



PROMOS

internazionalizzazione  
e attrazione investimenti

# Promos

# Fatti e dati salienti del 2018

---



## **Premessa**

### **Le iniziative e i servizi per le imprese**

<i>L'orientamento ai mercati esteri</i>	<b>5</b>
<i>L'informazione specializzata</i>	<b>6</b>
<i>La formazione all'internazionalizzazione</i>	<b>7</b>
<i>L'accompagnamento sui mercati esteri</i>	<b>8</b>
<i>I servizi di assistenza personalizzata</i>	<b>10</b>
<i>Il progetto "Percorsi mercati strategici" – follow up</i>	<b>11</b>
<i>Il "Programma di incoming buyer"</i>	<b>12</b>
<i>Il "Progetto SEI"</i>	<b>13</b>
<i>La progettazione internazionale</i>	<b>15</b>

<b>L'attrazione degli investimenti</b>	<b>18</b>
--	-----------

<b>Le alleanze e le collaborazioni</b>	<b>20</b>
--	-----------

## Premessa

L'apertura internazionale di Milano, Monza Brianza, Lodi e della Lombardia sono una vocazione ed una caratteristica importante dell'intera area vasta composta dagli oltre 250 comuni delle province di Milano, Lodi e Monza Brianza: circa 4 milioni e 300mila abitanti; 500 mila aziende con 2 milioni di addetti e oltre 500 miliardi di fatturato; una densità produttiva pari a 136 imprese e 803 addetti per chilometro quadrato.

Il valore dell'export lombardo nei primi nove mesi del 2018 è stato pari a 93,6 miliardi di euro, con un incremento del 5,1% rispetto allo stesso periodo del 2017. Circa un quarto di tutte le esportazioni italiane, nella prima parte dell'anno, sono partite dalla Lombardia. Relativamente all'area vasta delle province di Milano, Lodi e Monza, i dati evidenziano che l'incremento complessivo dell'export (+3,8%) è il risultato del rilevante impulso dell'area metropolitana milanese (+5,5%; 76% del totale export dell'area) e della provincia di Lodi (+9,5%) che hanno largamente bilanciato la performance dell'area di Monza e Brianza (-4,3%).

In questa congiuntura economica si è sviluppata l'attività di Promos, con la consapevolezza che la via dell'estero è la principale leva per lo sviluppo e la competitività del nostro sistema di imprese.

Le iniziative sono state concepite, progettate e realizzate nello spirito della legge di riforma del sistema camerale ed hanno riguardato più ambiti: l'orientamento, l'informazione specialistica, la formazione,

l'assistenza e il supporto alle aziende per un approccio consapevole ai mercati esteri.

Inoltre, in linea con l'impegno dell'ente camerale a declinare i propri interventi nell'ambito **del Piano Industria 4.0, promuovendo le attività del PID** ed utilizzando le risorse derivanti dalla maggiorazione del 20% del diritto camerale, Promos è stata co-partecipe di tali iniziative, mettendo a punto servizi per lo sviluppo dell'export digitale e svolgendo anche un ruolo di coordinamento trasversale a livello di sistema camerale milanese.

E sempre in linea con le strategie dell'ente camerale, che ha inteso potenziare il proprio impegno a favore della **valorizzazione turistica dell'area vasta di pertinenza**, Promos è stata attuatore di interventi di promozione internazionale di Milano.

E' stata dunque un'attività a servizio diretto delle imprese; dell'ente regionale, 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 di soggetti esteri interessati ad occasioni di match-making con operatori italiani e lombardi per sviluppare opportunità di business.

Per svolgere efficacemente l'attività di servizio indicata, intercettando le esigenze di singole imprese e di soggetti aggreganti che operano a supporto delle imprese, la presenza di un rete commerciale diffusa sul territorio e l'utilizzo di strumenti di promozione sono stati fondamentali. Gli incontri diretti con le aziende e il supporto delle

tecnologie digitali sono stati funzionali alla proposizione dell'intera offerta aziendale e all'ampliamento del bacino di utenza.

