

## **RAPPORTO SUI PROGRAMMI REALIZZATI NEL PRIMO SEMESTRE 2021**

*approvato dal Consiglio di Amministrazione nella riunione del 5 luglio 2021*

Le attività del primo semestre 2021, così come individuate dal Documento di programmazione, sono state realizzate in coerenza con gli obiettivi del Piano triennale 2021-2023 di cui si riportano le principali linee strategiche:

- far riconoscere il **RUOLO DI PROMOS ITALIA quale AGENZIA NAZIONALE PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE E LA PROMOZIONE DELL'ATTRATTIVITA' DEI TERRITORI**, sia da parte del sistema camerale che dagli stakeholder del Governo centrale e delle Regioni;
- sostenere un modello di business orientato al rafforzamento delle attività di internazionalizzazione dei propri Soci attraverso un'offerta di servizi: **COERENTE - INNOVATIVA – EFFICACE – SOSTENIBILE**;
- sviluppare **QUOTE DI FATTURATO RIVOLTE AL MERCATO**, privilegiando soggetti del **SISTEMA CAMERALE e REGIONI**, nel quadro di programmi articolati e pluriennali di intervento, e facendo leva sui programmi e strumenti della politica commerciale dell'**UNIONE EUROPEA**;
- rafforzare il **NETWORK GLOBALE E LA PIATTAFORMA DI ALLEANZE**, focalizzando le attività su **SELEZIONATI MERCATI STRATEGICI**, per il tramite di presidi continuativi, con una visione di medio-lungo termine, evitando iniziative isolate;
- consolidare il **RUOLO DI PROMOS ITALIA QUALE GATEWAY** per le attività di proiezione ed ingresso in Italia promosse dai partner esteri a favore dei rispettivi sistemi economici ed imprenditoriali.

Ciò premesso, si riporta, di seguito, una sintesi delle principali attività svolte nel periodo **Gennaio – Giugno 2021**.

### **LE LINEE DI ATTIVITA'**

Le linee di attività sono suddivise, come prevede il Regolamento della Società, in:

- Servizi consortili generali;
- Servizi consortili specifici.

---

## SERVIZI CONSORTILI GENERALI

---

Promos Italia assicura ai consorziati una serie di Servizi consortili generali che possono essere riassunti nelle seguenti attività:

### ➤ *PROGRAMMAZIONE E SVILUPPO*

Nel corso del primo semestre 2021, l'attività di Programmazione e Sviluppo si è concentrata nell'identificare azioni operative per dare attuazione a quanto previsto dal Piano Triennale 2021-2023 approvato, dagli organi societari a fine 2021, e che individua **4 pilastri** che rappresentano le fondamenta della strategia di intervento di Promos Italia nel prossimo triennio: 1) **territorio**: rafforzamento del legame con i soci e con le imprese del territorio; 2) **network globale**: rafforzare il network e presidiare i mercati esteri; 3) **digitale**: progettare servizi innovativi e coerenti con i cambiamenti in corso; 4) **servizi alle imprese**: offrire servizi di reale supporto ai processi di internazionalizzazione delle imprese e attrattività dei territori.

Il Piano Triennale è stato presentato a tutti i dipendenti il 24 marzo 2021 nel corso di un incontro che è stata anche l'occasione per una riflessione sulla mission di Promos Italia e sui suoi valori.

In particolare, nel quadro di quanto previsto dal Piano Triennale e in un contesto economico globale in continua evoluzione e profonda trasformazione, anche a seguito dell'impatto della crisi sanitaria da COVID-19, si è condiviso di ritenere prioritario disporre di una struttura operativa a rete e di un radicamento e presidio presso i mercati strategici al fine di garantire la proiezione in loco del sistema economico ed imprenditoriale italiano, così come l'attrazione degli investimenti esteri presso il territorio nazionale, nel quadro di programmi articolati di intervento pluriennali in materia di assistenza alle imprese italiane ed estere. Per tale ragione, è stato avviato nel mese di maggio 2021 un **lavoro di analisi sui mercati esteri strategici** insieme a una mappatura dei Paesi in cui prioritariamente si concentrano le azioni di Promos Italia. L'analisi porterà a individuare una lista di mercati prioritari secondo un indice macroeconomico realizzato da Promos Italia e una roadmap delle azioni da condurre per il **rafforzamento e consolidamento del network globale**.

### ➤ *COMUNICAZIONE E PROMOZIONE*

Nel primo semestre 2021, l'attività relativa alla **comunicazione** ha avuto l'obiettivo principale di:

- posizionare Promos Italia e il sistema camerale quali interlocutori di riferimento sui territori per il supporto all'internazionalizzazione delle imprese, attraverso la creazione e l'utilizzo di una

comunicazione moderna declinata sui principali canali quali sito internet, social network e newsletter aziendale;

- garantire a tutte le camere socie strumenti e informazioni per realizzare una comunicazione sui temi dell'internazionalizzazione ancora più autorevole e approfondita;
- intercettare le esigenze delle imprese e comunicare in modo chiaro e innovativo la proposta che Promos Italia offre per rispondere a tali esigenze;
- aumentare il numero di visitatori al sito, gli iscritti ai profili social e alla newsletter per promuovere le attività aziendali e favorire la call to action;
- favorire l'aumento del bacino di potenziali clienti di Promos Italia, veicolare informazioni utili alle aziende per avviare o potenziare attività di export tradizionale e digitale.

#### Alcuni Dati

##### *Sito Promos Italia:*

- Utenti sito Promos Italia 1° gennaio 2021 – 24 giugno 2021: 37.745
- Visualizzazioni pagine: 1° gennaio 2021 – 24 giugno 2021: 151.622
- Sezioni più visitate: webinar, iniziative e news, chi siamo
- Iscritti a sezione webinar on demand 1° gennaio 2021 – 24 giugno 2021: 43

##### *Social:*

- Pagina LinkedIn Promos Italia: 4754 follower - aggiornamento quotidiano
- Pagina Vetrina DigIT Export: 123 follower - aggiornamento quotidiano
- Account Twitter Promos Italia: 2247- aggiornamento quotidiano
- Canale YouTube: 4053 visualizzazioni - aggiornamento periodico

##### *Newsletter aziendale*

Sono state effettuate riunioni con i referenti dei singoli soci, al fine di comprendere le esigenze di ogni territorio e predisporre una versione della newsletter personalizzata per ciascun socio.

Dati: **newsletter inviate a circa 30.000 utenti**

##### *Ufficio stampa*

Da gennaio a giugno sono stati redatti **12 comunicati stampa** inviati ad un database di **oltre 3000 contatti** tra media locali e nazionali.

##### *Strumenti di comunicazione*

Progettazione di un video istituzionale con l'obiettivo di far conoscere Promos Italia, la sua mission e i servizi a disposizione delle imprese con un linguaggio e una grafica moderni.

## Promozione

**Il piano promozione** per il primo semestre del 2021 ha previsto l'invio di un totale di 78 DEM Marketing al fine di promuovere eventi, progetti e webinar previsti dall'offerta annuale di Promos Italia. L'attività di promozione è stata centralizzata: la maggior parte delle DEM viene inviata direttamente attraverso il CRM Promos Italia, consentendo un monitoraggio delle redemption costante e aggiornato. L'attività prevede sia un'attività trasversale di supporto alle attività di tutti i soci, sia un'attività targettizzata per territorio e per settore merceologico a seconda delle necessità legate ai singoli progetti e attività.

È stata inoltre svolta un'attività di supporto alle camere socie in relazione alla creazione di layout per mail promozionali e invio di DEM relative ai vari progetti previsti per il primo semestre del 2021

La tabella seguente riassume per macroaree le redemption ottenute:

<i>Iniziativa</i>	Opened	Clicked
ATTRAZIONE		
INVESTIMENTI	2578	98
DIGITEXPORT PID	27841	2333
EEN	2945	274
INBUYER	8251	1089
NIBI	40193	2846
PRIMA ASSISTENZA	40638	3428
SERVIZI COLLETTIVI	4957	585
SERVIZI DIGITALI	8084	1487
SERVIZI INDIVIDUALI	2316	178
<b>Totale generale</b>	<b>137803</b>	<b>12318</b>

L'attività promozionale corporate nel suo complesso ha generato **circa 2000** tra iscrizioni e manifestazioni d'interesse ai diversi servizi, esclusi i webinar.

Da gennaio, in coordinamento con il socio di Milano Monza Brianza e Lodi tramite la Newsletter quindicinale camerale sono state promosse tre attività al mese, raggiungendo indicativamente

**60.000 imprese** del territorio per invio. Sempre per questo primo semestre è proseguito il coordinamento con Lombardia Point che tramite due invii al mese ha promosso le iniziative previste dall'accordo quadro di programma (Bandi, Inbuyer e Obiettivo Estero) raggiungendo un bacino di circa 6000 utenti sul territorio della Lombardia.

