



Rapporto sui programmi 2022

Attività svolte nell'ambito del
Piano Triennale 2021-2023

Indice del documento

Asset strategici	03
I pilastri del Piano Triennale 2021-23	03
Attività e risultati 2022	
• Territorio	04
• Network globale	09
• Digitale	12
• Servizi alle imprese	15
Il mercato	18

Asset strategici

Le attività svolte nel 2022 sono state realizzate facendo leva sui seguenti asset strategici:

- Valorizzazione della piattaforma SEI - "Sostegno all'Export dell'Italia" finanziato nell'ambito del Fondo di Perequazione di Unioncamere con l'obiettivo di aumentare il numero di aziende esportatrici italiane.
- Expertise di Promos Italia rispetto al settore dell'export digitale e dell'e-commerce, anche per il tramite del portale DigitExport e della collaborazione con Dintec.
- Valorizzazione del Network globale di Promos Italia attraverso il partenariato con Assocamerestero e le CCIE.
- Best practice di NIBI/Promos Italia in materia di assistenza tecnica e capacity building a favore delle Camere di commercio italiane ed estere.
- Partecipazione di Unioncamere Nazionale alla Cabina di Regia per l'Italia Internazionale e collaborazione con il Mimit - Ministero delle imprese e del Made in Italy.
- Complementarietà e sinergie nel quadro dell'Accordo di collaborazione tra ICE Agenzia, Assocamerestero e Unioncamere Nazionale e degli Accordi operativi con Sace SpA e Simest SpA.
- Collaborazioni strategiche con le altre strutture di sistema, da Isnart per il Turismo a Dintec per l'innovazione tecnologica e il digitale, da Uniontrasporti per le infrastrutture al Tagliacarne.
- Collaborazione con l'Agenzia per la Coesione Territoriale e Invitalia, anche per il tramite dell'Istituto Tagliacarne.
- Collaborazione con le Regioni, anche grazie alla stretta collaborazione con i Soci, per la definizione di politiche, programmi e strumenti di intervento a sostegno delle PMI.
- Partecipazione alla rete EEN e collaborazione con Eurochambres ed Ufficio di Bruxelles di Unioncamere Nazionale per la costruzione di consorzi e partenariati tra le Camere Socie e partner esteri.
- Opportunità derivanti dall'accesso agli strumenti finanziari previsti dal PNRR e dai Fondi di Sviluppo e Coesione (FSC) e dai Fondi Strutturali di Investimento Europei (SIE) che possono fungere da effetto moltiplicatore di risorse a favore delle imprese e dei territori.
- Adesione alle piattaforme di collaborazione transnazionali, euro mediterranee ed internazionali, in primis Joint Italia Arab Chamber of Commerce (JIACC) e ANIMA Investment Network.
- Collaborazioni sviluppate con Nazioni Unite, specie UNIDO e altre Organizzazioni Finanziarie Internazionali quali BEI, BER e Private Sector Liaison Officer (PSLO) Network di Banca Mondiale.

I Pilastri del Piano triennale 2021-23

Le attività del 2022 sono state realizzate in coerenza con gli obiettivi dei 4 Pilastri che rappresentano le basi della strategia di intervento di Promos Italia nel triennio 2021-2023.



Territorio



**Network
globale**



Digitale



**Servizi
alle imprese**



Territorio

Attività e risultati 2022

Obiettivi

Migliorare l'ascolto delle esigenze dei Soci.

Intercettare i bisogni delle aziende e tradurli in nuovi servizi e progettualità.

Ampliare il bacino delle imprese servite.

Azioni e Risultati

- Garantito, in continuità con il 2021, un presidio territoriale ampio ed efficace grazie a 7 unità locali e ad una business unit dedicata alla relazione con i Soci che garantiscono un rapporto diretto con le imprese dei diversi territori e l'ascolto costante delle loro esigenze.
- Organizzati Road Show territoriali per valorizzare il ruolo svolto dalle Camere (Milano, Cosenza, Salerno) nel supportare i processi di internazionalizzazione delle PMI del territorio.
- Realizzate attività di lead generation finalizzate ad ampliare il numero di imprese servite.
- Sviluppato un nuovo CRM per migliorare la gestione della relazione con le aziende.
- Favorito un approccio all'internazionalizzazione per filiere e specificità territoriali attraverso la proposizione di interventi integrati mirati al coinvolgimento di più imprese coinvolte nel processo produttivo.
- Valorizzati gli strumenti di comunicazione aziendale quali il sito, i Social network e l'attività di ufficio stampa che hanno consentito di migliorare la promozione dei servizi verso un numero sempre più ampio di imprese.
- Realizzata, in ogni territorio, una newsletter aziendale con una versione personalizzata per ciascun Socio.
- Garantite alle aziende news sempre aggiornate tramite le piattaforme mglobale.it e digitexport.it, che si avvalgono di autorevoli esperti e partner strategici.

Obiettivi

Sviluppare le collaborazioni con le Agenzie del sistema camerale (Dintec, Isnart, Tagliacarne, Uniontrasporti).

Azioni e Risultati

- Sviluppate collaborazioni strategiche con le altre strutture di sistema, da Isnart per il Turismo a Dintec per l'innovazione tecnologica e il digitale, da Uniontrasporti per le infrastrutture al Tagliacarne per le analisi e gli studi, al fine di rendere l'azione sui territori ancora più incisiva e inserita in politiche coordinate di intervento a favore dei territori e delle imprese.
- Rafforzata la collaborazione con gli Uffici esteri ICE-Agenzia e le Camere di Commercio Italiane all'Estero (CCIE), per il tramite di Assocamerestero soprattutto con quelle operative presso mercati strategici, così come con SACE e SIMEST con le quali esistono già Accordi di collaborazione.