A titolo esemplificativo, sono state condotte 58 campagne promozionali utilizzando il CRM aziendale; sono stati realizzati 5 sondaggi su tematiche connesse all'operatività estera dell'impresa a sostegno di uscite stampa; sono state implementate 6 campagne promozionali a supporto del Bando Internazionalizzazione 2018 e del Promos Day.

Attenzione e cura sono state dedicate alle uscite sugli strumenti editoriali on line del sistema camerale milanese (17 uscite sulla newsletter camerale; 7 uscite sulla newsletter Lombardia Point); così come sono stati utilizzati i canali social con 60 uscite e 132 post sul profilo LinkedIn aziendale.

## **Le iniziative e i servizi per le imprese**

### *L'orientamento ai mercati esteri*

Nel 2018 Promos, per conto dell'ente camerale milanese, ha gestito ed animato il servizio Lombardiapoint, consolidando il lavoro svolto nell'ultimo biennio e finalizzato a riconfigurarne contenuti, offerta e modalità di fruizione.

Il Servizio Obiettivo Estero, perfettamente armonizzato nel più ampio set di servizi offerti dall'ente camerale, si configura come servizio gratuito di primo orientamento, dedicato **ad imprese che già operano sui mercati esteri** e che desiderano acquisire nuove competenze e strumenti per sviluppare il proprio business sul mercato globale, ma anche **ad imprese che necessitano di un primo orientamento** per l'export.

Il servizio è stato erogato attraverso **incontri di gruppo** della durata di 4 o 8 ore ciascuno, su tematiche tecniche afferenti all'operatività estera delle aziende come contrattualistica internazionale, dogane, fiscalità internazionale, trasporti.

Nell'ambito di Obiettivo Estero sono state realizzate **26 giornate di formazione e assistenza specialistica** di primo orientamento a cui hanno partecipato 481 imprese; **6 incontri di gruppo** strutturati come seminari per un totale di 311 imprese partecipanti; **6 incontri webinar** che hanno visto la partecipazione di 177 imprese delle province di Milano, Monza e Brianza e Lodi. Di particolare rilievo è il corso webinar AEO per l'ottenimento della qualifica di Operatore Economico Autorizzato a cui hanno partecipato 68 imprese: è il primo corso di formazione gratuito, in modalità webinar, realizzato a livello nazionale.

Attraverso il sito Lombardia Point sono stati poi **erogati 198 pareri** in risposta a quesiti specifici posti dalle aziende su tematiche relative all'operatività sui mercati esteri.

In questo ambito la collaborazione con l'Unione regionale è stata più che proficua: la sinergia in merito alla scelta dei temi e dei relatori è stata efficace sia per essere supporto indispensabile per le imprese locali sia per svolgere in maniera puntuale il ruolo di braccio operativo dell'ente camerale ed essere funzionale alle sue politiche di assistenza alle imprese.

### ***L'informazione specializzata***

**L'attività di informazione specializzata** sulle tematiche dell'internazionalizzazione si è confermata 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 nell'area vasta coperta dall'ente camerale e nelle aree presidiate dagli uffici della rete Promos.

L'attività di informazione specializzata, in particolare quella condotta tramite iniziative seminariali, è stata anche utilizzata in chiave commerciale per veicolare e proporre sul mercato l'offerta dei servizi aziendali.

L'attività di informazione è stata sviluppata utilizzando le avanzate tecnologie informatiche, avvalendosi del web e degli 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 2018 si sono registrati:

**60.000 visitatori unici** al Sito Promos

**221.200 visitatori unici** al sito Mercato Globale

**10.151 Abbonati Newsmercati**

20 seminari Exportour per un totale **di 700 partecipanti**.

E' opportuno evidenziare che nel corso del 2018 l'attività di informazione specialistica ha avuto come punto di attenzione **l'export digitale**: sono stati 13 gli appuntamenti seminari dedicati all'approfondimento delle tecnologie e degli strumenti a supporto delle strategie digitali delle imprese per rafforzare la presenza sull'estero.

### *La formazione all'internazionalizzazione*

Nel corso del 2018 si è consolidata l'attività di **formazione all'internazionalizzazione erogata attraverso il NIBI**.

L'attività formativa, suddivisa in programmazione a catalogo e programmazione *on demand*, ha coinvolto complessivamente 854 partecipanti.