Infine, Promos Italia ha supportato la Camera di Commercio di Cosenza attraverso la creazione di un profilo dedicato all'interno del proprio CRM aziendale e condividendo la propria metodologia, con l'obiettivo di consentire al socio di gestire i rapporti con le imprese del territorio attraverso iniziative, iscrizioni, raccolta di manifestazioni di interesse e interazioni con le aziende che deriveranno dalle azioni promozionali.

#### *CRM Database*

Il database del CRM nei primi mesi del 2021 si è arricchito con **2.860 nuove aziende iscritte**, raggiungendo un totale complessivo di circa **36.950 contatti**.

Sono stati forniti all'ufficio legale gli elementi per la revisione e l'aggiornamento della privacy policy del sito e dei cookies in modo da adeguare tutte le attività alla normativa corrente ed è stata svolta un'attività di analisi di tutti i contatti presenti nel CRM Promos Italia.

È stato sviluppato un nuovo modulo SW per abilitare un nuovo flusso di lavoro che permette l'iscrizione nel CRM anche delle iniziative che necessitano l'utilizzo di una piattaforma terza (es. Gotowebinar).

È stato, infine, avviato il progetto di costruzione del nuovo CRM Dynamics un progetto con un orizzonte temporale di 2 anni che ha come obiettivo l'implementazione di un sistema CRM integrato quale strumento per ottimizzare la profilazione degli utenti e la promozione.

#### ➤ *INFORMAZIONE, PRIMO ORIENTAMENTO, ASSISTENZA, FORMAZIONE*

Nel primo semestre 2021, Promos Italia ha svolto un'importante attività di informazione e primo orientamento alle aziende attraverso attività editoriali e attività informativa quali webinar e incontri con gli esperti.

### *Mglobale.it*

Nei primi sei mesi dell'anno è stato messo a disposizione di tutti i soci il portale mglobale.it, al fine di fornire alle aziende dei vari territori aggiornamenti quotidiani sui principali temi relativi all'import-export. Mglobale.it si è confermato negli anni il punto di riferimento online sull'internazionalizzazione (nel 2020 più di 515.000 utenti hanno visualizzato più di 812.000 pagine del sito).

#### Dati

- Utenti sito mglobale.it 1° gennaio 2021 – 24 giugno 2021: 374.856
- Visualizzazioni pagine mglobale.it: 1° gennaio 2021 – 24 giugno 2021: 588.183
- Sezioni più visitate: dogane, fiscalità, analisi di mercato, contrattualistica
- Articoli pubblicati: 90

### *Webinar informativi su export tradizionale ed export digitale*

Nell'ambito dell'attività di informazione e prima assistenza è stato realizzato un fitto programma di seminari online (webinar) attraverso i quali sono state trattate molteplici tematiche, dall'export tradizionale (contrattualistica, dogane, fiscalità, marketing internazionale) a focus paese fino a tematiche digital export (e-commerce, Marketplace, proprietà intellettuale, la figura degli influencer, i social per l'export ecc..).

#### Dati

- Webinar realizzati: 46
- Iscritti: oltre 5.000

### *Infoexport.it*

Infoexport permette alle imprese di risolvere in poche ore i più complessi problemi relativi al commercio internazionale, chiedendo un parere online ad esperti selezionati tra i migliori in Italia per le seguenti materie: contrattualistica internazionale, dogane e Intrastat, fiscalità Internazionale, pagamenti e trasporti, marketing Internazionale.

Dati: Quesiti erogati dal 1 gennaio 2021 al 23 giugno 2021: 190

### *Newsmercati*

Nell'ambito dell'attività di informazione per il socio Unioncamere Lombardia, è continuata nel 2021 l'attività di realizzazione e invio alle aziende lombarde della newsletter Newsmercati.

Da gennaio a giugno sono state inviate **4 newsletter a circa 7500 aziende lombarde**.

### *DigitExport*

Nell'ambito del progetto DigIT Export, servizi consortili generali, nel primo semestre 2021 si è sviluppato ulteriormente il servizio DigIT Test, con l'obiettivo di far diventare il servizio un punto di accesso all'offerta sui temi digital di Promos Italia.

Attraverso DigIT Test, le aziende, in pochi click, possono misurare la propria propensione all'utilizzo del digitale nei loro processi di internazionalizzazione.

L'obiettivo è dar vita a un percorso graduale di accompagnamento delle aziende sui temi del digital export: a seconda del grado di digitalizzazione, le aziende vengono indirizzate all'offerta più in linea con la propria formazione digitale.

DigIT Test può essere considerato il primo step di un percorso che l'utente deve compiere una volta giunto su digitexport.it. Dopo aver verificato, tramite il test, il proprio livello di preparazione all'export digitale, potrà poi consultare articoli, approfondimenti, iscriversi ai webinar in programma, chiedere appuntamento agli esperti di DigIT Expert e usufruire dei servizi di Promos Italia sull'export digitale.

Nei primi sei mesi dell'anno si è operato al fine di dar vita a questo percorso, attraverso un'attività di personalizzazione dei risultati.

È stato rivisto il questionario, in collaborazione con il Politecnico di Milano, al fine di poter far fruire il test anche ad aziende di servizi.

È stato testato il servizio con successo nell'ambito del Bando della Camera di Commercio di Salerno con più di 170 DigIT Test effettuati dalle aziende delle province di Salerno.

### *Progettazione comunitaria*

Nel quadro dei servizi consortili generali, **la linea di intervento relativa alla progettazione comunitaria** nasce con l'obiettivo di supportare lo sviluppo delle attività dei soci sulla progettazione europea a beneficio del posizionamento a livello europeo e per generare risorse aggiuntive da destinare a servizi ad alto valore aggiunto per i territori. Al fine di poter fornire un servizio qualificato ai soci di Promos Italia per cogliere le opportunità garantite dai finanziamenti europei, è proseguita nel primo semestre 2021:

- a) **l'azione di rafforzamento del network** e del posizionamento di Promos Italia volto all'accreditamento in contesti internazionali ed europei. In questo senso, si collocano le attività nel quadro del **network di Banca Mondiale Private Sector Liaison Officers** (PSLO) di cui Promos Italia è parte e la membership a **Anima Investment Network**. Inoltre, anche per il tramite di Unioncamere Europa, **Promos Italia partecipa attivamente all'evento annuale "Connecting European Chambers"** promosso da Eurochambres in programma dal 29 giugno all'1° Luglio, portando le sue best practices nelle sessioni dedicate all'internazionalizzazione, a conferma del suo posizionamento e del riconoscimento di ruolo a livello europeo;

- b) **l'attività di monitoraggio** dei bandi europei per la valutazione delle opportunità e presentazione di proposte progettuali qualificate.

Inoltre, nel quadro di un gruppo di lavoro promosso da Unioncamere Nazionale e dalla sua sede di Bruxelles, Promos Italia ha avviato nel primo semestre 2021 un'**attività di service design sui tender europei**, tematica di rilevante interesse per le imprese europee per le notevoli opportunità espresse per le PMI e che potrà costituire un nuovo servizio offerto ai territori dei soci di Promos Italia.

---

## SERVIZI CONSORTILI SPECIFICI

---

I Servizi consortili specifici si riferiscono alle attività che le Camere socie commissionano a Promos Italia; di seguito una sintesi delle attività svolte per ciascuna area di attività:

### ➤ *INFORMAZIONE, COMUNICAZIONE E PRIMA ASSISTENZA*

#### *Obiettivo estero Milano, Monza Brianza, Lodi – Sportello Internazionalizzazione*

Nel corso del 2021, sono state realizzate le seguenti attività di Assistenza Specialistica Obiettivo Estero nei confronti delle imprese di Milano, Monza, Brianza:

- n. 15 incontri di gruppo e servite n. 505 aziende.
- n. 9 giornate di incontri individuali con gli esperti

Sono stati, inoltre, erogati n° 216 quesiti online ad aziende iscritte alla CCIAA nell'ambito del servizio L'Esperto risponde sul portale Lombardiapoint dal 1° gennaio al 23 giugno 2021.