ISNART



DINTEC
CONSORZIO PER L'INNOVAZIONE
TECNOLOGICA



UNIONTRASPORTI



CENTRO STUDI DELLE
CAMERE DI COMMERCIO
GUGLIELMO TAGLIACARNE

sace



ITALIA
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e
l'internazionalizzazione delle imprese italiane



ASSOCAMERESTERO
ASSOCIAZIONE DELLE CAMERE DI
COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

- Svolto un ruolo sempre più significativo nella collaborazione con le Regioni, anche grazie alla stretta collaborazione con i Soci, per la definizione di politiche, programmi e strumenti di intervento a sostegno delle PMI oltre all'assistenza al sistema camerale, sia nella fase di partecipazione ai bandi che in quella di supporto nella realizzazione delle attività.
- Consolidato il programma biennale articolato di interventi a favore dell'"Economia del Mare" pe le filiere nautica, logistica e spedizione, ed in materia di Attrattività, in collaborazione con i Soci di Genova e Ravenna e con le rispettive Autorità portuali, la Regione Liguria e Liguria international; ammissione al sector group «Maritime» della rete Enterprise Europe Network (EEN) per lo sviluppo di collaborazioni sul tema della blue economy.

Obiettivo

Promuovere il potenziale del Mezzogiorno.

Azioni e Risultati

- Elaborato il Piano per il Mezzogiorno per favorire lo sviluppo di una politica del sistema camerale per l'internazionalizzazione delle imprese e dei territori del Mezzogiorno. Il Piano individua le linee strategiche, gli obiettivi prioritari, le azioni operative e i tempi di un intervento straordinario a favore, prima di tutto, delle proprie Camere Socie che operano in Campania e Calabria per poi estendere la propria operatività a Camere non Socie ed enti locali di tutto il Sud del Paese incrementando così anche lo sviluppo di quote di fatturato a mercato che resta uno degli obiettivi prioritari della Società.
- Commissionato uno studio al Tagliacarne sulle potenzialità all'estero delle filiere del Mezzogiorno. Il lavoro, condotto in collaborazione con il Tagliacarne, si è focalizzato sulla individuazione delle principali filiere produttive del Mezzogiorno individuate in base alla catena di formazione del valore dei principali prodotti/servizi.

Obiettivo

Sviluppare collaborazioni con le Camere di Commercio per il tramite del programma "Sostegno all'Export dell'Italia - SEI" e delle progettualità legate all'utilizzo della misura 20%.

Azioni e Risultati

- Sviluppato ulteriormente il programma SEI-Sostegno all'Export di Unioncamere che vede l'adesione di 64 CCIAA Italiane e 6 Unioni Regionali.
- Coinvolte oltre 6.700 aziende nell'ultimo triennio, circa 1000/anno con check-up, piani export, assessment B2B, B2C, orientamento all'export e accompagnamento all'estero.

Risultati

- Coinvolte **2.250 imprese a livello nazionale** (+6.700 imprese nelle tre edizioni di progetto), su target di potenziali esportatrici stimato in 42.000.
- Elaborati **oltre 600 export assessment** e piani export elaborati da Promos Italia per Soci (50%) e non Soci.
- Formate **oltre 1.400 aziende** (90% tasso soddisfazione).
- Formati **oltre 300 funzionari camerale formati** (94% tasso soddisfazione).
- Evasi **oltre 200 quesiti** dall'helpdesk su richiesta di 64 Camere.
- Accompagnate **400 aziende** per 28 Camere (Soci e non Soci).

Obiettivo

Promuovere l'attrattività del territorio: marketing territoriale e attrazione degli investimenti.

Azioni e Risultati

- In collaborazione con i Soci, abbiamo mappato e valorizzato gli asset attrattivi dei territori italiani.
- Creata Generazione di Lead: **oltre 450 nuovi lead di imprese estere** attive e in stato di assistenza.
- Implementata assistenza operatori esteri: **60 imprese assistite in media al mese** per progetti di investimento.
- Assistite **700 imprese** estere nei 12 mesi.
- Implementata assistenza operatori esteri: **30 progetti di set-up nuove aziende** finalizzati (2020-22).
- Lanciata la prima campagna marketing per gli FDI della Città di Milano "It's a Match" lanciata durante l'evento Slush ad Helsinki (Novembre 2022).
- Lanciato progetto pilota Innovazione del territorio di Modena su Digital Health, 3D Bio-printing, Scienze dei materiali verso operatori e investitori svizzeri.
- Consolidato il progetto Attrattività dell'Economia del Mare (focus Germania) con l'Autorità di Sistema Portuale del Mar Ligure Occidentale (Genova-Berlino-Augsburg-Stoccarda-Genova).

Obiettivo

Promuovere l'attrattività del territorio: marketing territoriale e rafforzamento partnership.