Percorso di punta della formazione a catalogo è stato lo Short Master per l'internazionalizzazione d'impresa, giunto alla 8° edizione. Il percorso, di 64 ore, è rivolto ad imprese professionisti che intendono acquisire un quadro completo di elementi e nozioni per elaborare una efficaci strategie di internazionalizzazione.

Sono stati progettati e realizzati **14 corsi executive a catalogo** e **44 percorsi di formazione on demand** a cui hanno partecipato complessivamente **856 utenti**.

E' da sottolineare come l'attività di formazione *on demand*, erogata anche fuori dal contesto regionale lombardo, sia prevalente rispetto all'attività a catalogo. E' una conferma sia del riconoscimento 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 e dei professionisti di affrontare i mercati esteri.

E' opportuno rimarcare, inoltre, che l'attività formativa erogata da Nibi è stata sempre più parte integrante dei percorsi articolati di accompagnamento all'estero delle imprese, a conferma di una complementarità virtuosa tra servizi di formazione e servizi di supporto all'operatività estera di tipo più tradizionale (ricerca partner, b2b, *outgoing*).

### ***L'accompagnamento sui mercati esteri***

Nel corso del 2018 si è consolidato il ruolo di Promos quale azienda di servizi all'internazionalizzazione radicata sul territorio regionale, attenta a valorizzare la prossimità alle imprese e agli attori locali, proattiva nella proposta e nella realizzazione di politiche per l'internazionalizzazione condivise con i soggetti istituzionali che perseguono il sostegno allo sviluppo della competitività delle imprese. 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 programmi 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”.

Tali percorsi sono stati proposti a gruppi di aziende appartenenti ad uno stesso settore e/o filiera merceologica, per favorire sia la valorizzazione internazionale dell’intero comparto sia lo sviluppo e lo scambio di relazioni tra aziende.

Settore	N° Partecipanti per programmi
Agroalimentare	28
Arredo&Design	137
Beni di consumo	102
Beni strumentali	55

Fonte: Monitoraggio interno

La ricerca di potenziali partner esteri – sia clienti sia fornitori - e l’organizzazione di incontri b2b sono stati, anche per il 2018, attività *core* dell’azienda che ha inteso innovare la propria offerta abbinando, a

quelli sopracitati, una gamma di servizi complementari con l'intento di offrire un supporto completo alle imprese, razionalizzando gli interventi, proponendo sempre all'utente finale un approccio strutturato al mercato estero, con un orizzonte di medio termine.

Grande attenzione è stata assegnata alla proposta di servizi che fanno leva su strumenti digitali, tecnologie avanzate, uso del web, dei marketplace e dei social media per facilitare l'approccio delle imprese ai mercati esteri.

### ***I servizi di assistenza personalizzata***

Nel corso del 2018, in linea di continuità con il passato, si è molto puntato sulla **personalizzazione dei servizi** alle imprese, prediligendo un modello di business caratterizzato da un marcato orientamento al cliente e al mercato. Per potenziare qualità, varietà, specializzazione ed efficacia della gamma di servizi offerti sono state fondamentali le competenze ed il *know how* interni all'azienda: tale patrimonio intangibile e profondamente incardinato nella struttura ha consentito a Promos di essere percepito dalle aziende come *service* qualificato per l'assistenza e la consulenza su misura in tema di internazionalizzazione. Interpretando le esigenze non sempre compiutamente espresse delle imprese, oltre che focalizzare l'impegno sull'attività di ricerca partner – che permane attività *core* per Promos - si è inteso innovare l'offerta di servizi prestando particolare attenzione alla cura del follow up e allo sviluppo del **presidio commerciale**, che è proposto quale accompagnamento continuativo sul mercato per il consolidamento dei rapporti commerciali direttamente in loco.

Sono state **servite 135 aziende uniche per un totale di 283 servizi**; i servizi *tailor made* di ricerca partner ed organizzazione di incontri *business to business* all'estero hanno rappresentato oltre il 50% del totale.