#### *Obiettivo estero Modena*

Promos Italia, tramite la propria sede di Modena, ha continuato ad offrire alle imprese del territorio i seguenti servizi di assistenza e primo orientamento (Obiettivo estero):

- servizio informativo su paesi, settori e mercati esteri;
- servizio informativo relativo alle normative, ai documenti e alle procedure per l'ingresso dei prodotti nei mercati di riferimento;
- servizio di ricerca nominativi (importatori, distributori, fornitori);
- servizio di informazioni su aziende straniere, valutazione del rischio e opportunità di business;



Tramite l'esperienza, le conoscenze acquisite, il supporto di banche dati specializzate, consulenti ed esperti, le collaborazioni con uffici ICE e Camere di Commercio italiane all'estero, si è dato seguito a circa **90 quesiti e richieste posti dalle aziende**, dalle associazioni e dagli enti modenesi in materia di commercio internazionale. Inoltre, **8 aziende** che già operano sui mercati esteri, hanno ricevuto un servizio di prima assistenza in merito a quesiti e casi concreti in materia doganale attraverso incontri individuali con l'esperto, **della durata di circa 50 minuti**.

### *Obiettivo estero Ravenna*

Nell'ambito dell'attività di prima assistenza e orientamento all'export rivolta alle imprese della provincia di Ravenna, Promos Italia ha offerto, in forma gratuita, assistenza, aggiornamento e orientamento alle piccole e medie imprese che iniziano ad affacciarsi sui mercati esteri o necessitano di informazioni o approfondimenti per poter affrontare la sfida dell'internazionalizzazione. Ad oggi, sono state erogati **47 quesiti**.

Nello specifico, sono stati erogati i seguenti servizi:

- servizio informativo relativo a normative, documenti e procedure per l'ingresso dei prodotti nei mercati di interesse, in particolare riguardo ai Certificati di Origine e alla documentazione relativa al tema dell'origine dei prodotti e alla loro libera commercializzazione;
- servizio informativo su paesi, settori e mercati esteri tramite anche l'ausilio del portale mglobale.it;
- servizio di ricerca nominativi (importatori, distributori, fornitori);
- servizio di ricerca partner personalizzato, tramite la promozione di servizi erogati da altre aree servizi per le imprese di Promos Italia;
- servizio di informazione su aziende estere, valutazione del rischio e opportunità di business;
- servizio di informazione specialistica in materia di dogane, trasporti, pagamenti e fiscalità internazionali attraverso anche la sinergia con strumenti online come Infoexport.it;
- incontri di gruppo o individuali tra le aziende ravennati e consulenti per l'approfondimento di tematiche specifiche;
- promozione, presso le imprese del territorio, di cicli di webinar su temi dell'internazionalizzazione e dell'export digitale;
- promozione, attraverso anche newsletter di Promos Italia, delle attività di assistenza specialistica, di progetti specifici, di corsi di formazione in ambito internazionale, di servizi a prevalente contenuto digitale tra cui il servizio DigIT Expert;
- servizio di informazione e primo orientamento sui finanziamenti europei e sulle opportunità rappresentate dalle misure di incentivo pubblicate da Commissione Europea e sue

agenzie, enti nazionali e Regione Emilia-Romagna.

### *ExpoMo - Modena*

La piattaforma ExpoMO è stata costantemente aggiornata sia con le imprese modenesi presenti nel catalogo on line, e le rispettive vetrine elettroniche di presentazione, sia con l'inserimento di nuove imprese del territorio con vocazione all'internazionalizzazione.

Le aziende che hanno segnalato o richiesto l'aggiornamento dei dati tramite il questionario sono state 420 e l'aggiornamento delle vetrine elettroniche nelle varie lingue 59; sono state inoltre inserite 9 nuove aziende.

**Attualmente sul portale sono presenti 2.190 imprese.**

### ➤ *PROGETTI DI FORMAZIONE*

Nel corso del primo semestre 2021 sono state realizzate da NIBI, Business School di Promos Italia, le seguenti attività formative:

#### *Short Master per l'internazionalizzazione*

Percorso specialistico che fornisce una panoramica completa e strutturata di tutti gli strumenti concettuali e operativi per comprendere e gestire tutte le fasi di un progetto di internazionalizzazione di una piccola e media impresa. Il percorso è strutturato in n. 13 moduli on line della durata di 4 ore di lezione cadauno per un totale complessivo di 52 ore di lezione.

L'iniziativa formativa ha visto l'adesione di **6 Camere di Commercio Socie di Promos Italia: Camera di Commercio di Cosenza, Milano Monza Brianza Lodi, Modena, Ravenna, Pisa e Salerno.**

**Le aziende iscritte** allo Short Master sono state in totale **106 così suddivise:**

Cosenza: 18 aziende; Milano, Monza Brianza e Lodi: 25 aziende; Modena: 16 aziende; Pisa: 16 aziende; Salerno: 16 aziende; Ravenna: 16 aziende.

#### *Corsi executive*

Nell'ambito delle iniziative a catalogo sono stati realizzati n. **8 corsi executive** in materia di commercio estero (Brexit, dogane, fiscalità, pagamenti internazionali, contrattualistica) rivolte alle aziende dei territori di Modena e Ravenna.

I corsi hanno visto il coinvolgimento di 201 partecipanti totali di cui Modena con 113 partecipanti e Ravenna con 88 partecipanti.

### *Formazione per socio Bergamo*

Per il Socio Bergamo nel primo semestre sono state realizzate le seguenti attività:

- I. Realizzazione di n. 1 Corso Executive "Logistica integrata e sistema doganale" di 32 ore di lezione on line.
- II. Ciclo di n. 9 corsi di formazione on line in materia di internazionalizzazione.

Il ciclo di incontri di formazione ha visto la **partecipazione complessiva di n. 255 partecipanti**.

### ➤ AREA SERVIZI

Nel primo semestre, a livello di Area (vi afferiscono le BU Servizi Individuali e Servizi Collettivi), sono stati erogati servizi a favore:

- delle imprese afferenti ai soci,
- dei soci MILoMB, Modena, Pordenone-Udine e Ravenna.

Per quanto attiene le imprese, le attività hanno riguardato:

- informazione, a fronte di accesso a sportello, sulle opportunità dei mercati internazionali in merito a servizi avanzati di internazionalizzazione, proponendo loro servizi specifici sulla base delle necessità individuate (28 richieste di preventivi, 3 servizi erogati);
- coinvolgimento delle imprese dei soci Genova, Modena, Pordenone-Udine e Ravenna nelle attività del progetto MatchIt, che ha previsto percorsi di scouting commerciale in Messico (14 servizi erogati), Colombia (18 servizi erogati), Ghana e Costa d'Avorio (per entrambi i Paesi 7 servizi erogati);
- Bando Cre.SCI: le imprese del territorio di Milano hanno svolto attività di internazionalizzazione su diversi mercati, supportate da apposito finanziamento erogato dal socio MILoMB, per il quale sono stati posticipati i termini di realizzazione dei servizi al 30 giugno e al 30 ottobre. Nel primo semestre 17 sono i servizi realizzati da imprese, con la gestione ed erogazione di 11 voucher.

Il personale afferente all'Area è stato coinvolto nella progettazione dei percorsi da mettere a disposizione delle aziende e in capo all'Area Sviluppo Mercato, che verrà declinata nel secondo semestre.

Per quanto attiene i servizi resi ai soci, si è trattato di assistenza puntuale alle attività amministrative delle strutture afferenti o di supporto (sia in fase di progettazione, sia in fase di erogazione) a progetti

specifici locali (dal bando CreSCI di Milano all'IRP di Ravenna, per Modena e Udine si è trattata di attività di relazioni nello sviluppo di progettualità interne).

### ➤ *PROGRAMMA INBUYER*

Il percorso InBuyer consente alle aziende italiane di realizzare incontri one-to-one virtuali con qualificati operatori internazionali tramite l'accesso ad un'apposita piattaforma online gestita da Promos Italia.

Nel 2021 prevede l'attivazione di 24 sessioni di B2B virtuali, ciascuna delle quali è dedicata ad una specifica categoria merceologica selezionata tra quelle più rappresentative dell'economia nazionale: abbigliamento, alimentare, arredo, cosmetica, edilizia, meccanica e turismo.

Di seguito il calendario complessivo delle attività:

- 13-15 aprile: ALIMENTARE GDO
- 20-22 aprile: TURISMO
- 27-29 aprile: ARREDO
- 11-12 maggio: ABBIGLIAMENTO
- 8-10 giugno: TURISMO
- 22-24 giugno: ARREDO
- 29-30 giugno: ACCESSORI MODA
- 6-8 luglio: COSMETICA
- 13-15 luglio: ALIMENTARE
- 13-15 luglio: VINO & ALCOLICI
- 19-23 luglio: TURISMO MICE
- 21-22 settembre: POWER TRANSMISSION
- 23-24 settembre: SUBFORNITURA MECCANICA
- 28-30 settembre: TURISMO
- 5-7 ottobre: SUBFORNITURA (FOCUS MECCANICA E NAVALE)
- 12-14 ottobre: ARREDO
- 12-14 ottobre: FOODTECH
- 26-27 ottobre: HOME & TEXTILE
- 3-4 novembre: DISPOSITIVI MEDICI
- 9-11 novembre: POWER TRANSMISSION
- 16-18 novembre: ARREDO
- 16-18 novembre: TURISMO
- 23-25 novembre: ALIMENTARE

- 1-2 dicembre: COSTRUZIONI & EDILIZIA

Ciascun partner ha selezionato gli eventi di maggior interesse, consentendo la partecipazione delle aziende del proprio territorio senza alcuna limitazione numerica.