Azioni e Risultati

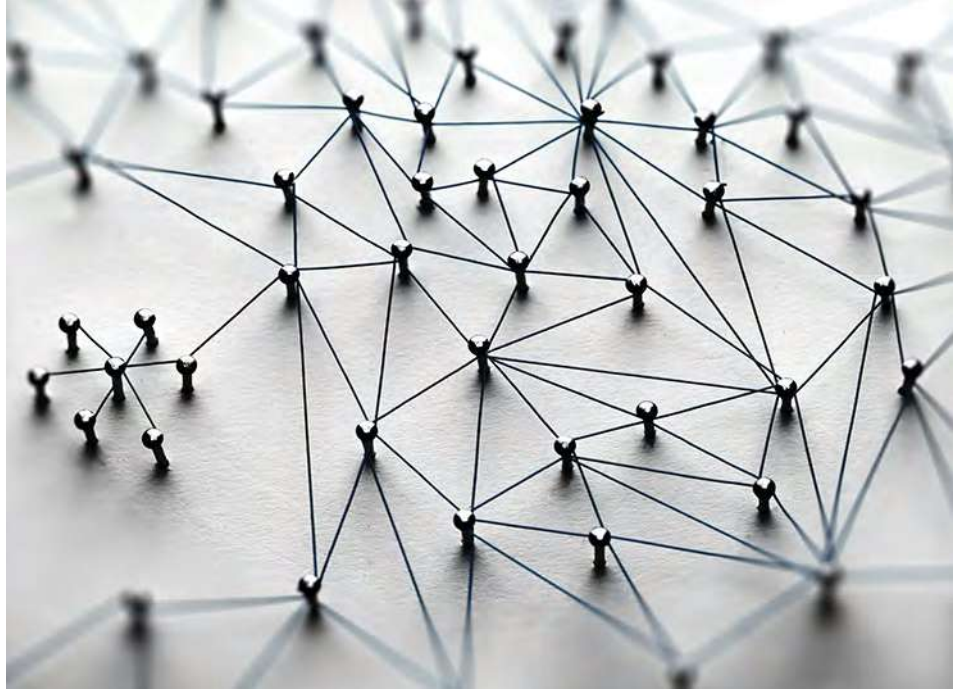
- Realizzato un programma di **25 eventi b2b all'estero** con **oltre 500 operatori esteri** incontrati.
- Realizzato un programma pilota di webinar tecnici sull'attrattività dell'Italia con **30 imprese canadesi e 15 francesi**.
- Creato un portfolio promozionale (video-grafico) dedicato agli ecosistemi dell'innovazione e dell'industria nei territori di Milano/Lombardia, Genova, Modena, Ravenna, Udine.
- Consolidata la partnership sugli FDI con Regione Lombardia-Unioncamere Lombardia e con Milano&Partners / Comune di Milano.
- Realizzata la prima edizione del progetto Attrattività Italia in collaborazione con Unioncamere Nazionale, con l'attivazione di una rete delle Camere di Commercio Italiane all'Estero (CCIE): Marsiglia, Monaco di Baviera, Stoccarda, Toronto, Zurigo.

Obiettivo

Promuovere progetti di valorizzazione del territorio e del Turismo.

Azioni e Risultati

- Elaborato un Piano di Promozione del Turismo - Milano MICE 2022 con misure tese a sviluppare presidi a favore del sistema economico territoriale e degli operatori del settore MICE del territorio di Milano rafforzando la riconoscibilità come destinazione turistica sul piano internazionale.
- Realizzati **15 eventi** in Italia e all'estero.
- Realizzati **406 buyer** in eventi b2b.
- Coinvolti **101 seller** in eventi b2b.
- Coinvolti **29 Buyers Fam Trip MICE**, provenienti dai mercati target Europa & USA.
- Realizzati **1.279 meeting b2b** (924 incontri fisici e 355 incontri virtuali).
- Realizzati **10 LinkedIn Pro Business Turismo MICE**: 10 aziende partecipanti, 308k impression, 307 nuovi potenziali clienti trovati
- Organizzati **9 City Desk**, un punto informativo sulla città: 9 presidi c/o Mico - 86 paesi di provenienza - 77,3% prima visita a Milano
- Realizzati **11 Milano Ambassador Programme**: 11 personalità premiate - 47 Mln di reach.
- Ottenute **oltre 300 RFP** (request for proposal) ottenute da YesMilano Convention Bureau.



Network globale

Attività e risultati 2022

Obiettivi

Individuare mercati strategici e selezionare potenziali partner, in raccordo con le rappresentanze diplomatiche in loco, Unioncamere Nazionale ed Assocamerestero.

Individuare le possibilità di collaborazione e definire relativi accordi e piani operativi.

Azioni e Risultati

- Definito il Piano di sviluppo del Network Globale 2021-2023 che risponde alla necessità di dover rafforzare il proprio network a livello internazionale per poter disporre di una struttura operativa a rete e di un radicamento e presidio presso i mercati esteri 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.
- Ridefiniti i mercati strategici a seguito del proseguimento del trend di crescita dell'economia globale nell'Asia - Pacifico e delle conseguenze del conflitto in Ucraina sull'assetto degli equilibri geopolitici mondiali.
- Concentrata la propria azione nel gruppo dinamico dei 12 mercati strategici ad alto potenziale per l'export e l'attrattività, così come individuati nel Piano.