### ***Il progetto “Percorsi mercati strategici” - follow up***

Il progetto “Percorsi di accompagnamento in mercati strategici per il sistema economico lombardo” è stato sviluppato nell'ambito della collaborazione tra sistema camerale lombardo ed ente regionale. Promos, che in tale ambito è il principale attuatore delle azioni di sistema a favore dell'internazionalizzazione, ha concepito e realizzato il progetto in stretto coordinamento politico ed operativo con i referenti camerali e regionali.

Sono state 461 le aziende lombarde coinvolte nel progetto; 178 hanno partecipato alle 11 missioni imprenditoriali realizzate. Il progetto si è concluso a Gennaio 2018, con la realizzazione del convegno “La Lombardia per le imprese” durante il quale sono stati presentati i risultati dello stesso anche in termini di soddisfazione dei partecipanti e di efficacia delle azioni messe in campo.

Nel corso del 2018, Promos ha realizzato **attività di follow-up** in alcuni dei mercati target **che hanno coinvolto complessivamente 27 aziende lombarde**: 18 di esse avevano già partecipato alle missioni imprenditoriali.

**Tali attività sono state declinate come servizio di presidio commerciale in Iran, Vietnam, Kazakhstan e Marocco** e hanno previsto un'assistenza continuativa e personalizzata per circa 6-9 mesi attraverso partner locali. Le imprese hanno così beneficiato di un

supporto per la ricerca di nuovi partner, per il consolidamento dei contatti avviati durante le iniziative di match-making e per approfondire negoziazioni e trattative con le controparti locali.

### *Il “Programma di incoming buyer”*

Con l'intento di replicare l'efficacia di un programma di iniziative avviato in occasione dell'Esposizione Universale 2015 è stato messo a punto e realizzato l'“Incoming Buyer Program 2018”. Promos è stata soggetto proponente ed attuatore di un **modello di intervento pubblico a sostegno dell'internazionalizzazione** delle imprese che ha interessato l'intero territorio lombardo e che ha registrato il coinvolgimento attivo dei diversi soggetti del territorio che operano a supporto delle imprese, in particolare quelle micro e piccole.

Tra giugno e dicembre 2018 sono state realizzate, nelle 12 province lombarde, **21 giornate-evento**: iniziative di incoming buyer che hanno coinvolto aziende dei settori Alimentare (alimenti e bevande); Arredo – Edilizia (arredo, complemento d'arredo, tessile casa – edilizia); Moda (abbigliamento - calzature, calze e accessori – tessuti per abbigliamento); Meccanotessile; Packaging; Turismo.

Sono **state 470 le aziende** che hanno partecipato partecipazione alle iniziative di incoming e sono state parte attiva degli incontri b2b; sono stati **87 i buyer esteri**, da 27 paesi diversi, che hanno incontrato le aziende lombarde. Sono stati complessivamente **1.866 gli incontri b2b** realizzati.

Il monitoraggio sul progetto, attraverso la somministrazione di apposito questionario alle aziende lombarde e agli operatori esteri, ha consentito di rilevare un elevato grado di soddisfazione relativo sia alla qualità del

*matching* tra controparti selezionate sia alla gestione complessiva dell'iniziativa. Oltre il 90% delle aziende e degli operatori esteri intervistati ha dichiarato che il *matching* effettuato tra le controparti si è rivelato corretto. Il 20% ritiene che emergeranno degli accordi di collaborazione ed il 5% che si concluderanno delle vendite.

### ***Il progetto SEI - Sostegno all'Export dell'Italia***

Il Programma SEI, finanziato a valere sul Fondo di Perequazione 2015-2016, persegue l'obiettivo di rafforzare la presenza delle aziende che operano sui mercati esteri solo in maniera occasionale o limitata, contribuendo così all'incremento e al consolidamento dell'export italiano. Attraverso tale Programma, il sistema camerale nazionale ha inteso:

- a) consolidare il proprio impegno volto alla realizzazione di iniziative orientate alla crescita, in termini numerici e di volume di affari, delle imprese esportatrici e all'avvio sui mercati esteri delle aziende che oggi non esportano pur avendone le potenzialità;
- b) accrescere le competenze interne con iniziative di tipo formativo sui temi dell'internazionalizzazione d'impresa, destinate alla totalità delle Camere di Commercio italiane e ad iniziative di assistenza personalizzata all'export, destinate ai funzionari camerale

La scelta di Unioncamere nazionale di avvalersi di Promos quale soggetto attuatore del progetto di sistema sottolinea la capacità dell'Azienda di saper operare su scala nazionale, accanto alle singole realtà camerale e a servizio delle imprese valorizzando le peculiarità di ciascun territorio.