InBuyer è stato inoltre proposto come servizio a mercato ad altri organismi nazionali.

I partner di progetto sono stati accompagnati nella promozione del servizio sul territorio, tramite la predisposizione di strumenti ad hoc ed un supporto operativo.

La raccolta delle adesioni terminerà solo a ridosso della realizzazione di ciascuna sessione di attività.

### **Ad oggi le aziende italiane interessate a partecipare al progetto InBuyer sono 1.164**

È attivo un servizio continuativo di assistenza (tramite mail e telefono dedicato) rivolto a tutte le aziende italiane partecipanti per aiutarle nella profilazione sulla piattaforma digitale e nella gestione dello strumento in ogni fase operativa.

Grazie alla piattaforma, ciascuna azienda iscritta può presentare se stessa ed il suo catalogo prodotti, analizzare il profilo dei buyer internazionali partecipanti alla sessione di b2b selezionata, avviare un dialogo diretto e preventivo con ciascuno di loro (tramite mail e chat), richiedere un appuntamento con i partner di interesse e realizzare un incontro all'interno di una room virtuale dedicata.

Il Team di assistenza garantisce inoltre la realizzazione di tutti gli incontri programmati, verificando in tempo reale l'effettiva presenza e partecipazione delle controparti nazionali ed internazionali.

I positivi giudizi ad oggi raccolti confermano ampiamente l'utilità dello strumento che consente alle aziende di interagire in forma diretta e senza alcuna mediazione con operatori internazionali, selezionando autonomamente i partner di maggiore interesse e realizzando con loro appuntamenti mirati nei modi e nei tempi ritenuti più idonei.

Nel corso dei prossimi mesi sarà necessario ragionare sull'evoluzione del servizio post Covid che - magari integrato da attività parzialmente in presenza - possa anche in futuro continuare ad offrire alle aziende italiane un agile servizio di assistenza nella creazione e gestione di nuovi lead e prospect internazionali.

L'emergenza sanitaria internazionale ha fatto registrare incrementi significativi ed inattesi nell'utilizzo di piattaforme eCommerce (+34% circa), piattaforme social come Whatsapp, Instagram, LinkedIn, l'utilizzo di tecnologie di conversational marketing come Live Chat e Chatbot, rendendo ormai imprescindibile per le PMI una presenza online finalizzata al miglioramento della propria visibilità su nuovi mercati di esportazione, allo sviluppo/consolidamento della presenza su canali di prenotazione, vendita e pagamento online.

Qui di seguito la sintesi delle attività in corso di realizzazione nel 2021:

**Bando digitale 'Connessi'** - Socio Milano 315 aziende.

Oltre all'istruttoria delle domande e delle rendicontazioni, sono in corso di realizzazione gli assessment per le imprese beneficiarie. Il servizio prevede un'analisi del posizionamento digitale oppure un'analisi del posizionamento sui marketplace.

**LinkedIn fase 2** – Soci: Milano 20 aziende, Ravenna 5, Modena 8.

Nell'ottica di completamento del percorso avviato nel 2020, il progetto vuole fornire alle MPMI partecipanti le competenze utili a gestire autonomamente LinkedIn e le sue funzionalità, al fine di identificare e contattare nuovi potenziali clienti con cui stabilire rapporti di business concreti e misurabili. Attività avviate, in completamento per novembre 2021.

**Ecommerce Asean** – Soci: Milano 14 aziende, Modena 11.

Dedicato alle imprese dei settori B2C (cosmesi ed agroalimentare) intende aiutare le imprese nel posizionamento della propria offerta sui marketplace più performanti dell'area per un periodo di test della durata di 6/8 mesi. Aziende attualmente on line con vendite già avviate.

**Ecommerce Canada** - Socio Milano - 5 aziende

Servizio dedicato alle imprese del settore Food&Beverage, per supportarle nel posizionamento della propria offerta B2C sul principale marketplace (Amazon.ca) locale per un periodo di test della durata di 6/8 mesi.

**Ecommerce Germania** - Socio Milano - 10 aziende

Servizio rivolto alle imprese del settore cosmetico alle quali viene proposta una sperimentazione attiva di vendita digitale, tramite uno shop dedicato. A supporto delle vendite saranno attivate campagne promozionali e social mirate al consumatore tedesco. Aziende andranno on line per la vendita entro metà luglio.

**Pavilion Italia** - Socio Milano 9 aziende

L'intervento vuole sostenere aziende dei settori beni di consumo, vino e food nella creazione di una vetrina personalizzata nell'ambito dell'Official Account su We Chat al fine di permettere una vendita diretta – in modalità cross border- al consumatore cinese. Ove necessario, le imprese partecipanti potranno beneficiare del supporto legale per la tutela del marchio. Avvio previsto dall'attivazione degli shop on-line per il mese di luglio.

**Social Commerce prodotti e servizi** – Soci: Ravenna 4 aziende - Udine 1 azienda

Il servizio si rivolge alle imprese operanti nel settore dei servizi alla persona (Hotellerie, Agenzia turistica, etc....) o nel settore B2C in ottica internazionale, in cui la comunicazione e l'interazione con il cliente finale attraverso i canali social sono diventati fattori in grado di migliorare i risultati economici delle attività. L'attività proposta da Promos Italia permette alle imprese partecipanti di ottimizzare le pagine dei propri canali social, aprire shop diretti al consumatore, migliorare l'immagine grafica e l'impostazione della propria presenza social, al fine di proporre le più adeguate forme di interazione con la propria clientela. La fase di recruiting aziende è attiva e prevista in completamento per fine luglio.

**Linkedin pro-business** – Soci: Ravenna 1 azienda – Udine 5 aziende

Il progetto LinkedIn Pro Business è strutturato con l'obiettivo di identificare nuovi contatti commerciali in mercati internazionali di interesse per le aziende coinvolte, utilizzando le funzionalità messe a disposizione dalla piattaforma LinkedIn. Le aziende partecipanti sono assistite a partire dalla definizione dei target di ricerca fino all'identificazione dei nominativi delle controparti, individuati sfruttando sia delle campagne di promozione su LinkedIn, sia attraverso un'attività di analisi e segmentazione sviluppata attraverso Sales Navigator. La fase di recruiting aziende è attiva e prevista in completamento per fine luglio.

**Assessment marketplace** - Socio Modena 11 aziende

Il servizio è rivolto alle imprese operanti nel settore B2C ed è applicabile sia a coloro che non hanno ancora prodotti posizionati all'interno dei marketplace ed intendono valutarne il posizionamento, sia a coloro che hanno già prodotti posizionati sui marketplace ed intendano adottare azioni migliorative. La fase di recruiting aziende è attiva e prevista in completamento per fine luglio.

**Base to project** - Socio Milano (target 10 aziende)

Il servizio dedicato alle imprese del settore contract offre lo scouting di nuove opportunità di business nell'area Asean, attraverso l'utilizzo della piattaforma Top Hotel Project. Singapore, e l'area ASEAN in generale, è un mercato di sicuro interesse grazie agli investimenti che continuano a registrarsi nel settore immobiliare di pregio. Per agevolare il monitoraggio delle opportunità di business nell'area viene proposto un percorso che prevede l'assistenza di un Local Temporary Manager ed un account alla piattaforma Top Hotel Project. La fase di recruiting aziende è attiva e prevista in completamento per fine luglio.

**Cosenza Digitale** - Aziende aderenti 25 (target 25)

Nell'ambito del piano specifico sviluppato per il Socio Cosenza, particolare attenzione è stata dedicata ai servizi digitali per le MPMI del territorio. Alle aziende aderenti verranno erogati servizi di digital assessment, analisi social commerce o marketplace assessment, sulla base delle caratteristiche dell'impresa. Inoltre, verrà dedicata, ad ogni singola azienda, una formazione personalizzata, erogata da un esperto sulle tematiche digitali per approfondire i risultati delle precedenti analisi. La fase di recruiting aziende è attiva e prevista in completamento per fine luglio.