Partner e stakeholder



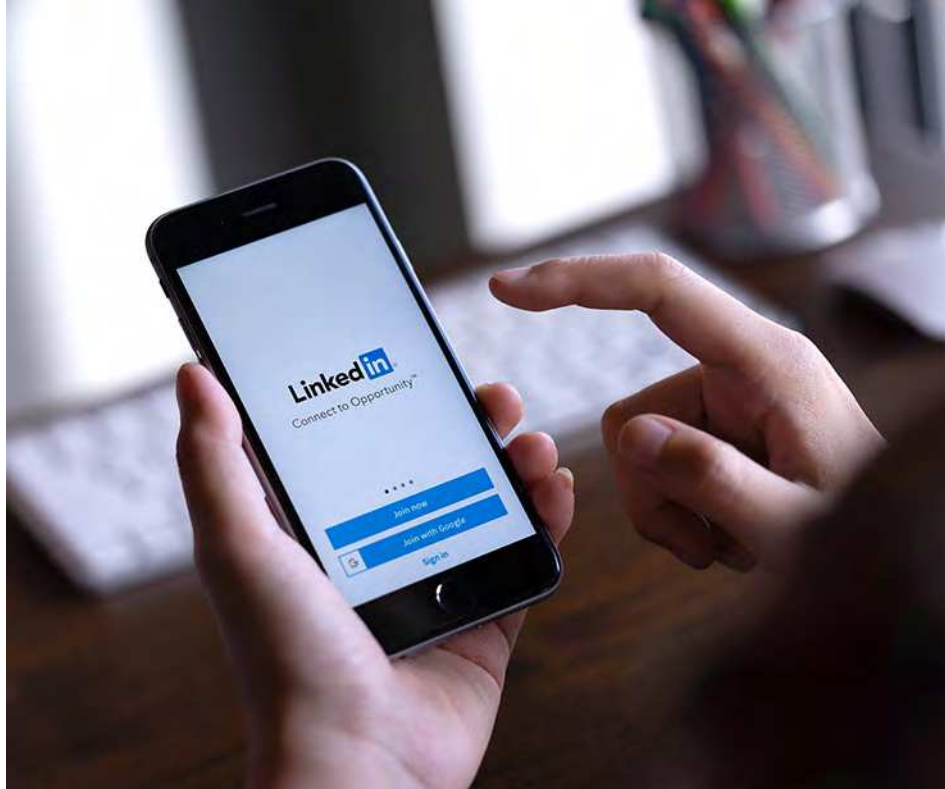
Obiettivi

Intensificare l'attività volta ad intercettare finanziamenti europei ed internazionali.

Sostenere il ruolo attivo del Sistema camerale quale soggetto co-attuatore ex lege degli interventi della PPAA a valere sul PNRR.

Azioni e Risultati

- Effettuate **3 candidature** a valere su Bandi Europei (100% di tasso di successo).
- Implementato un servizio di assistenza tecnica ed euro-progettazione specifica per i Soci di Cosenza, Modena, Pordenone-Udine, Umbria.
- **10 progetti europei** per un valore di oltre 14 milioni di euro.
- Coinvolti **59 partner in 15 mercati**.
- Raggiunti **28 mercati** di intervento.
- Coinvolte **oltre 1.000 aziende** nei servizi.
- Coinvolti **82 enti** (Business Support Organisations - BSOs).



Digitale

Attività e risultati 2022

Obiettivi

Supportare aziende a sviluppare ecommerce, Social network, motori di ricerca tramite DigITExport.

Mettere a disposizione delle imprese una piattaforma in grado di integrare la relazione fisica e a distanza.

Azioni e Risultati

Digitexport

- Sviluppata e integrata la piattaforma DigitExport come Portale di accesso ad informazioni sul digitale e all'offerta di servizi innovativi dedicati all'export digitale che prevedono: attività di informazione online, tramite webinar, e di animazione del territorio attraverso eventi mirati alla sensibilizzazione su tematiche "digital related".
- Implementati alcuni tools di assessment per definire il posizionamento on-line delle imprese, valutare la loro propensione all'ecommerce e verificare il corretto utilizzo dei Social network (Digit test, Digit commerce; DigIT Social).
- Organizzato l'accompagnamento delle imprese attraverso percorsi strutturati che includono i seguenti steps: analisi del posizionamento/propensione all'export digitale; formazione - informazione su tematiche specifiche del mondo digital.
- Erogati servizi di base e primo accompagnamento all'utilizzo di strumenti digitali per e-commerce, Social, lead generation e promozione internazionale

InBuyer

Sviluppato il percorso InBuyer grazie al quale Promos Italia si è dotata di una piattaforma tecnologica, messa a disposizione dei propri Soci per gestire attività di matching tra operatori italiani ed internazionali, nell'ambito di eventi digitali e/o in presenza.

La piattaforma, nata come risposta all'emergenza pandemica, nel corso del 2021 è stata migliorata e consente oggi alle aziende italiane di presentarsi a qualificati operatori internazionali appositamente selezionati da Promos Italia e gestire in autonomia tutte le fasi necessarie alla generazione di nuovi lead.

La piattaforma permette inoltre di monitorare le attività delle aziende tramite la raccolta di dati la cui analisi potrà consentire ulteriori evoluzioni dello strumento.

InBuyer ha un format specifico per il Turismo con due differenti linee di servizio: Digital: attività di matching tra imprese italiane ed operatori internazionali realizzata tramite una apposita piattaforma e Fam Trip: accoglienza di operatori esteri in Italia per consentire di far conoscere ed apprezzare il nostro territorio.

Obiettivi

Promuovere servizi avanzati di digitalizzazione, marketplace ed ecommerce.

Definire una strategia condivisa con la rete PID.

Azioni e Risultati

InBuyer

- Coinvolte **1.418 aziende** italiane.
- Coinvolti **280 buyer** internazionali.
- Raggiunte oltre **10.000 interazioni** tra buyer e seller.
- Realizzati **2.658 incontri b2b** (97,1% dei quali in target e 74,3% ha aperto nuove prospettive commerciali).

