



Riunione della Giunta camerale del

23	/	06	/	2022
gg		mm		aaaa

Allegato n.

3

SCHEMA DI VALUTAZIONE INIZIATIVE DI SETTORE

TITOLO DELL'INIZIATIVA

Fare Export offline e online

PERIODO DI SVOLGIMENTO

25 marzo 2022 - 15 settembre 2023

CONTRIBUTO RICHIESTO €

50.000

SPESA PREVISTA €

110.000

NOTE*

*In caso di rettifica del contributo per superamento del cumulo dei benefici pubblici



PARAMETRI DI VALUTAZIONE	INIZIATIVA	COLONNA RISERVATA UFFICIO BANDI
Iniziativa inserita in un settore	<input type="checkbox"/> Agricoltura <input type="checkbox"/> Artigianato <input checked="" type="checkbox"/> Industria <input type="checkbox"/> Commercio	
Iniziativa inserita in una delle aree prioritarie di intervento promozionale per il 2022	A) COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE <input type="checkbox"/> Innovazione e digitalizzazione delle imprese e della PA <input type="checkbox"/> Sostegno alla competitività delle imprese e dei territori <input type="checkbox"/> Valorizzazione del patrimonio culturale, promozione del turismo, miglioramento delle condizioni ambientali <input type="checkbox"/> Orientamento al lavoro e alle professioni B) REGOLAZIONE DEI MERCATI <input type="checkbox"/> Tutela del consumatore e del mercato, vigilanza, rilevazione prezzi e giustizia alternativa C) COMMERCIO INTERNAZIONALE E INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO <input checked="" type="checkbox"/> Supporto all'internazionalizzazione delle imprese D) SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE <input type="checkbox"/> Servizi istituzionali e generali delle Amministrazioni Pubbliche	



CRITERI OGGETTIVI - DIRIGENTE AREA 2 DR MAURO SFREDDO

Pluralità degli Organismi coinvolti incluso il richiedente	<input type="checkbox"/> un solo Organismo <input checked="" type="checkbox"/> fino a due Organismi <input type="checkbox"/> tre Organismi e oltre	<input type="checkbox"/> 15 <input checked="" type="checkbox"/> 20 <input type="checkbox"/> 25
Tipologia dell'iniziativa in termini di individuazione delle imprese destinatarie	<input checked="" type="checkbox"/> L'iniziativa prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa oppure <input type="checkbox"/> L'iniziativa non prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa	
Numerosità e struttura delle imprese destinatarie dell'iniziativa	<p>Se l'iniziativa prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa:</p> <input type="checkbox"/> fino a 20 imprese potenzialmente destinatarie <input checked="" type="checkbox"/> da 21 imprese potenzialmente destinatarie e oltre <input type="checkbox"/> fino a 50 addetti potenzialmente interessati <input checked="" type="checkbox"/> da 51 addetti potenzialmente interessati e oltre <p>Se l'iniziativa NON prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa:</p> <input type="checkbox"/> fino a 100 imprese potenzialmente destinatarie <input type="checkbox"/> da 101 imprese potenzialmente destinatarie e oltre <input type="checkbox"/> fino a 500 addetti potenzialmente interessati <input type="checkbox"/> da 501 addetti potenzialmente interessati e oltre	<input type="checkbox"/> 5 <input checked="" type="checkbox"/> 10 <input type="checkbox"/> 5 <input checked="" type="checkbox"/> 10 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 10



Maggiore percentuale di copertura dei costi di progetto tramite entrate diverse dal contributo camerale	<input checked="" type="checkbox"/> dal 50% al 55,99% <input type="checkbox"/> dal 56% al 60,99% <input type="checkbox"/> dal 61% e oltre	<input checked="" type="checkbox"/> 15 <input type="checkbox"/> 20 <input type="checkbox"/> 25
TOTALE PUNTEGGIO (A)		55