### **Bando digitale Salerno - Aziende aderenti 50**

Il servizio prevede l'erogazione di alcune attività obbligatorie per ogni azienda beneficiaria del contributo camerale. In particolare, sulla base del profilo aziendale, potrà essere effettuata l'analisi del posizionamento su marketplace o la verifica del livello di posizionamento online. A seguito delle analisi precedenti verrà redatto un breve report conclusivo (digital assessment) che sarà inviato all'azienda. Adesioni delle imprese completate.

### **Subfornitura digitale - Socio Milano (target 5 aziende)**

Il servizio, dedicato alle imprese del settore delle lavorazioni meccaniche e con focus nell'area Datch, intende agevolare le imprese nell'utilizzo della piattaforma TechPilot (principale piattaforma settoriale con oltre 16.000 acquirenti registrati), con affiancamento di consulenti specializzati che sappiano aiutarle sia nelle fasi di selezione delle richieste di quotazione, sia nelle fasi di presentazione e monitoraggio delle offerte commerciali. La fase di recruiting aziende è attiva e prevista in completamento per fine luglio.

### ➤ **PUNTO IMPRESA DIGITALE (PID)**

Nell'ambito del progetto "Punto Impresa Digitale", Promos Italia supporta la CCAA Milomb attraverso lo svolgimento delle seguenti attività trasversali: Coordinamento, promozione, CRM, business intelligence, relazione con le imprese e supporto alla gestione del Progetto nel suo complesso, per fornire alle aziende informazione, formazione e assistenza per affrontare i processi innovativi messi a disposizione dal Piano Industria 4.0.

Al 25 Giugno 2021 si contano **57** eventi PID realizzati con **+3000 partecipanti**.

Gli incontri tra le imprese ed i Digital Promoters sono continuati attraverso una modalità di erogazione on-line; i servizi erogati sono stati:

- il **Selfi4.0** (questionario di self assessment da compilare in autonomia) che offre una panoramica sul grado di maturità digitale dell'azienda;
- lo **Zoom4.0** (assessment approfondito di maturità digitale da effettuare con un Digital Promoter) che permette di avere maggiore consapevolezza sulle aree aziendali, le modalità, le opportunità di finanziamento e le tecnologie 4.0 inerenti progetti di digital transformation;
- **Mentoring**, ovvero un percorso gratuito di 20 ore che prevede l'accompagnamento dell'azienda da parte di un manager professionista della rete Pid per porre le basi per uno sviluppo digitale del proprio business;
- **Light check up**, valutazione da remoto del posizionamento online delle imprese sui motori di ricerca e sui social network;



- **Online check up**, approfondimento del Light check up attraverso un incontro di persona con il digital promoter in grado di valutare i punti di forza e debolezza del posizionamento online dell'azienda e offrire supporto e consigli per il miglioramento.

	INDICATORI	SAL 2021	COMPLESSIVO
Assistenza alle imprese	SELF4.0; ZOOM 4.0; online check-up, servizio mentoring	675	2516
	N. Incontri Assistenza Specialistica in ambito Innovazione 4.0 (di gruppo + individuali)	58	91
	N. partecipanti agli incontri di Assistenza Specialistica	277	788
CRM	N. nuove anagrafiche presenti nel database	1046	12221
	N. interazioni tra imprese e Digital Promoter	589	3586

### Bando voucher digitali I4.0

Nel 2021 è stato riproposto alle imprese, in continuità con gli anni passati, il bando voucher digitali I4.0. Il bando, promosso da Unioncamere Lombardia, è stato aperto il 17/05/2021 con una dotazione finanziaria pari a **€ 7.188.000** (Regione Lombardia + CCIAA lombarde) di cui **€ 1.000.000** a carico della CCIAA di Milano-Monza Brianza-Lodi. Sono pervenute dalle imprese del territorio di Milano-Monza Brianza-Lodi 494 domande per un totale di contributi richiesti pari a **€ 5.133.210,83**.

### Bando e-commerce 2021

La misura è volta a sostenere le MPMI intenzionate a sviluppare e consolidare la propria posizione sul mercato nazionale e/o internazionale tramite l'utilizzo dello strumento dell'E-commerce, incentivando l'accesso a piattaforme cross border (B2B e/o B2C) e i sistemi e-commerce proprietari (siti e/o app mobile).

Il bando, promosso da Unioncamere Lombardia, è stato aperto il 27/05 con una dotazione finanziaria pari a **€ 4.525.000** (Regione Lombardia + CCIAA lombarde) di cui **€ 700.000** a carico della CCIAA di Milano-Monza Brianza-Lodi. Sono pervenute 872 domande per un totale di contributi richiesti pari a **€ 8.228.232,63**.

La promozione di tutte le iniziative e dei relativi contenuti verrà fatta come al solito attraverso dem, newsletter e social istituzionali.

Anche per il 2021 verrà riproposto il premio Top of The Pid. Obiettivo di questa nuova edizione è individuare e dare visibilità a progetti innovativi che possano aiutare le imprese nella ripartenza economica post-pandemia, favorendo la transizione digitale ed ecologica.

Nel corso del 2021 il PID, attraverso i Digital Promoter coordinati da Promos Italia, offrirà supporto alle imprese anche in relazione alla normativa inerente al **Nuovo Piano Transizione 4.0** relativamente alle misure fiscali volte al potenziamento di tutte le aliquote di detrazione e al relativo anticipo dei tempi di fruizione. In collaborazione con Dintec sono stati avviati dei **webinar di formazione** sui nuovi crediti d'imposta che hanno sostituito le vecchie misure di Iper e Super ammortamento.

Con la presentazione del nuovo **Demo Center** realizzato dal **Made** (partner del network Pid in funzione di Competence Center) verranno stimulate ancor di più le sinergie con Camera di Commercio.

Si tratta di una avveniristica struttura suddivisa in 20 dimostratori, ciascuno dedicato a una particolare tecnologia 4.0 e accorpati in sei aree di competenza, tutte integrate e interconnesse tra loro a formare una fabbrica ideale, digitale e sostenibile.

## ➤ DIGITEXPORT

Il portale digitexport.it ha l'obiettivo di informare le aziende sui temi digitali e sulle opportunità che il digitale può offrire in ottica export; sulla piattaforma sono presenti più di 350 articoli, oltre a video, guide sui temi del digital export.

Nel primo semestre 2021, è stato predisposto un piano editoriale che prevede l'aggiornamento di parte degli articoli e la redazione di nuovi articoli; sono stati, inoltre, pubblicati 101 articoli, redatti in parte dagli esperti che collaborano con DigIT Export e in parte dalla redazione DigIT Export attraverso l'analisi di fonti quali Statista, Osservatori del Politecnico di Milano, ecc.

E' stato, inoltre, realizzato il Digital Dictionary Promos Italia, un glossario di circa 1500 lemmi ed espressioni, che sarà visibile nei prossimi mesi per guidare le aziende tra i molteplici termini del mondo digitale, spesso ignoti, la cui mancata comprensione impedisce la conoscenza di molti concetti fondamentali.

E' stata anche sviluppata una rubrica "Pillole Digitali" che contiene video della durata massima di 10 minuti nelle quali l'esperto Giorgio Fabbrucci fornisce alle aziende strumenti e consigli per utilizzare il digitale a favore del proprio business internazionale.

In merito al tool di orientamento sui mercati esteri (principali mercati di esportazione per settori e proiezione dati al 2023) presente all'interno del sito digitexport.it, è stato pubblicato l'aggiornamento dei dati a marzo 2021.

E' stato, infine, realizzata la revisione di alcune sezioni del sito al fine di valorizzare in modo più diretto i servizi di Promos Italia in ambito digital.

Con l'obiettivo di promuovere e presentare in modo chiaro i servizi disponibili nella piattaforma Digitexport.it, è stato realizzato un video di presentazione dei servizi DigIT Test e DigIT export, che verrà aggiornato nelle prossime settimane con l'inserimento di nuove funzionalità.