Outgoing

- Coinvolte **164 aziende** partecipanti
- Realizzati **990 incontri b2b**.
- Organizzate missioni in Emirati Arabi Uniti, Arabia Saudita, Canada, Marocco, India e Giappone.

MatchIt

- Coinvolte **233 aziende** nel triennio.
- Coinvolti **48 partecipanti** alle attività del 2022.
- Realizzati b2b virtuali in Africa (Ghana e Costa d'Avorio), CSA (Brasile e Messico).
- Organizzate ricerche Partner in 8 Paesi europei.
- Realizzati Study Visit alla fiera di Londra.

Obiettivi

Intensificare l'attività volta ad intercettare finanziamenti europei ed internazionali.

Sostenere il ruolo attivo del Sistema camerale quale soggetto co-attuatore ex lege degli interventi della PPAA a valere sul PNRR.

DigIT Export, servizi digitali e PID

- Erogati **442 assessment** (DigIT Test e DigITCommerce).
- Coinvolti **98 iscritti a DigIT Expert** (71 appuntamenti).
- Organizzati **20 webinar su temi digital** per un totale di 753 partecipanti.
- Organizzato **1 seminario in presenza** totale di 126 partecipanti.
- Organizzati **3 roadshow** posizionamento totale di 160 partecipanti.
- Coinvolte **637 aziende** che hanno fruito dei servizi digitali.
- Raggiunte **1.310 nuove imprese iscritte nel CRM** (1.595 contatti).
- Organizzati **68 eventi PID** per un totale di 2.518 partecipanti.
- Erogati **884 servizi dal PID** totale di 723 aziende.

Azioni e Risultati

- Implementato un ERP - Enterprise Resource Planning - per supportare l'azienda nelle decisioni e aumentare la produttività grazie a maggiore sicurezza e facile reperimento dei dati; snellimento dell'operatività, che favorisce le comunicazioni tra reparti e la lavorazione simultanea di più progetti; ottimizzazione dei processi, che vengono impostati secondo flussi di lavoro chiari, definiti e monitorabili; riduzione dei costi e degli sprechi, attraverso strumenti di monitoraggio e reportistica dettagliata; facilitazione delle decisioni di business con strumenti di analisi e interpretazione dati.
- Avviato un nuovo CRM - Customer Relationship Management - di mercato per migliorare la gestione delle relazioni con le imprese e del relativo ingaggio, la lettura micro e aggregata dei "comportamenti di acquisto", le possibili azioni di MarketingAutomation e le analisi dei dati in modo da strutturare una business intelligence che consenta scelte strategiche supportate dalla lettura incrociata delle diverse variabili fondamentali. Oltre ad essere uno strumento che permette una gestione efficace della promozione e delle relazioni con le aziende, il CRM rappresenta un patrimonio aziendale sia in termini di aziende acquisite nella banca dati nel corso degli anni (circa 40.000 contatti) che delle interazioni intercorse con le stesse e dei servizi di cui le aziende hanno beneficiato.
- Avviato il nuovo strumento di comunicazione per migliorare sia la comunicazione interna, verso e tra i dipendenti, che quella esterna, verso i Soci e le imprese con l'obiettivo di raccogliere in un unico luogo tutti i dati più significativi relativi ai servizi erogati.



Servizi alle imprese

Attività e risultati 2022

Obiettivi

Assicurare ai Soci un'offerta di servizi coerente - innovativa - efficace - sostenibile.

Consolidare la posizione di Promos Italia nel mercato dei servizi di internazionalizzazione per imprese e attrattività.

Qualificare la value proposition dei servizi alle imprese.

Privilegiare servizi specialistici e percorsi di accompagnamento ai mercati esteri.

Azioni e Risultati

- Sviluppata un'attività complessiva di programmi e servizi riconducibile a 11 linee di macro-attività coerenti con le esigenze sia delle imprese che, pur non avendo mai esportato, ne hanno tutte le potenzialità sia di quelle imprese più strutturate e già organizzate per gestire relazioni commerciali con l'estero.
- Proposti servizi ai Soci attraverso programmi con attività trasversali, scalabili, replicabili e sostenibili rispetto alla capacità operativa e finanziaria di Promos Italia.
- Realizzata un'offerta di programmi e servizi in stretto raccordo con la strategia di interventi e gli strumenti operativi e finanziari messi a disposizione da Unioncamere Nazionale, in particolare attraverso: il fondo perequativo dedicato ad un ulteriore sviluppo del programma «Sostegno all'Export dell'Italia (SEI)»; l'incremento del 20% del diritto annuale finalizzato alla realizzazione di progetti per l'Internazionalizzazione.

Obiettivo comune di questi interventi è quello di rafforzare, anche grazie al contributo di Promos Italia, la strategia del sistema camerale a sostegno delle imprese attraverso la realizzazione di iniziative che, garantiscano una soglia minima di servizi comune a tutti i punti della rete camerale nonché eventuali servizi avanzati e personalizzati di formazione, accompagnamento all'estero e di digital export sulla base delle esigenze dei territori.

Obiettivo

Progettare servizi innovativi.

Azioni e Risultati

L'offerta complessiva si è caratterizzata per un elevato grado di innovazione attraverso:

- lo sviluppo di politiche innovative a favore della digitalizzazione delle imprese, con l'obiettivo di stimolare nelle imprese la ricerca di nuove opportunità di business nei mercati internazionali, tramite l'utilizzo dei nuovi canali e tecnologie digitali.
- L'ampliamento dell'offerta di servizi digitali proposti e la realizzazione di nuovi strumenti di assessment per le imprese.
- L'avvio di nuovi servizi di "Finanza per l'Internazionalizzazione", con attività di informazione, formazione e consulenze mirate one-to-one con le imprese svolte anche in collaborazione con Dintec, Simest, e Invitalia.
- La realizzazione di nuovi servizi di assistenza alle imprese al fine di facilitare l'accesso alle opportunità dei finanziamenti nazionali, internazionali e fondi PNRR.

