



RAPPORTO SUI PROGRAMMI REALIZZATI NELL'ANNO 2020

approvata dal Consiglio di Amministrazione del 31 marzo 2021

Ad integrazione del *Rapporto sui programmi realizzati nel primo semestre 2020*, approvato dal Consiglio di Amministrazione del 31 luglio 2021 ai sensi dell'articolo 25 dello Statuto, si riporta di seguito una **sintesi delle principali attività svolte nel periodo Gennaio-Dicembre 2020**.

In primo luogo, si pone in evidenza che, come noto, **l'emergenza sanitaria correlata al COVID-19** e le conseguenti disposizioni assunte dalle Autorità nazionali ed amministrazioni locali sull'intero territorio nazionale, oltre che gli analoghi provvedimenti introdotti da parte delle Autorità dei Governi esteri su scala globale, hanno avuto un **forte impatto rispetto al programma di attività originariamente previsto e condiviso** in fase di approvazione del budget 2020.

A tale riguardo, da parte di Promos Italia sono stati condotti **interventi urgenti ed immediati** con le seguenti finalità:

- 1) **garantire la messa in sicurezza del programma di attività 2020**. Ciò è avvenuto mediante l'introduzione di **modalità e soluzioni operative alternative e compatibili** rispetto le misure di sicurezza e limitazioni imposte a livello governativo e locale a seguito della crisi sanitaria. Questo approccio è stato sviluppato nell'ottica di rendere le attività **sostenibili e durevoli** anche nel periodo di post crisi sanitaria, secondo una visione di medio-lungo termine. A tale riguardo, si segnalano la **realizzazione da remoto** dei principali servizi di informazione, comunicazione, formazione ed assistenza alle imprese: **organizzazione di webinar informativi e formativi, consulenze svolte in remoto**. Al contempo, è stata realizzata una **piattaforma tecnologica avanzata per l'organizzazione di B2B virtuali** tra imprese italiane ed estere;
- 2) **tutelare le relazioni con le istituzioni internazionali** e con i principali **Enti ed istituzioni a livello locale**. Il riferimento è in particolare alle Amministrazioni

regionali e locali, soprattutto in virtù degli impegni assunti nel quadro di **programmi pluriennali di attività e servizi alle imprese**, da svolgere, senza soluzione di continuità, nel corso del 2020. Quanto indicato ha riguardato la partecipazione di Promos Italia, per il tramite dei soci di Ravenna e Udine, al **programma "Enterprise Europe Network" - EEN**, co-finanziato dalla Commissione Europea, oltre che i **programmi pluriennali svolti in collaborazione con Regione Lombardia** ed altri partner camerali lombardi: **"InBuyer 2020 – L'export nella tua Città"**; programma **"Outgoing 2020 - Percorsi di accompagnamento in mercati strategici per il sistema economico lombardo"** e **"Programma AttrACT/Invest in Lombardy"** finalizzato all'attrattività del territorio lombardo;

- 3) **tutelare il rapporto privilegiato di Promos Italia con le imprese.** Grazie a un rapporto diretto e fiduciario è stato possibile garantire **orientamento e assistenza** anche in una fase **complessa dell'economia globale e dei singoli mercati esteri** a seguito della crisi sanitaria ed economica. A tale riguardo, tra gli altri interventi condotti, si segnala, nel quadro del programma pluriennale **"Sostegno all'Export dell'Italia" – SEI** condotto da Promos Italia per conto di Unioncamere nazionale, l'avvio, sin dai primi mesi della crisi sanitaria, dell'**"Helpdesk Emergenza Covid"**, finalizzato a fornire supporto alle Camere di Commercio italiane e alle loro aziende, in entrambe le fasi di emergenza e post-emergenza Covid;
- 4) **rafforzare e sviluppare ulteriormente la rete di partenariato internazionale** di Promos Italia con i principali player pubblici e privati con sede presso i mercati esteri. In particolare, le **Camere di Commercio Italiane all'Estero (CCIE)**, anche per il tramite di **Assocamerestero**, le **Camere di Commercio italo-miste**, le Autorità governative locali, oltre alla rete diplomatica del MAECI e le sedi estere di ICE Agenzia.

In aggiunta a quanto sopra indicato, l'attività condotta nel corso del 2020 è stata finalizzata ad una rapida ed efficace erogazione dei cosiddetti **"Servizi Consortili Generali" (SCG)** a favore dei soci che progressivamente hanno aderito alla consortile, all'affermazione del **ruolo di Promos Italia quale interlocutore e partner privilegiato per il sistema camerale italiano** e all'elaborazione ed avvio di

programmi di servizi di internazionalizzazione per le imprese italiane. Tale scopo è stato perseguito, di concerto con le Camere interessate, anche attraverso il **ricorso a nuove linee di finanziamento disponibili**, in primis la **misura del 20% dedicata all'internazionalizzazione**, con avvio dell'erogazione da parte di Promos Italia dei relativi servizi a favore delle imprese nel corso del 2020.