Dati:

- Utenti sito Digitexport.it 1° gennaio 2021 – 24 giugno 2021: 40.158
- Visualizzazioni pagine Digitexport.it: 1° gennaio 2021 – 24 giugno 2021: 82.090
- Sezioni più visitate: articoli promuovere e vendere, affermarsi, marketplace
- Aziende dei territori dei soci iscritte al servizio DigIT Test: 218

### ➤ PROGRAMMI NAZIONALI

Nel corso del primo semestre 2021, è proseguita l'implementazione del Progetto SEI – Sostegno all'Export dell'Italia, il programma pluriennale avviato nel 2018 a valere sul Fondo di Perequazione, in termini di:

- supporto ai soci Promos Italia per le attività di rendicontazione del Fondo di Perequazione 2017-2018, considerata la scadenza del 26 Febbraio 2021;
- supporto al socio Unioncamere Nazionale per la definizione del nuovo programma di azioni di cui al Fondo di Perequazione 2019-2020 e per l'attivazione di nuovi strumenti e di nuove funzionalità necessarie per l'implementazione delle attività progettuali. Inoltre, Promos Italia è stata coinvolta nei webinar di presentazione del Progetto SEI all'intero sistema camerale (8 aprile 2021 – 5 luglio 2021) a supporto di Unioncamere Nazionale;
- continuazione delle attività di Helpdesk per l'internazionalizzazione, messo a disposizione di tutte le Camere di Commercio italiane aderenti al Progetto SEI, per fornire una qualificata risposta a esigenze di chiarimenti e di orientamento su tematiche specifiche sull'internazionalizzazione e su alcuni mercati di interesse, anche in collaborazione con Assocamerestero;
- supporto ai soci Promos Italia per la presentazione del nuovo progetto di cui al Fondo di Perequazione 2019-2020;

- supporto al socio Unioncamere Lombardia per la presentazione del nuovo progetto di cui al Fondo di Perequazione 2019-2020 e per la definizione delle attività con le Camere di Commercio lombarde;
- avvio - a partire dal 4 giugno 2021 – al nuovo programma formativo per i funzionari camerali italiani per il rafforzamento delle competenze sull'internazionalizzazione, anche attraverso un'innovativa metodologia di project work, realizzato in collaborazione con NIBI.

Nel quadro delle attività del Progetto SEI, è stata avviata una collaborazione con Assocamerestero per la realizzazione congiunta della Convention delle Camere di Commercio italiane all'estero, che avrà luogo a Milano nel mese di Novembre 2021.

Inoltre, nel corso del primo semestre 2021 sono state completate le attività avviate nel 2020 a favore dell'azienda speciale della Camera di Caserta, a valere sui fondi del 20% Internazionalizzazione, a supporto dell'internazionalizzazione di n. 11 imprese vitinicole.

Infine, nel quadro delle attività a mercato, è stato assicurato da Promos Italia un contatto costante con oltre n. 20 Camere di Commercio italiane non socie, al fine di definire i programmi di intervento a valere sui Fondi 20% Internazionalizzazione e Fondo di Perequazione, per i quali gli incarichi per Promos Italia sono in corso di finalizzazione.

### *Programmi internazionali ed europrogettazione*

Nel corso del primo semestre 2021, allo scopo di garantire un'offerta di percorsi di accompagnamento all'estero alle imprese dei territori afferenti alle Camere di Commercio socie di Promos Italia, è stato definito un pacchetto di attività articolato con l'obiettivo di preparare le imprese ad affrontare i mercati target e favorire lo sviluppo di partnership per le imprese coinvolte. La metodologia sottostante tutti i programmi internazionali proposti è riconosciuta come una best practice a livello internazionale ed è stata inclusa nel "Guidebook on How to Support SMEs' Internationalisation" pubblicato dalla Commissione Europea nel 2019 con un contributo di Promos Italia. Alla luce delle esperienze maturate nelle precedenti annualità e dei risultati e feedback ottenuti, i programmi internazionali proposti sono stati modulati per venire incontro alle esigenze di imprese con target e livelli di esperienza differenti.

**Il Programma EuMatch** si rivolge alle imprese italiane del settore food & beverage con un'esperienza limitata nei mercati internazionali ed è stato ideato per favorire l'internazionalizzazione delle PMI italiane in **15 mercati europei**. Il programma prevede nel 2021 due edizioni, la prima delle quali in corso tra maggio e luglio, mentre la seconda sarà realizzata tra settembre e novembre 2021. Il progetto, avviato a Maggio 2021, ha concluso l'erogazione di webinar formativi, organizzati in collaborazione con NIBI, dal taglio tecnico e business-oriented, per fornire strumenti operativi alle imprese in materia di gestione del portfolio prodotti, branding, contrattualistica, dogane e fiscalità;

nel mese di Giugno 2021 è stata avviata la prima sessione di matching tra imprese italiane ed europee attraverso la piattaforma aziendale. La prima edizione 2021 sta al momento coinvolgendo **n. 127 aziende italiane provenienti dai territori dei soci Promos Italia (Cosenza, Genova, Milano Monza Brianza Lodi, Modena, Pordenone-Udine, Ravenna, Salerno)** e di alcune Camere non-socie (Gorizia, Riviera di Liguria, Verona). La seconda edizione in autunno 2021 vedrà il coinvolgimento di aziende dei territori dei soci (Cosenza e Catanzaro) e l'adesione di Camere di Commercio non socie. Il progetto vede la collaborazione degli Uffici ICE e delle Camere di Commercio italiane all'estero.

**Il Programma Outgoing**, giunto alla IV edizione, mira a supportare le imprese italiane in mercati strategici di più complesso approccio e si rivolge ad aziende con un'esperienza più consolidata di export. Sulla base di un'analisi condotta su 152 mercati e i principali settori merceologici attraverso l'elaborazione di un indice delle potenzialità, **il Giappone, Russia e Canada** sono considerati i mercati target per il 2021. Il progetto vede coinvolti i territori dei soci di Promos Italia (Cosenza, Genova, Milano Monza Brianza Lodi, Modena, Pordenone-Udine e Ravenna) e propone la realizzazione di un percorso di formazione, organizzato da NIBI, orientamento, preparazione, ricerca partner e organizzazione di incontri d'affari in remoto. Il percorso è customizzato per ogni impresa partecipante ed è tarato sulla base delle esigenze, profilo e target dell'azienda. Il progetto vede la collaborazione degli Uffici ICE e delle Camere di Commercio italiane all'estero.

Infine, tenuto conto dell'occasione di Expo Dubai che costituirà il primo evento internazionale della "ripartenza" e che si realizzerà dal 1° Ottobre 2021 al 31 Marzo 2022 sul tema "Connecting Minds, Connecting Future", Promos Italia ha elaborato **il progetto Ready2Expo**. Grazie all'esperienza maturata nel 2015 durante Expo Milano, Promos Italia propone un programma articolato che coinvolge le aziende italiane delle filiere affini ai temi di Expo Dubai per promuoverne le eccellenze e favorire occasione commerciali e di networking a livello internazionale, in collaborazione con il Sistema Italia (ICE, Padiglione Italia, associazioni di categoria, Università e centri di ricerca) e con soggetti e istituzioni locali. Il programma si rivolge a imprese dei territori dei soci (Genova, Milano Monza Brianza Lodi, Modena, Pordenone-Udine, Ravenna, Salerno), ma prevede anche dei **programmi dedicati ad alcune regioni italiane (Lombardia, Liguria, Basilicata)** e offre anche dei servizi innovativi a mercato per le imprese italiane. Nella sua complessità, il programma Ready2Expo è articolato in:

- Percorsi formativi e di orientamento al mercato degli Emirati Arabi Uniti e della regione del Golfo, organizzati in collaborazione con NIBI;
- Missioni imprenditoriali di filiera (agroalimentare, arredo e design, green economy, nautica) che si terranno in occasione delle principali fiere di settore a Dubai al fine di massimizzare le opportunità di visibilità per le imprese aderenti;

- Missioni di sistema economico-istituzionali dedicate alle regioni italiane interessate a promuovere il sistema territoriale nella cornice di Expo Dubai (Lombardia, Liguria, Basilicata);
- un progetto innovativo chiamato "Temporary Expo" per il settore dell'arredo e design e dell'agroalimentare che prevede la possibilità per le imprese italiane di esporre i propri prodotti presso showroom prestigiosi, gourmet stores e shopping Mall di Dubai per almeno un mese con la possibilità di vendere direttamente al pubblico;
- un servizio di follow-up successivo alle missioni volto a supportare le imprese a capitalizzare le opportunità generate dai contatti in loco.

Il progetto Ready2Expo vuole essere l'occasione per Promos Italia per consolidare il suo posizionamento a livello nazionale come il soggetto in grado di gestire eventi complessi e dalla portata internazionale e offrire opportunità di networking al sistema economico e istituzionale, sempre cercando di innovare le sue proposte per adattarsi alle esigenze e al contesto internazionale.

