

Bando Export 4.0

COMMERCIO DIGITALE E FIERE: NUOVI MERCATI PER LE
IMPRESE LOMBARDE



Obiettivi e finalità

Misura A "E-commerce per l'export": favorire l'accesso alle piattaforme *e-commerce cross border* (B2B e/o B2C) gestite da operatori specializzati del mercato e l'avvio, sviluppo e manutenzione di sistemi e-commerce proprietari;

Misura B "In fiera per l'export": sostenere la partecipazione in forma singola o aggregata ad eventi fieristici in un Paese estero con o senza l'intervento di soggetti intermediari.

Dotazione finanziaria

Anno	Misura A	Misura B	Totale
2018	€ 1.250.000	€ 1.250.000	€ 2.500.000
2019	€ 1.500.000	€ 1.500.000	€ 3.000.000
Totale	€ 2.750.000	€ 2.750.000	€ 5.500.000

Stanziamiento interamente a carico di **Regione Lombardia**

Beneficiari, tipologia e importi dei contributi

MPMI lombarde appartenenti ai seguenti settori:
manifatturiero, costruzioni e servizi alle imprese

Linea di intervento	Contributo concedibile	Investimento minimo	Importo massimo contributo
Misura A – E-commerce per l'export	70% delle spese ammissibili	€ 4.000	€ 10.000
Misura B – In fiera per l'export	50% delle spese ammissibili	€ 4.000	€ 6.000

Finestre di presentazione delle domande

Misure	Data apertura	Data chiusura	Nota
A e B	23 aprile 2018 (ore 14.30)	18 maggio 2018 (ore 12.00)	Prima finestra (a valere sui fondi 2018)
A e B	6 novembre 2018 (ore 14.30)	30 novembre 2018 (ore 12.00)	Seconda finestra (a valere sui fondi 2019)

Caratteristiche Misura A – «E-commerce per l'export»

- Progetti relativi all'**apertura e/o al consolidamento di un canale commerciale per l'export dei propri prodotti** tramite l'accesso a servizi specializzati per la vendita online b2b e/o b2c forniti da terze parti o realizzati all'interno del portale aziendale proprietario
- I progetti devono prevedere una o più delle seguenti fasi di attuazione della strategia di export digitale online: **valutazione di fattibilità, predisposizione del piano specifico di comunicazione** e promozione, acquisizione di **strumenti e servizi per avviare o qualificare l'attività di vendita** sui canali e-commerce
- Nei progetti devono essere specificate la tipologia del portafoglio prodotti da esportare, i mercati esteri di destinazione e i siti di vendita online prescelti

Spese ammissibili Misura A – «E-commerce per l'export»

- a) **analisi di fattibilità del progetto**, con particolare riferimento alle esigenze di adeguamento amministrativo, organizzativo, formativo, logistico, di acquisizione di strumenti e servizi;
- b) organizzazione di interventi specifici di **formazione** del personale;
- c) realizzazione di una **strategia di comunicazione, informazione e promozione per il canale export digitale** (es. predisposizione di schede prodotto, gallery fotografiche, presentazione e traduzione di articoli...);
- d) **progettazione, sviluppo e/o manutenzione di sistemi e-commerce proprietari (siti e/o app mobile)**;
- e) **sostegno al posizionamento dell'offerta** sui canali commerciali digitali prescelti verso i mercati esteri selezionati;
- f) **automatizzazione** delle operazioni di trasferimento, aggiornamento e gestione degli articoli da e verso il web (API – Application Programming Interface);
- g) **raccordo** tra le funzionalità operative del canale digitale di vendita prescelto e i propri sistemi CRM;
- h) **protezione e/o registrazione dei marchi e/o degli articoli** compresi nel portafoglio prodotti nei mercati esteri di destinazione prescelti;
- i) **campagna digital marketing ed attività di promozione sui canali digitali**;
- j) **accesso ai servizi di vendita online** sui canali prescelti (tariffe di registrazione ed eventuali quote determinate in percentuale sulle transazioni effettivamente realizzate, sostenute durante il periodo di validità del progetto).

