporti economici e commerciali italiani con l'estero. A conclusione del progetto, potrà essere inoltre previsto un evento di presentazione dei risultati.