Con riferimento al filone di attività riconducibili all'**europrogettazione**, al fine di poter fornire un servizio qualificato ai soci di Promos Italia per cogliere le opportunità garantite dai finanziamenti europei, è proseguita nel primo semestre 2021:

- a) l'azione di rafforzamento del network e del posizionamento di Promos Italia volto all'accreditamento in contesti internazionali ed europei. In questo senso, si collocano le attività nel quadro del network di Banca Mondiale Private Sector Liaison Officers (PSLO) di cui Promos Italia è parte e la membership a Anima Investment Network. Inoltre, anche per il tramite di Unioncamere Europa, Promos Italia partecipa attivamente all'evento annuale "Connecting European Chambers" promosso da Eurochambres in programma dal 29 giugno all'1° Luglio, portando le sue best practices nelle sessioni dedicate all'internazionalizzazione, a conferma del suo posizionamento e del riconoscimento di ruolo a livello europeo;
- b) l'attività di monitoraggio dei bandi europei per la valutazione delle opportunità e presentazione di proposte progettuali qualificate.

Inoltre, nel quadro di un gruppo di lavoro promosso da Unioncamere Nazionale e dalla sua sede di Bruxelles, Promos Italia ha avviato nel primo semestre 2021 un'attività di **service design sui tender europei**, tematica di rilevante interesse per le imprese europee per le notevoli opportunità espresse per le PMI e che potrà costituire un nuovo servizio offerto ai territori dei soci di Promos Italia.

Nel corso del primo semestre 2021, Promos Italia ha continuato e avviato l'implementazione dei nuovi progetti europei aggiudicati con successo e presentati nel corso del 2020:

- il progetto europeo **Enterprise Europe Network** di cui Promos Italia è parte per il tramite dei soci di Ravenna e Pordenone-Udine;
- il progetto **Erasmus for Young Entrepreneurs (EYE) Global** costituisce il pluriennale programma della Commissione Europea per facilitare scambi di esperienza tra imprenditori europei e di mercati strategici extra-europei. Promos Italia è partner di un consorzio internazionale composto dall'European Business Network (EBN) di Bruxelles e dalla società di consulenza portoghese SPI che si occuperà di favorire gli scambi tra imprese europee e imprese della Corea del Sud, Singapore e Taiwan.
- **Il progetto Mentor** Il costituisce un programma innovativo di migrazione circolare finanziato dalla Commissione europea nel quadro del "MPF Mobility Partnership Facility" che vede come capofila il Comune di Milano. Il progetto dalla durata triennale porterà giovani tunisini e marocchini a svolgere un periodo di internship di 6 mesi presso aziende milanesi e torinesi allo scopo di acquisire formazione tecnica e manageriale per rientrare nei loro rispettivi Paesi come imprenditori o export manager.

Inoltre, con riguardo al progetto europeo "EU4Business Connecting Companies" per la promozione di opportunità di business e scambio buone prassi tra paesi europei e paesi del Caucaso (Armenia, Azerbaijan, Bielorussia, Georgia, Moldavia, Ucraina), Promos Italia ha proseguito l'attività di assistenza al socio CCIAA Udine che è leader del consorzio sul settore vino con compiti di project management, gestione del consorzio internazionale e valutazione dei progetti, nonché ha supportato alcuni soci nella presentazione delle candidature per la call conclusasi il 30 aprile 2021 e, nello specifico, la Camera di Commercio di Modena, di Cosenza e dell'Umbria. Di queste la Camera di Commercio di Modena si è aggiudicata il progetto con successo, mentre la Camera di Cosenza e dell'Umbria sono state escluse per un problema di natura tecnica relativa ai partner ucraini e georgiani. In occasione della prossima call che sarà pubblicata a Luglio 2021, Promos Italia confermerà il supporto nella scrittura e presentazione dei progetti ai soci interessati.

## ➤ **ATTRAZIONE INVESTIMENTI**

Continua nel 2021 lo sviluppo e il consolidamento del "Programma AttrACT/Invest in Lombardy", a supporto dell'attrattività del territorio e degli investimenti diretti esteri in Lombardia, grazie ad un lavoro continuativo volto a rafforzare e promuovere l'offerta attrattiva e ad intercettare e accompagnare la domanda di progetti di investimento sul territorio. Tali attività godranno di un ulteriore stimolo nel secondo semestre grazie al lancio del nuovo sito internet, che unificherà i brand AttrACT e Invest in Lombardy, e alla pubblicazione della terza edizione della manifestazione di interesse per la candidatura da parte di Comuni lombardi ed altri enti pubblici al programma

AttrACT. Nel corso del primo semestre 2021 sono state assistite 62 aziende estere, delle quali 34 attivate ex novo a partire da gennaio.

Il progetto "Attrattività Milano", ideato e promosso a partire dal II semestre 2020 nell'ambito delle attività a valere sul 20% Internazionalizzazione a beneficio del socio CCIAA di MiLoMb, ha visto l'ulteriore sviluppo di azioni dedicate, in particolare:

- lead generation di operatori esteri interessati ad investire a Milano (generando una pipeline di 90 imprese nel solo primo semestre 2021);
- market intelligence tramite strumenti dedicati (Gazelle, fDi Markets, LinkedIn, etc.);
- creazione di nuove value proposition settoriali (AgriFood Tech e Cyber Security), nonché l'aggiornamento delle brochure Life Science e Fintech esistenti e la predisposizione di documenti e contenuti online su segmenti specifici all'interno dei suddetti settori ed altri (es. Smart Cities, Green Economy, Fashion&Design).

A partire da marzo 2021 (prevista fino a settembre 2022) è stata attivata una collaborazione con il lead generator canadese Research on Investment (R.O.I.) per realizzare un'attività continuativa di scouting e introduzione a nuove aziende internazionali in espansione sui settori target (obiettivi attesi entro fine 2022: fornitura di 80 prospect qualificati, 40 lead qualificati e 15 engagement). Si è inoltre consolidato il percorso di assistenza agli investitori in ottica di soft landing, anche attraverso la partecipazione a numerosi eventi b2b online (5 nel solo primo semestre 2021), ampliando così la rete di partnership con gli stakeholder del territorio.

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, a cui si è aggiunta nel 2021 la Camera di Cosenza, 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. Sono stati altresì prodotti, in continuità con quanto fatto nell'ultimo trimestre del 2020, una serie di Dossier sulle imprese estere del territorio, con una mappatura degli operatori presenti sui territori coinvolti nel progetto, una raccolta di success stories di investimenti esteri e un'analisi dei principali settori o Paesi coinvolti negli IDE. Per il territorio di Cosenza è stato prodotto anche il booklet dedicato. Con la Camera di Genova sono in corso di programmazione e preliminare organizzazione una serie di attività riguardanti l'economia del mare (blue economy), connotate da un duplice obiettivo di rafforzamento delle relazioni con gli stakeholder locali (Autorità portuale, Comune, Regione, Associazioni di categoria, etc.) e di promozione di Genova nei principali eventi fieristici



internazionali a tema marittimo. Infine, si sta lavorando con la Camera di Ravenna per l'avvio di una collaborazione con l'Autorità di Sistema portuale del Mare Adriatico centro settentrionale locale al fine di valorizzare, con le future progettualità, l'hub portuale ravennate come una fondamentale leva per l'attrattività del territorio.

## ➤ TURISMO

Le attività del primo semestre 2021 sono state fortemente limitate dal persistente stato di emergenza pandemica che ha inibito la maggioranza dei Soci nell'intraprendere azioni di promozione del comparto turistico. Si è comunque lavorato con molti di questi per proporre, là dove è stato possibile, una visione strategica di affronto del comparto o quanto meno una serie di Azioni di Base per il coinvolgimento delle aziende del territorio. Più in dettaglio:

**MILANO:** Progetto "Turismo MICE Milano", incarico a Promos Italia per un piano di azioni strutturato per il solo comparto Turismo MICE. Avvio di alcune attività b2b (maggio-giugno 2021).

In un momento così complicato, dove il turismo sta cambiando e si sta evolvendo rapidamente con la nascita di nuove trend e di nuove destinazioni, Milano ha deciso di investire dando priorità al settore Mice a livello internazionale puntando sui suoi punti di forza, come collegamenti ed infrastrutture e su una filiera che ha dimostrato di sapere accogliere piccoli e grandi eventi.

Questo progetto nasce quindi da una visione condivisa, sviluppata con CCIAA, Comune e Yes Milano. Si è quindi lavorato all'individuazione di un percorso che potesse valorizzare l'immagine di Milano come destinazione MICE a livello internazionale, individuando fiere, eventi e workshop molto specializzati e verticali in questo settore.

Grazie alla presenza agli eventi di settore, dove i maggiori Buyer internazionali presenziano per individuare nuove partnership e destinazioni da proporre ai propri clienti, si punterà al raggiungimento di due obiettivi principali:

- Awareness: ovvero aumentare la consapevolezza della destinazione MICE Milano a livello internazionale;
- Lead generation: attrarre nuovi contatti interessati a proporre Milano come destinazione dei loro prossimi eventi, meeting e congressi;

I primi eventi già realizzati nel primo semestre, sono i seguenti:

- **BIT Digital Edition: Milano, 9-11 Maggio**

Le sessioni convegnistiche di apertura dell'evento sono risultate efficaci e con partecipazioni significative di audience (circa 1.000 partecipanti a target MICE)

- **A-LiveX -MASH MICE, UK (Workshop B2B): Londra, 20 Maggio**

L'evento A-Livex si è tenuto presso il Royal Lancaster Hotel di Londra.