Caratteristiche e spese Misura B – «In fiera per l'export»

- I progetti dovranno consistere nella partecipazione a una **manifestazione fieristica in un Paese estero** selezionato dall'impresa richiedente in base alle proprie strategie di export.
- Spese ammissibili:
 - a) affitto di spazi espositivi**, comprese eventuali tariffe di iscrizione alla manifestazione fieristica;
 - b) allestimento di stand**;
 - c) servizi accessori**: hostess, steward, interpretariato, pulizia e sicurezza;
 - d) trasporto** a destinazione **di materiali e prodotti** (solo campionario).

Valutazione delle domande

Procedura di valutazione - Misura A

- Mediante **procedura a sportello valutativo**
- Oltre alla prenotazione del contributo e al superamento dell'istruttoria formale, le domande dovranno superare anche un'istruttoria tecnica

Procedura di valutazione - Misura B

- Mediante **procedura a sorteggio**
- Qualora l'ammontare delle domande formalmente ammissibili superi la dotazione finanziaria prevista, i beneficiari saranno selezionati tramite estrazione casuale con seduta pubblica (18 gennaio 2019)

Valutazione tecnica misura A

Criteria di valutazione	Parametri di valutazione	Fasce di valutazione	Punti
Chiarezza e coerenza nella definizione degli obiettivi (max 50 punti)	Livello di chiarezza nella presentazione della proposta progettuale con particolare riferimento all'indicazione dettagliata di: <ol style="list-style-type: none"> 1. attività previste; 2. tempi di realizzazione; 3. obiettivi; 	Alto	Fino a 25 punti
		Medio	Fino a 16 punti
		Basso	Fino a 8 punti
	Livello qualitativo della proposta progettuale con riferimento alla coerenza del progetto rispetto agli obiettivi previsti: <ol style="list-style-type: none"> 1. natura e pertinenza dei servizi richiesti e degli eventi pianificati; 2. coerenza con le capacità tecnico-organizzative e con l'esperienza dell'impresa; 	Alto	Fino a 25 punti
		Medio	Fino a 16 punti
		Basso	Fino a 8 punti
Predisposizione all'export del soggetto proponente (da rilevare mediante il prospetto di analisi della predisposizione all'export di cui al modulo di domanda) (max 50 punti)	Esperienza nell'export;	Fino a 15 punti	
	Organizzazione aziendale;	Fino a 20 punti	
	Capacità produttiva;	Fino a 15 punti	

Sorteggio misura B

Se l'ammontare delle domande formalmente ammissibili supera la dotazione finanziaria prevista (1,5 mln € per l'annualità 2018 + residui finestra precedente)



Si procede ad un **sorteggio** (ai sensi dell'art. 32 coma 2 bis, lettera e) della L.r. n. 1 dell'1 febbraio 2012) da realizzarsi:

- con un software di estrazione casuale
- con seduta pubblica il 18 gennaio presso gli uffici di Unioncamere Lombardia



Saranno selezionati i soggetti richiedenti **in ordine di estrazione** fino al raggiungimento della dotazione finanziaria prevista