Il Programma SEI è stato avviato a Giugno 2018 e avrà termine a Luglio 2019. Vi hanno aderito **72 Camere di commercio e 5 Unioni Regionali**; 1023 sono state le imprese sinora profilate.

Nel corso del 2018, a beneficio dei funzionari camerali, sono stati realizzati **10 webinar** (160 partecipanti) su temi rilevanti per l'assistenza alle PMI; **2 tutorial** sul check-up aziendale e sull'utilizzo della piattaforma Go2Market di orientamento ai mercati esteri (120 partecipanti); **2 giornate di kick-off e formazione** "Be Ready To Export" (103 partecipanti).

Per quanto riguarda le iniziative di assistenza personalizzata all'export, Promos ha complessivamente realizzato **36 incontri di tutoring** per 65 Camere di Commercio italiane; **10 giornate di affiancamento per i check-up aziendali** per 7 Camere di Commercio; **60 assistenze one-to-one sulla piattaforma Go2Market** di orientamento ai mercati esteri.

Inoltre, nel quadro del Programma SEI è stato creato il **Working Group sulla Progettazione Europea** al fine di condividere conoscenze e competenze e incentivare la partecipazione del sistema camerale a progettualità internazionali. Il Working Group vede la partecipazione di **33 strutture camerali**.

### ***La progettazione europea e internazionale***

Nel corso del 2018, Promos ha gestito – in qualità di leader o di partner - rilevanti programmi comunitari e internazionali finanziati dalla Commissione Europea e Organizzazioni Internazionali. Tra questi, si segnalano:

1. **"Ready2Go. Supporting SMEs Internationalisation"** – il progetto pilota per l'internazionalizzazione delle PMI della



Commissione Europea e dell’Agenzia Europea per le PMI (EASME), avviato ad ottobre 2016 e che si concluderà a marzo 2019. Gestito da Promos come leader di un Consorzio internazionale di 12 partner, fra cui diversi attori del sistema camerale, ha visto la partecipazione di **80 imprese da 22 Paesi Europei**, di cui n. 13 italiane, che hanno beneficiato di un articolato programma di **formazione individuale e coaching** volto all’elaborazione di **91 Internationalisation Business Plan, formazione executive** su doing business in 5 mercati extra-europei (Cameroon, Canada, Cile, India, Stati Uniti d’America), nonché attività di matchmaking che hanno generato **1.585 incontri b2b** su 5 mercati e **174 accordi commerciali o di cooperazione tecnologica** conclusi o in corso di definizione. Nell’ambito del progetto è stata anche elaborata la **Guidebook per l’internazionalizzazione delle PMI** rivolta ai funzionari degli enti e delle istituzioni che si occupano di internazionalizzazione delle PMI; una versione breve è stata resa fruibile per l’utilizzo da parte delle PMI. Le due Guidebook, da pubblicare sul sito della Commissione Europea, costituiranno i manuali ufficiali che ispireranno le azioni di supporto all’internazionalizzazione delle Istituzioni comunitarie e della rete Enterprise Europe Network .

2. **Al Invest 5.0 - DIGITAL – BIT** “Promuovere la trasformazione digitale e la competitività delle PMI in Bolivia attraverso il collegamento e il trasferimento di esperienze da aziende europee”. Il progetto, avviato a novembre 2018, vede Promos quale partner dalla Camera Nazionale di Commercio della Bolivia (CNC) per la realizzazione di **webinar e momenti formativi** a favore delle PMI

locali sul tema dei cluster industriali italiani con particolare riferimento a quello della meccanica, agroalimentare, costruzioni ed ICT e la realizzazione di **incontri d'affari virtuali** tra Italia e Bolivia attraverso una piattaforma online gestita da Promos.