Inoltre, è importante sottolineare che, a seguito delle condizioni operative determinate a livello aziendale dalla crisi sanitaria e conseguente accesso parziale alle sedi, nel corso del 2020 particolare attenzione è stata dedicata al **potenziamento delle competenze tecnico-operative del personale di Promos Italia**, mediante **formazione interna, capacity building & knowledge sharing**. Ciò è avvenuto beneficiando di best practice, dell'adozione di nuove metodologie e di strumenti operativi tecnologici innovativi, principalmente nei settori di: **assistenza alle imprese** (check up online ed export plan), **export digitale** e **attrattività**.

Nel corso del secondo semestre, allo scopo di garantire un'offerta di servizi alle imprese dei vari territori afferenti alle Camere socie, rispondendo a specifica istanza dei soci, è stato messo a punto un **pacchetto di attività da realizzare nel periodo della contingenza pandemica definito "Pacchetto ripresa"**. Si è trattato di attività compatibili e sostenibili rispetto sia alle inedite e straordinarie condizioni operative che hanno caratterizzato la fase di emergenza, sia della fase di post emergenza. La proposta ha incluso **attività trasversali** per poter fornire ai soci gli strumenti con cui dare risposte alle imprese dei propri territori (aggiuntivi o accessori rispetto a quelli già identificati ed approvati in fase di budget annuale). Il cosiddetto **"Pacchetto Ripresa"** è stato quindi creato quale strumento per fronteggiare la contingenza e continuare a garantire un'offerta di servizi alle imprese dei vari territori afferenti alle Camere socie. Si è dunque trattato di un programma di servizi e attività costruito con la consapevolezza che nuovi paradigmi si stavano affermando e che l'**innovazione - di approccio, di metodo e di strumenti** - avrebbe caratterizzato il prossimo futuro. Il "Pacchetto Ripresa" ha rappresentato **una novità** sulle commesse tra Socio e Consortile ed è stato il **primo progetto articolato interamente sviluppato secondo la nuova struttura organizzativa**, presentato in occasione del CDA e dell'Assemblea dei Soci del 25 maggio 2020. Una struttura

basata su una logica a matrice, caratterizzata da elementi di flessibilità che ben si è prestata alla gestione dei picchi di attività registrati nel corso di un anno che, per molteplici motivi, si è rivelato eccezionale. Il “Pacchetto Ripresa” ha infatti previsto **un’offerta articolata su differenti servizi, a fruizione singola e collettiva**, richiamati anche nel prosieguo della nota.

In linea con i sei pilastri individuati dalla Cabina di Regia per il rilancio del Made in Italy, tutti gli interventi realizzati sono stati condotti in maniera coerente per promuovere la **crescita delle competenze e conoscenze delle imprese** tramite servizi di formazione, informazione e prima assistenza, una **promozione integrata** e una **comunicazione organica**, la promozione dell'**export digitale**, nonché la proposta di **percorsi di B2B virtuali** e opportunità di matching per le imprese, quale parte delle attività di cui al supporto del sistema fieristico, come sotto dettagliato:

a) Informazione, prima assistenza ed orientamento

Facendo ricorso alle **tecnologie digitali**, le iniziative seminariali in presenza sono state riconvertite in attività svolte con modalità da remoto. L'attività di informazione, di prima assistenza e orientamento è stata significativamente intensificata, con la realizzazione di **87 webinar informativi con n. 14.733 aziende iscritte, provenienti da tutti i territori di cui Promos Italia è espressione, e n. 10.028 partecipanti effettivi**. I webinar hanno avuto come oggetto sia tematiche trasversali ed attinenti all'operatività estera delle imprese che tematiche relative all'export digitale. Infine, in aggiunta a webinar di carattere formativo (v. sotto), ulteriori **n. 136 webinar informativi** sono stati svolti in collaborazione con le Camere di Commercio Italiane all'estero nel quadro del già citato **“Helpdesk Emergenza Covid”**.

Inoltre, in questo quadro si colloca l'adesione ai **Roadshow sul Patto per l'export**, in raccordo con Unioncamere e i soci di Promos Italia, supportando i territori nell'organizzazione e promozione degli eventi.

b) Formazione

Nel corso del 2020, sono state realizzate **attività formative online destinate sia ai funzionari camerali che alle imprese**, soprattutto nel quadro del già citato progetto SEI, tra cui **n. 142 webinar formativi** di approfondimento sulle principali tematiche dell'internazionalizzazione con la partecipazione di **oltre n. 100 funzionari camerali** e più di **n. 2.500 aziende italiane**. Inoltre, sono state realizzate la **I e II edizione dello "Short Master on line" di NIBI**, il percorso specialistico dedicato all'approfondimento dei principali temi per comprendere e gestire i processi di internazionalizzazione di una PMI italiana. I due percorsi, svolti in modalità on line, per n. 104 ore di formazione executive, ha visto il coinvolgimento di **n. 18 Camere di Commercio italiane aderenti** e la partecipazione **di oltre n. 300 imprese**.