Obiettivi

Valorizzare il patrimonio di conoscenze interne anche attraverso attività di formazione continua

Sviluppare percorsi formativi per imprese e manager.

Recuperare efficienza e migliorare l'erogazione e i tempi di risposta.

Definire un'offerta di servizi coerente con le esigenze delle imprese estere che vogliono investire in Italia.

Azioni e Risultati

- Implementato un percorso costante di empowerment & know-how transfert, team & capacity building dedicato al personale dell'azienda per il tramite dell'organizzazione di incontri in presenza ed a distanza con riguardo alle condivisione delle principali progettualità e servizi, finalizzato all'acquisizione di metodologie, strumenti tecnico-operativi comuni.
- Sviluppati per il tramite di NIBI, nell'ambito della formazione executive, programmi formativi per preparare i manager del futuro a diventare incubatori e promotori di innovazione attraverso percorsi specialistici e attività di formazione nell'ambito dei Programmi nazionali, europei e internazionali quale strumento fondamentale di capacity building e technical assistance di funzionari italiani ed esteri.
- Realizzata analisi rivolta all'ottimizzazione di alcuni flussi procedurali interni finalizzati al miglioramento della customer experience delle imprese.
- Gestita la funzione di "assistenza e soft landing", su alcuni territori dei Soci, nei confronti di imprese estere impegnate in progetti di investimento, fornendo servizi tailor made tecnico-specialistici.
- Incentivata la partecipazione del personale aziendale al corso di Formazione "Dai Valori ai Comportamenti".

Obiettivi

Progettare e realizzare percorsi di formazione e aggiornamento.

Migliorare la comunicazione verso i Soci e le imprese

Promuovere la conoscenza della finanza per l'internazionalizzazione

Primo orientamento e formazione

- Realizzati webinar prima assistenza (1.733 partecipanti).
- Realizzate **11 iniziative formative** (3.143 partecipanti).
- Realizzati **27 corsi formazione specialistica NIBI**
- Realizzati **3 Short Master NIBI**
- Realizzati **22 Corsi Executive NIBI**
- Realizzati **59 Corsi di formazione online** (Progetto SEI, Ebsomed, Outgoing, EAU, Unido, Eumatch, Ready2expo, INTERREG-ISACC Molise).

Attività di comunicazione

- **Sito Promos** (325 post, 117.465 visualizzazioni pagina, 38.695 utenti unici).
- **MGlobale** (150 articoli, 573.560 visualizzazioni pagina, 406.266 utenti unici).
- **DigIT Export** (62 articoli, 111.170 visualizzazioni pagina, 65.802 utenti unici).
- **Ufficio Stampa** (20 comunicati stampa+150 articoli pubblicati).
- **Social Network** (1551 post, 10.600 follower, 298.975 visualizzazioni).