3. **Al Invest 5.0 – CLU-RED** “Rafforzamento dei cluster in Colombia”. Il progetto, realizzato con la Federazione delle Camere di Commercio Europee in Argentina (Eurocámara), INTI - Instituto Nacional de Tecnología Industrial argentino, Camera di Commercio di Bucaramanga (Colombia), ha previsto la realizzazione di **webinar e momenti formativi** a favore delle PMI colombiane sul tema dei cluster industriali italiani con particolare riferimento a quello della meccanica, agroalimentare, costruzioni ed ICT e la realizzazione di **incontri d'affari virtuali tra 185 aziende italiane e colombiane** attraverso una piattaforma online gestita da Promos.
4. **Programma MADAD** - Il Programma della Commissione Europea Trust Fund MADAD è finalizzato a operazioni nell'area mediorientale per il sostegno delle popolazioni direttamente e indirettamente coinvolte nella crisi siriana. In questo quadro, Promos ha svolto, per conto dell'ente non profit COSV, un'attività di **business development e networking istituzionale** nei Paesi target del progetto (Libano, Turchia, Iraq) per creare sinergie con le locali Camere di commercio e le associazioni industriali per la realizzazione di attività di sviluppo economico (Business Development Service – BDS), quali formazione di associazioni di imprese locali, networking economico, selezione di esperti e formatori.

5. **Programma EBSO Med** – Nel quadro del programma europeo EuroMed Invest 2018-2021, Promos è partner affiliato nel Consorzio pubblico-privato Med Alliance e si occuperà principalmente della realizzazione dell'**Academy di formazione dei funzionari** pubblici europei e del Mediterraneo e di un programma di **peer learning**.
6. **Progetto Ready2Net** – Nel 2018, Promos ha partecipato con successo alla call “Fostering Opportunities for SMEs’ Internationalisation by Supporting SMEs Networks for Export”, con capofila Innovhub, aggiudicandosi il progetto che sarà avviato nel 2019.
7. **Connecting EU Chambers** – Promos ha partecipato alla IV Conferenza Annuale “Connecting EU Chambers” presso il Comitato delle Regioni a Bruxelles, che ha costituito un momento di condivisione di best practices e di diffusione di informazioni privilegiate sulle opportunità finanziate dai programmi europei per il sistema camerale europeo, in vista della nuova programmazione europea 2021-2027.

## **L’attrazione degli investimenti**

A complemento delle attività di accompagnamento delle PMI all’estero si sono collocate le **politiche per l’attrattività del territorio e il marketing territoriale**, sviluppate nell’ambito del progetto Invest in Lombardy che nell’ultimo biennio ha registrato un’evoluzione significativa legata al *commitment* dell’amministrazione regionale e all’avvio di politiche strutturate di attrazione degli investimenti.

Promos infatti è soggetto attuatore dell'iniziativa "Invest in Lombardy – AttrAct" che, attraverso il coinvolgimento di 70 Comuni lombardi, si pone obiettivi di valorizzazione dell'offerta territoriale in termini di opportunità localizzativa di investimenti esteri; di promozione delle opportunità insediative; di creazione di percorsi di aggregazione dei principali *stakeholder* del territorio.

Le attività svolte da Promos nel 2018 sono state declinate sulle tre seguenti dimensioni:

1. servizi di assistenza a Comuni e imprese
2. attività promozionali in Italia e all'estero
3. gestione e sviluppo di strumenti operativi

Le azioni sono state finalizzate ad affiancare i Comuni partecipanti ad AttrACT e a consolidare la Community; ad accompagnare le imprese nei propri progetti di investimento; a definire ed implementare iniziative azioni mirate di promozione e assistenza; a gestire strumenti di Web marketing e social media per la promozione.

Sono state 128 le imprese supportate.

Appare inoltre opportuno segnalare il consolidamento del Partner Program di Invest in Lombardy. Il progetto finanziato con risorse di società e professionisti privati, consiste in un programma di azioni a favore di aziende e professionisti lombardi che assistono le imprese estere interessate a investire (o già insediate) in Lombardia. Ad oggi sono 15 i partner coinvolti.

Nel corso del 2018 si è provveduto ad ampliare la gamma dei **servizi offerti agli investitori** da parte di **Invest in Lombardy** e del **coinvolgimento dei partner** nelle attività del progetto oltre che a

realizzare eventi **su tematiche strategiche di reciproco interesse** (es. HR Management nell'industria 4.0; Policy advocacy su competitività e attrattività del territorio...).

