



PROMOS

Internazionalizzazione
e marketing territoriale

Promos

Fatti e dati salienti del 2015

Premessa

Le iniziative e i servizi per le imprese

Le attività di promotion e i servizi di assistenza personalizzata

La formazione

L'informazione specializzata

L'attività di Invest in Lombardy

Le azioni per EXPO 2015

Le alleanze e le collaborazioni

Premessa

La via per l'estero continua a confermarsi la principale leva per lo sviluppo e la competitività del nostro sistema di imprese. In un contesto nazionale e internazionale difficile per l'Italia, stretta tra la necessità di riequilibrare i conti pubblici e l'esigenza di rilanciare l'economia, a fronte di un calo delle importazioni dovuto al crollo della domanda interna aggregata, sono infatti le esportazioni di beni e servizi a sostenere la produzione e gli ordini del settore manifatturiero e a scandire il ritmo dell'attività produttiva.

Con riferimento all'intero anno, il 2015 si è caratterizzato per aver apportato ai nostri scambi con l'estero due ottimi risultati. Il primo è che l'export italiano nel mondo, cresciuto del 3,7%, ha superato per la prima volta in assoluto la soglia dei 400 miliardi di euro, attestandosi a quota 413,8 miliardi. Il secondo – conseguenza anche del primo – è che il saldo commerciale ha registrato un attivo di 45,2 miliardi di euro. Mai negli anni precedenti si era conseguito un avanzo così elevato. La performance migliore spettava infatti al 2014, quando l'anno si chiuse con una bilancia in surplus per 41,9 miliardi.

Il 2015 è stato poi un anno *eccezionale* per il Sistema Italia e, in particolare, per la Lombardia. L'Esposizione Universale 2015, al netto dell'afflusso di visitatori e della molteplicità di iniziative che hanno animato l'intera Lombardia, ha rappresentato l'occasione per incrementare le relazioni con il resto del mondo e per intercettare flussi di utenza business.

In questo contesto Promos ha sviluppato la propria attività: a servizio delle imprese milanesi e lombarde per accompagnarle sui mercati esteri; a servizio

delle associazioni e delle camere di commercio - non solo lombarde - per affiancarle nella realizzazione di progetti dedicati al supporto dell'operatività internazionale delle imprese; a servizio delle istituzioni locali per promuovere il territorio regionale facendo leva sull'Esposizione Universale come moltiplicatore di relazioni internazionali; a servizio di aziende ed istituzioni estere interessate ad occasioni di match-making con operatori italiani e lombardi per sviluppare opportunità di business.

Le iniziative e i servizi per le imprese

Le attività di promotion e i servizi di assistenza personalizzata

Nel corso del 2015 si è consolidato il ruolo di Promos quale azienda di servizi all'internazionalizzazione che opera secondo logiche di mercato: radicata sul territorio regionale, attenta a valorizzare la prossimità alle imprese e agli attori locali per rispondere in maniera puntuale ed efficace ai bisogni degli operatori e del sistema locale.

La domanda e la soddisfazione dell'utenza sono stati i driver per la definizione dell'offerta dei servizi. Rispondendo ad un'esigenza diffusa – avvertita sia da aziende strutturate sia da aziende *matricole* – di ricevere un supporto completo e globale per approcciare l'estero, sono stati proposti dei percorsi di accompagnamento su differenti mercati obiettivo. Tali percorsi sono stati concepiti e realizzati come mix di servizi vari – dall'attività di formazione all'attività di ricerca partner, dagli incontri b2b all'assistenza in loco, dal presidio commerciale al follow up - ma coerenti rispetto all'obiettivo di avviare nuove relazioni di business. L'azienda cliente, interessata ad un determinato Paese target, ha avuto la possibilità di sviluppare l'attività di conoscenza del

mercato prima, e di ricerca partner poi, attraverso un processo di avvicinamento consapevole, graduale e efficiente perché distante dalla logica *mordi e fuggi*.