Iter del Bando



Variazioni dalla 1° alla 2° finestra riguardanti la misura A

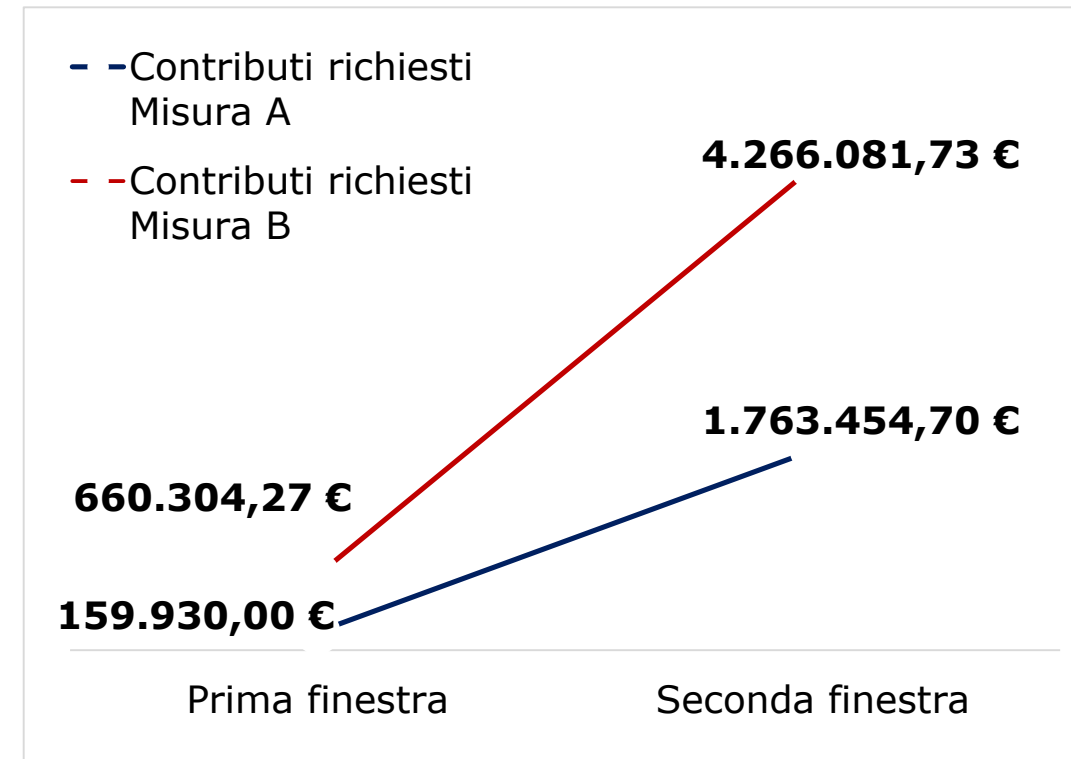
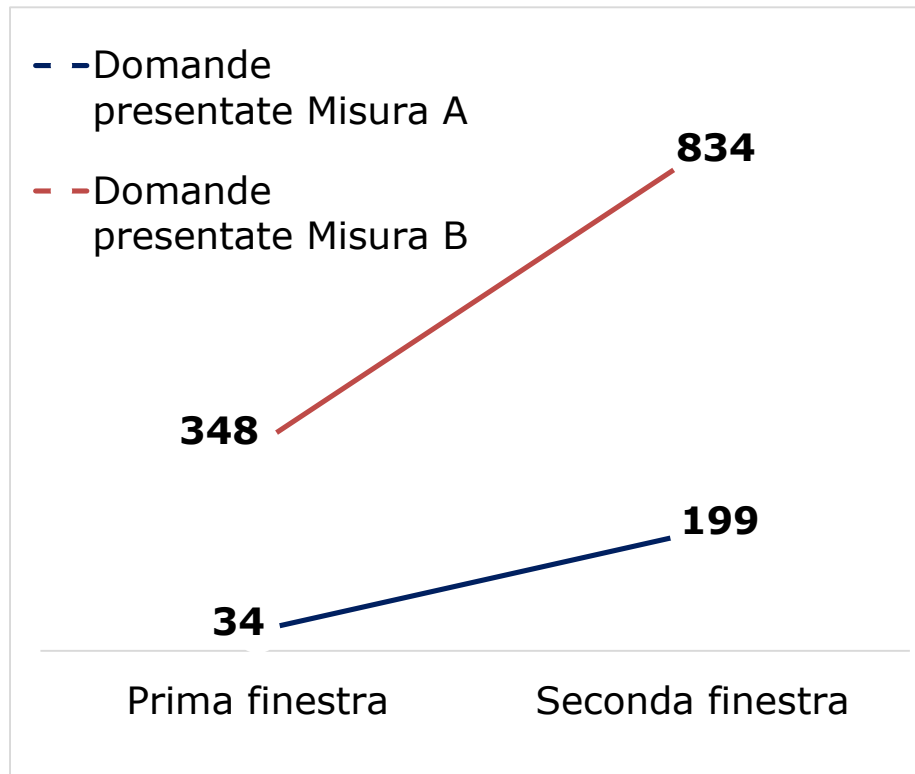
Al fine di rendere il Bando maggiormente incentivante rispetto ai risultati sotto le attese della prima finestra, con Delibera di Giunta Regionale n.583/2018, sono state apportate le seguenti modifiche:

- estensione degli interventi ammissibili anche ai soggetti che intendono avviare, sviluppare o mantenere sistemi e-commerce proprietari;
- eliminazione dei vincoli percentuali previsti per tutte le voci di spesa richiamate nel paragrafo "spese ammissibili";
- introduzione della tipologia di spesa: campagne digital marketing ed attività di promozione sui canali digitali;
- variazione dell'entità dell'agevolazione:
 - in luogo della percentuale di contribuzione pari al 50% delle spese ammissibili viene prevista una percentuale del 70%;
 - in luogo del valore dell'investimento minimo previsto in 6.000 euro viene previsto un valore ridotto pari a 4.000 euro;
 - in luogo del valore del contributo massimo erogabile di 6.000 euro viene previsto un valore superiore di 10.000 euro.

Esito domande pervenute

		Prima finestra	Seconda finestra	Totale
Misura A	Domande presentate	34	199	233
	Contributi richiesti	159.930,00 €	1.763.454,70 €	1.923.384,70 €
Misura B	Domande presentate	348	834	1182
	Contributi richiesti	660.304,27 €	4.266.081,73 €	4.926.386,00 €
Totale	Totale domande	382	1033	1415
	Totale contributi	820.234,27 €	6.029.536,43 €	6.849.770,70 €

Esito domande pervenute



Le domande sono aumentate del 170% dalla prima alla seconda finestra

Esito domande finanziate

		Prima finestra	Seconda finestra	Totale
Misura A	Domande finanziate	16	156	172
	Contributi assegnati	€ 88.477,00	€ 1.420.977,25	€ 1.509.454,25
Misura B	Domande finanziate	267	666	933
	Contributi assegnati	€ 534.000,00	€ 3.456.545,75	€ 3.990.545,75
Totale	Totale domande	283	822	1105
	Totale contributi	€ 622.477,00	€ 4.877.523,00	€ 5.500.000,00

- **78% (1105 su 1415) delle domande finanziate!**
- Le modifiche al Bando hanno permesso di stanziare tutti i fondi, prevedendo in aggiunta una lista d'attesa pari a € 335.000 formata da 62 imprese ammesse non finanziabili

Considerazioni su progetti misura A

- **30** domande non hanno superato l'istruttoria formale: codice ATECO non previsto dal Bando, irregolarità DURC, documentazione non completa...
- Delle restanti 169, 156 risultano finanziabili e **13 hanno presentato progetti che non raggiungono la soglia minima di ammissibilità** prevista dal Bando pari a 60 pt. Il motivo più ricorrente per cui sono stati esclusi è che trattasi di progetti incentrati esclusivamente sulle attività di digital marketing e comunicazione digitale, senza però alcun riferimento all'utilizzo di canali di vendita online (sia proprietari che forniti da terzi): si tratta di progetti non in linea con gli obiettivi del Bando in quanto tali spese potevano essere complementari a quelle relative all'e-commerce, ma non esclusive

Considerazioni su progetti misura A

- **Tipologie di progetti ammessi e finanziati:**

- **E-commerce proprietario.** La maggioranza dei progetti finanziati riguardano l'implementazione di un proprio portale e-commerce aziendale, spesso con la previsione di altre spese collegate: analisi di fattibilità, strategia di comunicazione e campagne digitale marketing sono le spese «complementari» maggiormente riportate
- **Accesso a canali b2c o b2b forniti da Marketplace:** Amazon, Alibaba e E-bay i più presenti. In questi casi, sono ovviamente riportati i costi per l'accesso ai servizi di vendita online (tariffe di registrazione e quote sulle transazioni effettivamente realizzate), ma anche costi di analisi di fattibilità, realizzazione di gallery e raccordo con i propri sistemi CRM
- **Unicredit Easy Export:** sono stati presentati 14 progetti che fanno riferimento ad un pacchetto offerto da Unicredit che prevede una partnership con Alibaba per quanto riguarda il marketplace, con Vargroup per la realizzazione di una strategia di posizionamento e comunicazione e con Geodis per la consulenza logistica relativa alle pratiche doganali, fiscali e amministrative



roberto.valente@lom.camcom.it