CRITERI DI OPPORTUNITÀ – GIUNTA CAMERALE

Rilevanza, ai fini della promozione dell'economia provinciale e utilità per le imprese, concentrando le risorse su iniziative di maggior rilievo	<p>Breve descrizione</p> <div><p>Il progetto punta a rafforzare la competitività dell'export delle imprese vicentine, la cui vocazione all'internazionalizzazione rappresenta uno dei punti di forza dell'economia industriale vicentina, unendo alle pratiche più tradizionali una maggiore conoscenza e un uso più efficace dei canali digitali per trovare e farsi trovare da nuovi clienti all'estero, in un momento in cui la revisione delle catene del valore e la conseguente ricerca di nuovi fornitori sta offrendo nuove opportunità commerciali. Non dimentichiamo, inoltre, che a fianco di chi esporta crescono e si rafforzano intere filiere industriali, anche legate ai servizi, al commercio e all'artigianato.</p></div>	<p><input type="checkbox"/> 0</p> <p><input type="checkbox"/> 1</p> <p><input type="checkbox"/> 2</p> <p><input type="checkbox"/> 3</p> <p><input type="checkbox"/> 4</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 5</p>
Destinazione alla generalità delle imprese interessate anche non iscritte, non aderenti o non facenti parte dell'Organismo proponente, associazione di categoria, comitato o organismo organizzatore dell'iniziativa	<p>Breve descrizione</p> <div><p>Il progetto sarà aperto a tutte le imprese della Provincia di Vicenza di qualsiasi dimensione e settore produttivo e non solo alle associate, tenendo a mente il diverso grado di internazionalizzazione e digitalizzazione delle aziende del territorio. Il progetto prevede infatti sia di offrire informazioni ed approfondimenti dedicati allo sviluppo degli strumenti e dei canali digitali per accrescere la visibilità delle aziende a livello internazionale, anche grazie ai dati forniti da portali di rilevanza internazionale, sia di proporre percorsi operativi di miglioramento delle strategie multicanale di gruppi o di singole aziende, che andranno a integrare e completare le strategie offline già consolidate.</p></div>	<p><input type="checkbox"/> 0</p> <p><input type="checkbox"/> 1</p> <p><input type="checkbox"/> 2</p> <p><input type="checkbox"/> 3</p> <p><input type="checkbox"/> 4</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 5</p>



<p>Incidenza diretta e duratura sul sistema economico provinciale rispetto a iniziative che hanno riflessi indiretti o soltanto temporanei</p>	<p>Breve descrizione</p> <div data-bbox="435 315 1045 1115"><p>Le fasi formative e la collaborazione operativa con professionisti specializzati nel marketing digitale permetteranno alle aziende di porre le basi per un miglioramento strutturato del proprio posizionamento rispetto alla concorrenza internazionale sui mercati esteri, accrescendo le competenze tecnologiche necessarie a continuare a promuovere la competitività dei propri prodotti e servizi sul panorama internazionale, anche al termine del progetto.</p></div>	<p><input type="checkbox"/> 0</p> <p><input type="checkbox"/> 1</p> <p><input type="checkbox"/> 2</p> <p><input type="checkbox"/> 3</p> <p><input type="checkbox"/> 4</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 5</p>
<p>Carattere innovativo di processo e/o prodotto</p>	<p>Breve descrizione</p> <div data-bbox="435 1249 1064 1890"><p>L'originalità del progetto consiste nel mettere a punto strategie che permettano, all'indomani del superamento della fase più critica ed emergenziale della pandemia, di sfruttare pienamente e maggior vantaggio delle imprese esportatrici la sinergia tra i canali di vendita e comunicazione più tradizionali e quelli digitali, la cui rilevanza è divenuta ormai imprescindibile anche per le imprese del B2B. Un simile obiettivo si traduce in una ricerca dei trend più attuali e aggiornati in un panorama, quello digitale, spesso in continuo mutamento.</p></div>	<p><input type="checkbox"/> 0</p> <p><input type="checkbox"/> 1</p> <p><input type="checkbox"/> 2</p> <p><input type="checkbox"/> 3</p> <p><input type="checkbox"/> 4</p> <p><input type="checkbox"/> 5</p> <p><input type="checkbox"/> 6</p> <p><input type="checkbox"/> 7</p> <p><input type="checkbox"/> 8</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 9</p> <p><input type="checkbox"/> 10</p>



Adeguatezza del sistema di misurazione dell'efficacia dell'iniziativa/progetto	<p>Breve descrizione</p> <div><p>Per la misurazione dell'efficacia saranno adottati criteri quantitativi, come la numerosità delle ditte coinvolte e il numero di paesi sui quali verrà dato supporto. Parallelamente saranno utilizzati sistemi di valutazione dell'efficacia di tipo qualitativo con la somministrazione di schede di valutazione. Questi criteri permettono di verificare la capacità del progetto di raggiungere gli obiettivi:</p><ul style="list-style-type: none">- creazione di un percorso di informazione e preparazione sull'internazionalizzazione;- capacità di affiancamento sui temi della ricerca e sviluppo dei rapporti commerciali esteri, anche tramite i canali digitali e la promozione online del brand;- sostegno alle ditte che intendono aprirsi ai mercati esteri per individuare nuove opportunità di business.</div>	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input checked="" type="checkbox"/> 5
TOTALE PUNTEGGIO (B)		<div>29</div>
TOTALE A+B		<div>84</div>



APPENDICE: DESCRIZIONE INTEGRALE DELL'INIZIATIVA / PROGETTO



Obiettivo dell'iniziativa/progetto:

In questo momento di ripresa e crescita economica, emergono due chiare esigenze per le aziende che esportano. La prima è quella di riuscire ad entrare in contatto con nuovi clienti e partner commerciali, per non perdere le occasioni offerte dalla revisione delle catene del valore e dalla conseguente ricerca di nuovi fornitori; la seconda è quella di essere in grado di prevalere sui concorrenti internazionali grazie ad una efficace strategia di comunicazione del brand. In particolare, si avverte l'urgenza di utilizzare a proprio vantaggio i canali digitali per raggiungere questi obiettivi. Se prima della pandemia, infatti, tali canali e strumenti tendevano ad essere appannaggio dei segmenti produttivi B2C, anche il comparto B2B è ormai stato completamente trasformato dalla digitalizzazione: secondo uno studio Accenture, più del 60% delle transazioni B2B a livello globale, oggi, inizia con un'interazione digitale.

Anche quando la transizione dovesse poi essere completata offline, è fondamentale che le aziende B2B, come quelle B2C, costruiscano una buona presenza online per assicurarsi di essere presenti nei momenti chiave del processo di acquisto con una forte reputazione digitale che permetta di distinguersi dalla concorrenza.

Questo si traduce per le aziende in una serie di attività che richiedono una notevole dose di competenze ed expertise tecnica, spesso ancora difficili da reperire presso le risorse interne, complice anche la ragguardevole accelerazione dei tempi causata dall'impatto della pandemia, e per le quali si rende quindi utile un supporto specialistico, sia in termini di formazione che di consulenza operativa.

Per intercettare il maggior numero possibile di clienti esteri è di fatto necessario strutturare una strategia multicanale, che, in particolare per il B2B, deve tenere conto di un ciclo di acquisto più complesso, che necessita quindi di un maggior numero di interazioni e punti di contatto con il cliente. Le aziende necessitano di supporto nell'identificazione e nello sviluppo di piattaforme e sistemi che li aiutino ad aumentare le possibilità di vendita all'estero, ma anche a rafforzare la relazione con i clienti.



Destinatari dell'iniziativa/progetto:

Aziende che già operino sui mercati esteri, sia del comparto B2B che di quello B2C, e che intendano rafforzare il loro grado di internazionalizzazione con una strategia multicanale integrata, che includa gli strumenti e i canali digitali più innovativi.

Risultati attesi:

La strategia multicanale sarà impostata partendo da una corretta segmentazione dei mercati di destinazione e delle applicazioni del prodotto e dalla mappatura del processo di vendita, per arrivare a selezionare i canali distributivi (distributori e agenti, piattaforme di ecommerce proprietarie, ma anche marketplace generalisti e verticali) e comunicativi (sito, social network, posizionamento sui motori di ricerca).

Contenuti promozionali, sia a pagamento che organici, nella lingua e nell'interesse dei settori e dei mercati target, permetteranno, oltre che di intercettare nuovi potenziali clienti esteri, di stabilire le basi per la creazione e il rafforzamento del brand, dando modo di trasferire sul piano digitale tutta la buona reputazione di cui si gode nel mondo offline, e farla percepire e pesare nel momento della scelta di un possibile fornitore da parte dei clienti.

Per i partecipanti al progetto ci si aspetta quindi un significativo miglioramento della capacità di identificare i giusti canali per la vendita dei propri prodotti e/o servizi, acquisendo l'attitudine a sviluppare strategie multicanale e accrescendo la capacità di comunicare i caratteri distintivi del proprio brand aziendale, rispetto ai principali concorrenti.



Ricadute positive sul territorio:

Il progetto si propone di contribuire al consolidamento dell'export per un territorio già tradizionalmente vocato all'internazionalizzazione, puntando in particolare a rafforzare gli elementi di digitalizzazione e competitività, temi che sono anche alla base del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza e più in generale concorrono ad allineare il territorio vicentino con gli obiettivi di transizione proposti dall'Unione Europea. Inoltre, una migliore impostazione della comunicazione aziendale contribuirà a dare maggiore visibilità e promozione all'intero territorio presso i mercati internazionali.

Criteri che il beneficiario intende adottare per la misurazione dell'efficacia dell'iniziativa/progetto (es. rilevazione di customer satisfaction o opportuni indicatori qualitativi e quantitativi di valutazione, in relazione agli obiettivi stabiliti):

In termini qualitativi sarà condotta una indagine di customer satisfaction sui soggetti coinvolti nelle attività progettuali, sia in tutte le fasi divulgative e formative che non prevedono la selettività dei partecipanti, sia nelle fasi successive, al termine delle attività con le singole aziende.
In termini quantitativi saranno misurati tutte le aziende e relativi dipendenti che parteciperanno agli eventi previsti dal progetto.