Settore	Tipologia iniziativa	N° iniziative	N° Partecipanti
Agroalimentare	Fiera	5	22
	Missione	3	9
	Percorso	2	5
Agroalimentare Totale		10	36
Arredo&Design	Fiera	8	81
	Missione	2	18
	Percorso	6	22
Arredo&Design Totale		16	121
Beni di consumo	Fiera	6	64
	Missione	4	7
	Percorso	4	12
Beni di consumo Totale		14	83
Beni strumentali	Fiera	3	11
	Missione	3	5
	Percorso	5	12
Beni strumentali Totale		11	28
Servizi e New tech	Fiera	2	6
	Percorso	1	1
	Incoming	1	1
Servizi e New tech Totale		4	8

Fonte: CRM Promos

La tradizionale **attività di “promotion”** – missioni imprenditoriali, organizzazione di collettive fieristiche, incoming di buyer ed operatori esteri, percorsi – è stata dunque razionalizzata e declinata con l’obiettivo di offrire un pacchetto completo di servizi. Questa tipologia di attività, finalizzata alla realizzazione di incontri b2b per lo sviluppo di relazioni d’affari è stata, anche nel 2015, l’attività *core* dell’azienda.

A complemento della tradizionale attività di promozione si è poi consolidata l’attività di assistenza personalizzata ed individuale alle imprese. **Il mercato orientamento al cliente, abbinato allo sviluppo** delle competenze e del know how interni all’azienda hanno consentito di potenziare qualità, varietà, specializzazione ed efficacia della gamma di servizi offerti. Anche per il 2015 è stata garantita una copertura pressoché totale dei mercati esteri. Sia che si tratti di servizi base sia che si tratti di percorsi più articolati, gli strumenti di assistenza sono stati messi a punto “su misura”.

Nel 2015 sono state servite 257 aziende attraverso percorsi di internazionalizzazione ad hoc. I pareri erogati dagli esperti del servizio Infoexport sono stati 187.

La formazione all’internazionalizzazione

Nel corso del 2015 si è consolidata l’attività di **formazione all’internazionalizzazione erogata per il tramite di NIBI**.

Sono stati 27 i partecipanti della VI° edizione dell’Executive Master per l’Internazionalizzazione d’impresa, il percorso formativo di durata annuale, per complessive 300 ore di lezioni, articolate in moduli trasversali (200 ore), focus geografici (60 ore) e project work (40 ore).

Sono stati quindi realizzati 17 corsi executive a catalogo e 25 percorsi di formazione on demand a cui hanno partecipato rispettivamente 244 e 1.399 utenti.

E' da segnalare che intensa è stata l'attività di formazione on demand erogata anche fuori dal contesto regionale lombardo, a conferma sia del rafforzamento di NIBI come realtà di riferimento per la formazione all'internazionalizzazione sia della diffusa consapevolezza che il capitale umano costituisce un asset fondamentale per la capacità delle imprese di affrontare i mercati esteri.

L'informazione specializzata

L'attività di **informazione specializzata** sulle tematiche dell'internazionalizzazione si è confermata, anche per il 2015, una linea d'azione prioritaria per l'Azienda. Sono stati due gli obiettivi prioritari perseguiti: 1) la diffusione capillare della cultura dell'internazionalizzazione attraverso una crescente prossimità alle imprese; 2) l'animazione delle relazioni sul territorio regionale, in particolare nelle aree presidiate dagli uffici della rete Promos in Lombardia.

L'attività di informazione è stata sviluppata utilizzando le avanzate tecnologie informatiche, utilizzando il web e gli strumenti digitali come veicolo di contenuti specialistici aggiornati e di qualità. E' stata inoltre ampliata l'offerta di contenuti potenziando le sinergie con partner editoriali di riconosciuto prestigio e competenza, accreditandosi in tal modo come provider di qualità anche sul piano nazionale.

Nel corso del 2015 si sono registrati:

- 118.286 visitatori unici al Sito Promos con 386.699 visualizzazioni di pagina
- 63.592 Visitatori unici al sito Mercato Globale con 128.420 visualizzazioni di pagina
- 13 Strutture camerali coinvolte per Newsmercati
- 50.580 Abbonati Newsmercati a livello nazionale
- 5 Webinar realizzati
- 37 seminari Exportour per un totale di 1131 partecipanti.