c) Export digitale

Promos Italia, come da input governativo, ha focalizzato l'attenzione ed investito considerevolmente sulle politiche per l'**export digitale**. Questo in virtù della consapevolezza che gli strumenti di export digitale possano essere un efficace complemento alle tradizionali modalità di supporto all'export. Le limitazioni e barriere imposte dalla crisi sanitaria hanno accelerato la necessità di ricorrere a **metodologie di intervento innovative e da remoto** per consolidare le connessioni con i mercati esteri e l'impegno sull'export digitale è diventato sempre più strategico.

Lo sviluppo e l'implementazione di **Digit Export**, quale piattaforma di riferimento nazionale sui temi relativi all'export digitale, sono stati funzionali a questo obiettivo. È stato sviluppato **Digit expert**, il servizio di prima assistenza virtuale che permette alle aziende, attraverso la registrazione al **sito web www.digitexport.it**, di accedere a una rete di esperti e ricevere un primo orientamento con un appuntamento gratuito di 30 minuti sui diversi temi relativi all'export digitale. Nel contempo, è stato completato e reso disponibile sul portale il **modello di assessment della propensione dell'export digitale (Digit Test)**, in collaborazione con l'Osservatorio export digitale del Politecnico di Milano.

A uno step di approfondimento successivo, nell'ambito del Pacchetto Ripresa, alle aziende dei soci sono stati proposti dei percorsi specifici di accompagnamento all'estero nell'ambito del digitale. I servizi digitali sono pensati per soddisfare la

richiesta delle aziende in tema di conoscenza e supporto sulle opportunità offerte dal mondo digital. Nel corso del 2020 sono stati maggiormente indirizzati per fornire alle aziende, che hanno totalizzato n. 327 partecipazioni alle attività, una più ampia consapevolezza degli strumenti digitali e l'opportunità di beneficiare di nuove ed innovative soluzioni per il loro business internazionale. Le proposte digital sono state strutturate nelle seguenti attività: LinkedIn pro business, Ozon, social commerce, progetto Canada Russia ed Amazon UE.

d) Programmi di internazionalizzazione e di accompagnamento all'estero

Anche nel corso del secondo semestre 2020, sono proseguite, in modalità da remoto, le attività del già citato Progetto SEI – “Sostegno all'Export dell'Italia”, il programma pluriennale avviato nel 2018, a valere sul Fondo di Perequazione, con il **coinvolgimento di n. 77 Camere di Commercio italiane**. Oltre alle già citate attività di formazione (v. sopra), è stato realizzato da Promos Italia un articolato **programma di servizi di assessment in remoto** (n. 1270 export check-up ed export plan) e **accompagnamento sui mercati esteri**, rivolto alle **oltre n. 3.300 aziende italiane** aderenti al programma.

Inoltre, l'”**Helpdesk Emergenza Covid**” ha garantito **assistenza ad oltre n. 120 aziende**, con approfondimenti rispetto questioni di natura doganale, contrattuale e fiscale e fornendo informazioni aggiornate sui cambiamenti in atto in **n. 45 mercati esteri**, attraverso **n. 236 schede informative** e la realizzazione di **n. 136 webinar**, svolti in collaborazione con Assocamerestero e le CCIE.

Inoltre, nel secondo semestre 2020, sono stati implementati **quattro progetti di accompagnamento delle PMI italiane in mercati strategici per l'export italiano**:

- a) la **III edizione del Progetto Outgoing** - Percorsi di accompagnamento in mercati strategici, promossa da Regione Lombardia e Unioncamere Lombardia, è stata rimodulata per supportare in maniera efficace nonostante la contingenza l'internazionalizzazione delle PMI lombarde in cinque mercati strategici per l'export lombardo (**Canada, Cina, India, Regno Unito, Russia**). Il progetto ha visto il coinvolgimento di **n. 186 aziende lombarde** in attività di orientamento, preparazione, ricerche partner e matching, incontri B2B virtuali e follow-up. Complessivamente sono stati realizzati n. 677

incontri d'affari, di cui **oltre il 70% promettente ai fini di un accordo commerciale** e con **5 accordi subito conclusi** fra le aziende. Il progetto è stato realizzato con il supporto di **ICE Agenzia** e delle **CCIE**.