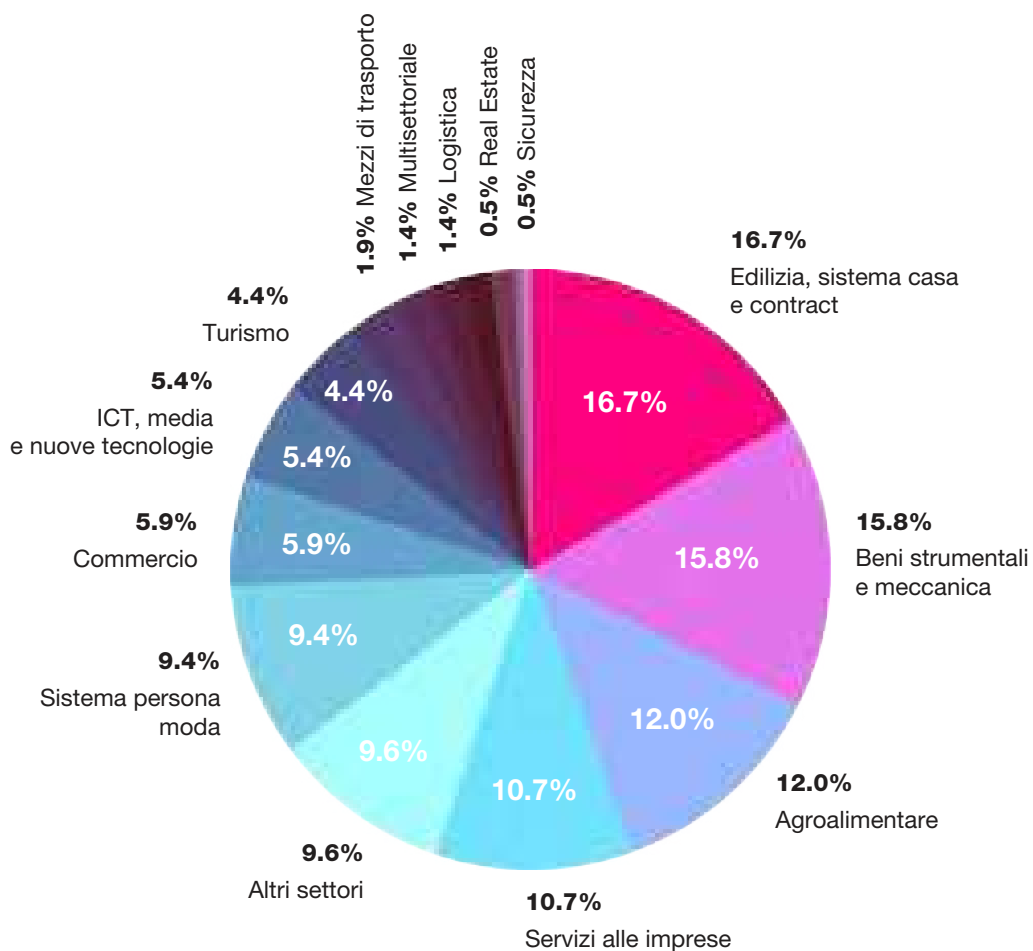
Finanza per l'Internazionalizzazione

- Informate **oltre 930 imprese** sui finanziamenti disponibili.
- Supportato il know-how di **126 imprese** con Short Master NIBI.
- Supportato il know-how dei funzionari camerali con **6 incontri**.
- Assistite one-to-one **63 imprese**.
- Fornita consulenza one-to-one a **40 imprese** a Cosenza e Salerno.
- Valorizzate le partnership (Dintec: **3 webinar**, Simest: **5 eventi/webinar**, Invitalia: **2 webinar** su Bonus Export Digitale).

CRM DYNAMICS 365

- **27.342 imprese uniche** (36.617 contatti).
- **10.055 partecipanti** alle iniziative 2022.
- **4.435 aziende uniche** partecipanti alle iniziative 2022.

Di seguito la distribuzione delle imprese uniche per settore.





Il Mercato

Promos Italia opera secondo i principi dell'in-house providing, attraverso quindi affidamenti diretti da parte dei propri Soci.

Nel rispetto della normativa di riferimento recepita nel proprio Regolamento Consortile e nello Statuto, la Società deve rispettare il vincolo in base al quale almeno l'80% del fatturato deve essere realizzato nello svolgimento di compiti affidati dai Soci.

I ricavi relativi ai servizi erogati nei confronti dei non Soci, cioè derivanti da quelle attività considerate rivolte al Mercato, possono rappresentare una quota massima del 20%.

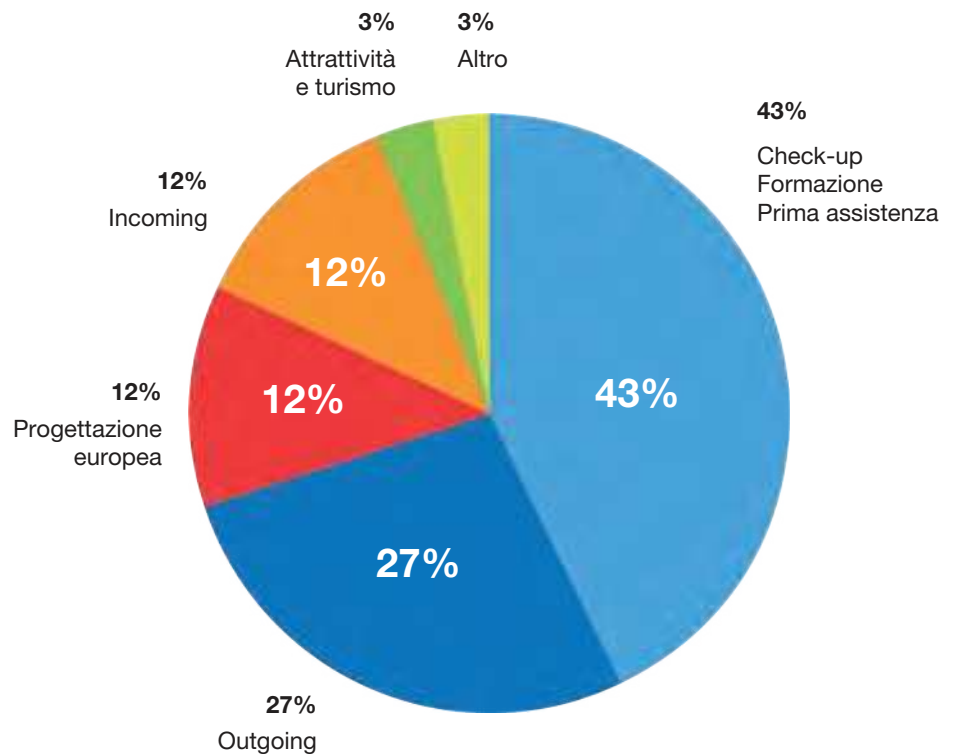
Per dare seguito alle linee strategiche del Piano triennale 2021-2023, Promos Italia, nel corso del 2022, ha elaborato:

PIANO DI SVILUPPO DEL MERCATO - BIENNIO 2022-2023

Il Piano è stato elaborato per adempiere all'obiettivo della Società di disporre di una strategia operativa finalizzata all'individuazione delle opportunità di sviluppo del fatturato verso soggetti non Soci, definiti come "Mercato", con l'obiettivo di diminuire nel tempo l'impegno minimo dei Soci nei confronti della consortile.

Tipologia di servizi erogati in valore percentuale rispetto al volume di fatturato conseguito pari ad un importo di 468.065 € (Settembre 2022).

La voce Altro include alcuni servizi di promozione economica in Italia resi a favore di BSO.