L'attività di Invest in Lombardy

A complemento delle attività di accompagnamento delle PMI all'estero si sono collocate le **politiche per l'attrattività del territorio e il marketing territoriale**, il cui impegno ha riguardato ambiti diversi: dall'attrazione di flussi di investimento alla formazione per l'internazionalizzazione, dall'attrazione di capitale umano alla progettazione di strumenti finanziari a disposizione delle imprese che intendono accedere ai mercati esteri.

Il Servizio Invest in Lombardy è divenuto un asset regionale di tutto rispetto, sostenuto anche dal volano di Expo 2015.

I risultati dell'attività di **Invest in Lombardy** sul 2015 evidenziano:

- circa 8.000 imprese straniere contattate
- circa 900 potenziali investitori coinvolti negli 11 eventi di promozione all'estero
- 600 aziende estere coinvolte in 95 iniziative in Lombardia durante EXPO
- 191 investitori esteri assistiti.

A conferma della rilevanza regionale del progetto, è opportuno segnalare che Invest in Lombardy è stato scelto da Regione Lombardia come progetto icona da

presentare nell'ambito del World Expo Tour del Presidente Maroni con tappe sia nel 2014 che nella prima parte del 2015. Nell'ambito dell'accordo che Regione Lombardia ha firmato con MISE e ICE a Ottobre 2015 per coordinare a livello nazionale politiche e attività, Invest in Lombardy è stata riconosciuta come soggetto attuatore, per il tramite di Promos, di tutte le attività di attrazione investimenti in Lombardia.

Le azioni per EXPO 2015

L'attività di Promos nel corso del 2015 è stata inevitabilmente condizionata dall'Esposizione Universale 2015. O meglio, Expo 2015 è stata concepita e vissuta come leva sia per generare occasioni di business per il sistema delle imprese lombarde sia per ampliare e consolidare il network di relazioni internazionali con i Paesi che hanno partecipato all'Esposizione Universale.

In linea con la mission aziendale - di creare contatti e opportunità d'affari per le imprese – è stato ideato e realizzato **un importante progetto di incoming di buyer esteri durante il semestre Expo**. Si è trattato di un'azione di sistema, che ha coinvolto Regione Lombardia ed il sistema camerale lombardo in qualità di enti finanziatori. Tale azione di sistema si è concretizzata nella realizzazione, sull'intero territorio regionale, di 39 iniziative di incoming di operatori esteri che hanno effettuato 4.982 incontri d'affari con aziende lombarde, appartenenti a sette comparti merceologici. All'azione di sistema hanno partecipato 817 aziende lombarde; sono state organizzate e gestite 16 delegazioni di 229 operatori provenienti da 32 paesi esteri – 80% da paesi extra UE.

L'azione di sistema ha generato un'eco, anche in ambito camerale extra-regionale, che ha qualificato Promos quale struttura service per altre realtà camerali interessate a sviluppare progetti di incoming.

Su questa scia si sono innestate le attività di incoming realizzate per le Camere di commercio di Reggio Emilia, Pescara e Macerata che hanno affidato a Promos l'incarico di realizzare complessivamente 9 iniziative sui rispettivi territori.

A complemento dell'azione di sistema si collocano i seguenti programmi, connotati da una marcata dimensione business poiché si sono concretizzati nella realizzazione di incontri business tra operatori economici:

1. "EU-THIRD COUNTRIES EVENTS"
2. Paesi in via di sviluppo /Expo Spa
3. Iniziative bilaterali di business networking

Il primo di essi, finanziato con risorse comunitarie, ha perseguito l'obiettivo di generare opportunità di collaborazione economica tra imprese ed operatori economici. Nell'ambito del programma sono stati realizzati 3893 incontri business; sono stati 91 i Paesi coinvolti; sono state 1.349 le aziende italiane che hanno effettuato incontri d'affari con 1.315 aziende estere.