L'evento è organizzato da Mash Media editore specializzato nel settore MICE, ha offerto l'opportunità di incontrare buyer in presenza ed in sicurezza, utilizzando una modalità nuova. Hanno utilizzato come spazio espositivo le camere di un hotel che sono state opportunamente svuotate e arredate con desk per consentire gli incontri b2b, attrezzando un'area comune per consentire l'accoglienza e la registrazione dei buyer.

L'adozione del Green Pass Europeo favorirà sicuramente una ripresa più rapida dei mercati europei a svantaggio di quelli oltreoceano, dove ancora persistono vincoli di quarantena e poca chiarezza sulla possibilità di ingresso.

Su queste basi, si è realizzata una roadmap molto intensa per il secondo semestre 2021.

**COSENZA:** incarico a Promos Italia per una serie di Azioni di Base consistenti nella realizzazione di momenti formativi, networking con le associazioni e check-up individuali (giugno 2021). Azioni più strutturate previste per l'autunno (definizione dell'offerta turistica integrata e possibile campagna social). A giugno realizzati n.2 incontri con le Associazioni e n.3 Laboratori con le aziende. In corso la valutazione di azioni legate a un più ampio programma di Attrattività del territorio regionale.

**PISA-CASERTA-GENOVA:** definizione di un piano per la realizzazione di momenti formativi, networking con le associazioni e check-up individuali da realizzarsi a ottobre-novembre 2021 secondo le specificità del territorio (comparto turismo da diporto per il Socio Genova).

**SALERNO:** il Socio ha deciso di creare voucher per le aziende del settore turismo. Possibile ruolo di Promos Italia nella fase di supporto al bando e auto-diagnostica delle imprese partecipanti. In corso valutazione di azioni legate a un più ampio programma di Attrattività del territorio regionale.

Per gli altri Soci si sono svolti incontri di aggiornamento in attesa del via-libera a riprendere le attività per il comparto.

### **InBuyer Turismo**

Tra le attività dedicate al turismo proposte da Promos Italia ai propri soci vi è il percorso InBuyer che si articola in una componente lombarda ed una nazionale.

Il percorso lombardo, affidato da Unioncamere Lombardia, comprende le seguenti attività:

- A. 4 sessioni di b2b virtuali (2 per ogni semestre)
- B. 2 webinar tematici
- C. 1 incoming (fam trip) sul territorio lombardo
- D. 1 attività di survey rivolto ai buyer esteri coinvolti dal 2019 ad oggi.

La prima delle 'attività sopra elencate è stata allargata a territori extra lombardi e nello specifico: Cosenza – Genova – Modena – Ravenna – Udine - Territori di Reggio Emilia e Pordenone.

Seguono alcune informazioni relative alle attività ad oggi realizzate:

#### **8 aprile 2021**

Webinar "Turismo Esperienziale: sinergie per creare una nuova offerta turistica"

13 relatori - 532 aziende iscritte - 366 partecipanti

#### **20-22 aprile 2021**

InBuyer Tourism - b2b virtuali

38 buyer esteri provenienti da 19 paesi (Cina, Germania, Francia, Canada, Guatemala, UAE, USA, Argentina, Messico, Brasile, Spagna, UK, Svezia, Lettonia, Olanda, Israele, Kuwait, Irlanda, Belgio)

161 aziende italiane attive - 799 meeting confermati - 2.551 interazioni

#### **25 maggio 2021**

Webinar "Turismo MICE in Lombardia: sinergie per creare una nuova offerta turistica"

9 relatori - 175 aziende iscritte - 99 partecipanti

## SVILUPPO MERCATO

In quest'ambito, l'obiettivo è quello di sviluppare e promuovere le relazioni sul territorio nazionale al fine di incrementare la componente di fatturato a mercato, rivolta cioè a soggetti terzi rispetto ai soci di Promos Italia.

### Nord-est

Sulla scia delle attività di scouting compiute a fine 2020, l'attività nel Nord-Est ha riguardato

- monitoraggio dei principali soggetti operanti, partendo dal sistema camerale e dalle sue strutture operative; gestione dei contatti, proposte di attività e, con alcune, sviluppo di azioni progettuali (Concentro per l'area di Pordenone, Azienda Speciale per la Zona Franca di Gorizia della Camera della Venezia Giulia, VePromex delle Camera di Padova e del Delta Lagunare, Camera di Verona, Azienda Speciale Made in Vicenza);

- per quanto attiene i sistemi regionali, sono stati avviati o sviluppati dei contatti in previsione di possibili attività future, sia in digitale sia di sviluppo strategico legate all'attrattività (Direzione Ricerca Innovazione ed Energia della Regione Del Veneto; Agenzia Sviluppo Impresa e Relazioni Internazionali per la Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia). Inoltre sono stati avviati contatti interlocutori con strutture loro afferenti o funzionali, per prime verifiche di sinergia e potenziale sviluppo di attività future (da PromoTurismoFvg a Finest spa).

### Centro-Nord

Nell'area Centro Nord, le attività si sono concentrate su:

- Progettazione e promozione servizio "Digital Inbuyer per le imprese emiliano-romagnole", filiera meccanica, sottosectori della subfornitura meccanica e power transmission/fluidodinamica. Il progetto è finanziato dalla Regione Emilia-Romagna e realizzato in collaborazione con Unioncamere Emilia-Romagna. Paesi target: Germania, Austria, Svizzera, Romania, Tunisia, Marocco e Turchia-Date: 21—24 settembre 2021.
- Avvio di relazioni con il socio Unioncamere Emilia -Romagna e costruzione di una prima proposta progettuale finalizzata a verificare la fattibilità di un'attività di supporto alla Regione Emilia-Romagna per promuovere l'attrattività del territorio regionale.

### Nord Ovest

Sono stati avviati contatti con il sistema camerale ligure e gli attori istituzionali locali per progettare e sviluppare servizi di accompagnamento per le PMI della filiera nautica ligure propedeutiche alla partecipazione alla manifestazione fieristica Dubai Boat Show che si terrà nel marzo del 2022.

### Sud e Isole

L'attività di coinvolgimento di soggetti terzi sta avvenendo per il tramite di alcuni soci di Promos Italia. In particolare, si è elaborato e condiviso con la Camera di Cosenza un "Accordo per lo Sviluppo Economico e la Competitività del Sistema Calabrese tra Regione Calabria ed il sistema camerale calabrese" che, per il tramite della Camera, sarà proposto alla Regione Calabria con l'obiettivo di rinnovare e rafforzare la reciproca collaborazione, accrescendo ogni possibile sinergia fra le funzioni di governo e di indirizzo proprie della Regione e quelle di sostegno allo sviluppo di imprese e territori, proprie delle Camere di Commercio.

In Campania, per il tramite dei soci Camere di Salerno e Caserta, si sono avviati confronti con l'Unioncamere Campania con l'obiettivo di condividere progetti di internazionalizzazione su alcuni settori e temi specifici, tra cui il Turismo, l'Agroalimentare e l'Export digitale.

Si sono, infine, avviati contatti diretti con la Camera di Sassari-Nord Sardegna per il tramite della sua Azienda speciale, Promocamera, al fine di verificare eventuali collaborazioni su temi specifici da concordare.

## INNOVAZIONE

L'obiettivo è l'analisi e la progettazione di nuove soluzioni per migliorare i servizi già commercializzati, per crearne di nuovi o per sviluppare nuovi processi tecnici di produzione.

A tal fine, si sta lavorando su due fronti:

- strutturazione di un'offerta di pacchetti di servizi standard e on demand rivolte alle aziende operanti sul territorio nazionale, in particolare di quei territori non presidiati da soci, con l'obiettivo di rafforzare la loro capacità di operare nei mercati internazionali e diversificare i principali mercati di sbocco;
- analisi rivolta all'ottimizzazione di alcuni flussi procedurali interni volti al miglioramento della customer experience delle imprese, con particolare riferimento ai processi di fatturazione/pagamento da poter effettuare direttamente sul sito.

Inoltre, considerata l'importanza dei settori riconducibili all'economia del mare, anche su espressa richiesta di alcuni soci, si sta lavorando ad un nuovo filone di attività che valorizzi, in chiave internazionale, un tessuto imprenditoriale diffuso su molti territori.

Grazie per l'attenzione.