Con l'obiettivo di sostenere la valorizzazione territoriale è stata realizzata **la nuova brochure digitale “[Your Investment Project in Lombardy](#)”** per promuovere la competitività della Lombardia a livello internazionale e, contestualmente, dare supporto agli investitori tramite la rete del Partner Program.

## Le alleanze e le collaborazioni

L'esposizione di quanto realizzato nel corso del 2018 offre elementi interessanti per valutare, al di là della dimensione numerica, la performance di Promos e la capacità consolidata di proporsi sul mercato dei servizi all'internazionalizzazione come:

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

Queste condizioni costituiscono un *asset* il cui valore è percepito e riconosciuto dai partner con cui Promos opera. E soprattutto rappresentano un solido *asset* anche per la nuova realtà consortile, di dimensione nazionale, in cui l'Azienda speciale è stata conferita.

Nel corso del 2018 è proseguita la partnership in essere **con Sace**, finalizzata a rafforzare la componente di informazione alle imprese con contenuti qualificati e specialistici e a svolgere azioni di *co-marketing* per accrescere il bacino utenza potenziale.

In parallelo è proseguita **la collaborazione organica con ICE** per definire iniziative e progetti di internazionalizzazione in una logica di condivisione, nel rispetto delle competenze specifiche di ciascuno, per realizzare economie di scala e massimizzare l'efficacia degli interventi.

**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.

Facendo leva sull'Accordo di Programma tra Regione Lombardia e sistema camerale lombardo, Promos si è qualificata come punto di riferimento regionale per le politiche e le attività di internazionalizzazione.

L'Unione Regionale si avvale di Promos per la realizzazione delle diverse iniziative di sistema: dalle edizioni consecutive del progetto Incoming Buyer alle attività di formazione diffusa sul territorio regionale alle azioni di supporto al settore agroalimentare.

Con **il sistema camerale lombardo** si è stabilito un rapporto organico in virtù del quale Promos è stata soggetto attuatore per le attività di internazionalizzazione nell'ambito dell'Accordo LOVER che coinvolge le Unioni regionali di Veneto, Lombardia ed Emilia Romagna.

In tale ambito si registra la conclusione del progetto legato all'approccio al mercato marocchino per le aziende operanti nel settore agroalimentare.

**Con la Camera di Como** è proseguita la proficua collaborazione in virtù della quale Promos dispone di un presidio diretto a Cantù per realizzare quella prossimità alle imprese che è stata condizione indispensabile per erogare servizi concreti al territorio, tenendo conto

delle specificità locali. Merita sottolineare che per l'ente camerale comasco Promos è diventato punto di riferimento unico per i servizi di assistenza specialistica alle imprese. La sinergia con l'ente comasco è stata una leva per impostare un lavoro comune anche con la Camera di commercio di Lecco.

Stessa dinamica si è registrata con Bergamo Sviluppo, Azienda speciale dell'ente camerale bergamasco, per la quale Promos è fornitore di riferimento, attraverso NIBI, per le attività formative dedicate all'internazionalizzazione.

**Anche con il sistema camerale nazionale** prosegue il percorso delle collaborazioni: facendo leva sul progetto SEI si stanno sviluppando collaborazioni con soggetti camerali *nuovi*, con cui non c'era consuetudine di rapporti. Con tali nuovi interlocutori sono state poste le basi per consolidare il ruolo di Promos quale *service* per progettualità *on demand*.

Consolidata è la relazione di *service* **con l'Ente regionale**. Promos è soggetto attuatore della parte più cospicua delle iniziative di internazionalizzazione messe in atto dall'ente regionale in Accordo di programma.

Altrettanto virtuoso è stato il percorso di collaborazione avviato con gli Ordini professionali e con gli Istituti di credito (Banca Popolare di Sondrio, Ubi Banca), in particolare quelli a forte caratterizzazione locale: con tali soggetti l'attività di formazione all'internazionalizzazione continua a costituire un *entry level* a cui ha



potuto far seguito la proposizione del resto dell'offerta di servizi Promos.