- b) nel 2° semestre è stato ideato e realizzato un nuovo programma di supporto alle imprese del settore agroalimentare e vinicolo nei **9 mercati europei più promettenti** per l'export italiano. Il **Progetto EUMatch** ha visto la partecipazione di **n. 225 aziende italiane** e l'adesione di **n. 24 Camere di Commercio italiane** ed è stato realizzato con il supporto di **ICE Agenzia** e le **CCIE**. L'iniziativa ha consentito di preparare aziende con limitata esperienza ad avviare un'attività di export e far cogliere le opportunità di collaborazione con operatori qualificati grazie a oltre **n. 550 incontri b2b virtuali**, di cui il **98% con prospettive di sviluppo commerciale** e già una **decina di incontri firmati**.
- c) **Il progetto InBuyer**, rivolto alle piccole e medie imprese di vari settori tra i quali: alimentare, moda, arredo, cosmetica, beni strumentali, subfornitura, edilizia, forniture navali, turismo, ecc. si è confermato un progetto strategico per favorire il **business matching tra imprenditori italiani e buyers internazionali**. Nel corso di **n. 22 sessioni** di b2b settoriali, tramite la specifica piattaforma sviluppata da Promos Italia, sono stati realizzati **n. 2.677 incontri** che hanno coinvolto **n. 1.149 aziende italiane** e **n. 297 buyer internazionali** provenienti da **n. 34 paesi** per un totale di oltre **n. 7.000 interazioni** tra buyer e seller.
- d) specificamente nell'ambito del Pacchetto Ripresa, **MatchIt Extra Ue** ha proposto alle aziende dei soci un percorso di accompagnamento su **mercati extra-europei** al fine di esplorare nuove aree o consolidare mercati già avviati, con la ricerca puntuale di controparti selezionate. I mercati selezionati, sulla base di esigenze emerse in fase di confronto con i soci coinvolti, sono stati: Serbia in ambito europeo, Messico e Texas nell'area centroamericana. Nel complessivo del progetto, 30 servizi sono stati resi nei 3 Paesi con 104 incontri b2b realizzati, per il 97% sono stati valutati positivamente.

e) Progettazione internazionale ed europea

Al contempo, è proseguita l'**attività di progettazione internazionale e comunitaria** mediante l'implementazione degli interventi pluriennali previsti in collaborazione con altri partner pubblici territoriali ed il co-finanziamento della Commissione Europea nel quadro dell'adesione di Promos Italia, per il tramite dei soci di Ravenna e Pordenone-Udine, al programma **Enterprise Europe Network – EEN**. Così come l'attività legata ad altre progettualità come il "**Progetto Ready2Net**". Inoltre, sono ripartite le attività del network di **Banca Mondiale Private Sector Liaison Officers (PSLO)** cui Promos Italia aderisce, contestualmente all'istruzione della **candidatura di Promos Italia** e di alcune Camere socie **nel quadro dei principali programmi comunitari rivolti alle Business Support Organisations (BSO)** di cui Promos Italia è espressione. Nel secondo semestre 2020, Promos Italia ha ottenuto l'**aggiudicazione di importanti progetti**: l'*Erasmus for Young Entrepreneurs (EYE) Global* e il progetto Mentor 2 nel quadro del "*MPF Mobility Partnership Facility*" con il Comune di Milano. Ha inoltre supportato il socio Camera di Pordenone-Udine nella presentazione con successo della candidatura come leader sul settore vino per il programma "*EU4Business Connecting Companies*".

f) Attrattività

Il "Programma AttrACT/Invest in Lombardy" si è ulteriormente consolidato, rappresentando di fatto il principale supporto istituzionale **all'attrattività degli investimenti diretti esteri** in Lombardia, grazie ad un lavoro volto a rafforzare e **promuovere l'offerta attrattiva** e ad intercettare e accompagnare la domanda di **progetti di investimento** sul territorio. Sono state così assistite direttamente un totale di 95 aziende. Inoltre, si segnala che in Lombardia, nel 2020, sono stati annunciati 61 progetti generati da IDE.

Il progetto Attrattività Milano, avviato nel corso del 2020 a favore del socio camerale, ha visto l'**avvio di molteplici attività** quali la Market Intelligence, la Lead Generation (generando un totale di 13 lead e 4 engagement), la creazione di una Value Proposition settoriale (Life science e Fintech), oltre ad avviare un **percorso di assistenza agli investitori** in ottica di soft landing, partecipare ad eventi del settore e creare una solida rete di partnership con gli stakeholder del territorio. Partendo dal modello Milano, nell'ambito del **Progetto Attrattività Italia**, i territori interessati

dalle attività sono stati quelli delle Camere socie di Pordenone-Udine, Genova, Modena, Ravenna, Salerno e Caserta, per le quali sono state portate a termine **analisi degli ecosistemi territoriali** e valorizzati i punti di forza dei territori tramite canali di **comunicazione** dedicati, oltre a produrre **dossier** sulle imprese estere, con **mappatura** degli operatori presenti sui territori coinvolti nel progetto.