Top ten target 2022

TOP TEN TARGET PER VOLUME DI RICAVI CONSEGUITI NEL 2022 (SETTEMBRE 2022)

CCIAA MOLISE E SERM € 41.992

FIERA MILANO € 40.000

CCIAA RIVIERE DI LIGURIA € 34.000

ASIPS CASERTA € 25.000

UNIONCAMERE CALABRIA € 24.230

CCIAA VITERBO RIETI € 23.200

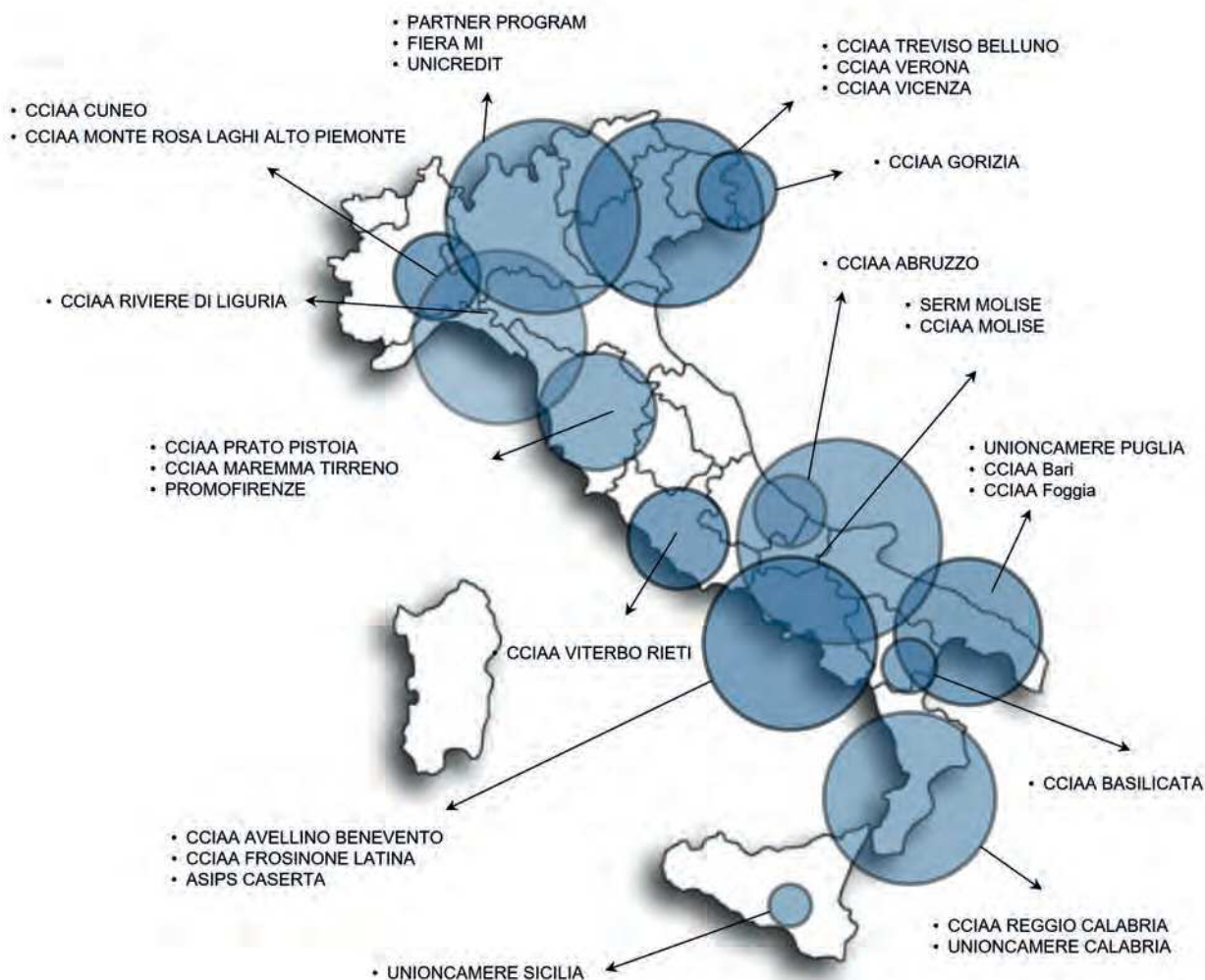
UNIONCAMERE PUGLIA € 21.750

CCIAA VERONA € 20.500

CCIAA REGGIO CALABRIA € 19.000

CCIAA VICENZA € 18.600

CCIAA FROSINONE LATINA € 17.200



La geografia delle commesse 2022





Promos Italia S.c.r.l.

Agenzia italiana per l'internazionalizzazione

Via Carducci, 6 - 20123 Milano

Tel: 02 8515 5336

Email: promos.segreteria@promositalia.camcom.it

Email: info@promositalia.camcom.it

PEC: promositaliascrl@legalmail.it



CAMERA DI COMMERCIO
BERGAMO



Camera di Commercio
Caserta



Camera di Commercio
Catanzaro



CAMERA DI COMMERCIO
COSENZA



Camera di Commercio
Genova



CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO
MONZABRIANZA
LODI



CAMERA DI COMMERCIO
MODENA



CAMERA DI COMMERCIO
PORDENONE-UDINE



Camera di Commercio
Ravenna



CAMERA DI COMMERCIO
SALERNO



CAMERA DI COMMERCIO
TOSCANA NORD-OVEST



CAMERA DI COMMERCIO
DELL'UMBRIA



UNIONCAMERE



UNIONCAMERE
EMILIA-ROMAGNA