La realizzazione del programma ha evidenziato la capacità di Promos di essere facilitatore per lo sviluppo del business networking, oltre che la capacità operare nell'ambito della progettazione europea.

Il secondo programma, realizzato in sinergia con Expo Spa, ha visto il coinvolgimento di 23 paesi in via di sviluppo con cui sono state impostate le basi per generare quelle *condizioni ambientali* favorevoli allo sviluppo di relazioni d'affari tra operatori economici. Sono stati realizzati 27 eventi, anche itineranti per la Lombardia, che hanno generato 1.604 incontri business.

Anche il **terzo programma** ha perseguito l'obiettivo di generare incontri finalizzati a stabilire relazioni d'affari tra gli operatori italiani ed esteri che sono stati coinvolti. Nell'ambito dei 128 eventi di business bilaterali realizzati, sono stati organizzati 2.304 incontri d'affari a cui hanno partecipato 1.137 aziende italiane. E sempre nell'ambito delle attività collegate ad Expo va ricompreso il progetto **di Expo Business Matching**, la piattaforma informatica sviluppata ad hoc per il matchmaking tra operatori italiani ed esteri. A seguito degli eventi di presentazione della piattaforma, realizzati in primis presso le 12 camere di commercio lombarde, si sono registrate 1.650 iscrizioni di aziende italiane e 750 iscrizioni di operatori esteri – con 72 paesi coinvolti - che hanno dato vita a 1.550 incontri b2b.

Le alleanze e le collaborazioni

Tutte le attività realizzate nel corso del 2015, al di là della dimensione quantitativa, hanno evidenziato la capacità di Promos di riuscire:

- ad essere cabina di regia per sviluppare progettualità complesse;
- a catalizzare interessi ed esigenze di un territorio vasto, anche extra-regionale, a grande densità imprenditoriale e con un notevole potenziale di sviluppo;
- a svolgere una funzione di *service* nei confronti dei vari attori istituzionali – locali, regionali, nazionali – che operano per il supporto alle imprese e per la valorizzazione internazionale del territorio.

Questi tre elementi sono un asset riconosciuto dai partner con cui Promos opera. E soprattutto costituisce la base su cui consolidare le collaborazioni già in essere e su cui svilupparne di nuove, anche su sollecitazione dei partner stessi. Il sistema delle associazioni imprenditoriali ha costituito, evidentemente, il primo

interlocutore di riferimento per la definizione delle politiche e delle attività a supporto dell'internazionalizzazione.

Con il sistema camerale lombardo si è stabilito un rapporto organico che ha portato alla realizzazione, in particolare, delle iniziative legate ad Expo 2015. In virtù di tale rapporto organico Promos è stata individuata quale soggetto attuatore per le attività di internazionalizzazione nell'ambito dell'Accordo LOVER che coinvolge le unioni regionali di Veneto, Lombardia ed Emilia Romagna.

Con alcune camere lombarde – Monza e Como - è proseguita la proficua collaborazione in virtù della quale Promos dispone di presidi diretti a Cantù e Monza per realizzare quella prossimità alle imprese che è stata condizione indispensabile per erogare servizi concreti al territorio, tenendo conto delle specificità locali.

Anche con il sistema camerale nazionale prosegue il percorso delle collaborazioni: facendo leva su Expo sono state sviluppate collaborazioni con soggetti camerali *nuovi*, con cui non c'era consuetudine di rapporti. Con tali soggetti – Camere di Pescara, di Reggio Emilia, Macerata – sono state poste le basi per consolidare il ruolo di Promos quale *service* per progettualità da definire ad hoc, sulle esigenze specifiche della committenza.

Altrettanto virtuoso è stato il percorso di collaborazione avviato con gli Ordini professionali e con gli Istituti di credito (Banca Popolare di Sondrio, Banche di credito Cooperativo, Ubi Banca) in particolare quelli a forte caratterizzazione locale: con tali soggetti l'attività di formazione all'internazionalizzazione ha costituito un *entry level* a cui ha potuto far seguito la proposizione del resto dell'offerta di servizi Promos.