

# Skille

info@skille.it

## Storie e visioni della nuova economia

Publicato il bando «**Ecommerce 2020**» di Regione Lombardia, strumento pensato per finanziare **progetti di micro, piccole e medie imprese** sul commercio digitale

# Finanziamenti per le imprese, fondi per il lancio dell'e-commerce

di Elisa Riva

La bussola per chi fa impresa  
LA PROMESSA. Skille ti fornisce gli strumenti per affrontare la transizione della tua impresa verso il "nuovo" mondo dove digitalizzazione e comunicazione si identificano.

**Webinar sui finanziamenti per le pmi**  
Registrati ora per partecipare

Prenderà il via il 22 luglio alle 17,30 la serie di webinar che Skille ha organizzato per illustrare ad aziende e imprenditori le possibilità...

### Mercoledì 22 e 29 alle 17,30 webinar dedicati alle pmi

**Linea diretta con le imprese.** Il bando di finanziamento alle imprese presentato in queste pagine sarà oggetto di un approfondimento online in uno webinar che sarà offerto a tutti gli iscritti alla community di Skille. La nostra redazione dialogherà con gli esperti di Euro-partner in diretta alle 17,30 di mercoledì 29 luglio.  
Mercoledì 22 luglio, invece, sempre alle 17,30, sarà proposto uno webinar dedicato al finanziamento Sace-Simest per l'internazionalizzazione di cui abbiamo parlato su queste pagine lunedì scorso. Per partecipare agli webinar bisogna registrarsi su [skille.ecodibergamo.it](http://skille.ecodibergamo.it)

### UNA OPPORTUNITÀ PER LE MICRO IMPRESE

I mercati esteri, in particolare alcune piazze europee, hanno retto meglio il contraccolpo dell'emergenza sanitaria, ma è qui che la concorrenza sorpassa l'Italia in termini di capacità digitale.

Il Bel Paese, però, ha un asso nella manica, anzi due, per compensare la congiuntura sfavorevole: il brand «Made in Italy» e la possibilità di avviare un processo di digitalizzazione strutturato, contando su bandi di finanziamento in grado di dare la spinta iniziale a quelle imprese che ancora non hanno esperienza nella vendita online o di sostenere ulteriormente quelle aziende che avendo già un progetto di digital export, intendono fare un passo in avanti.

«In tutti i casi – afferma Federica Perletti, docente in Digital business development e Marketing management per l'impresa internazionale nell'era dei new media e del digital marketing all'Università di Bergamo – un percorso di digital marketing non può prescindere da una visione nel lungo periodo, pena il fallimento della strategia e soprattutto degli investimenti».

Fondamentale è partire dai dati e da uno studio di fattibilità del progetto affinché un'idea trovi conforto nella concretezza: «Un'analisi di fattibilità è tutt'altro che uno strumento teorico, come spesso si tende a credere – sottolinea l'esperta di strategia digitale per l'e-commerce – permette di avviare il progetto vero e proprio, solo se ha le caratteristiche per assicurare un effettivo sviluppo del business dell'azienda. Il digital export non può essere concepito come una velleità dell'impresa che vuole essere online, ma deve essere ideato e applicato per avere successo nel tempo, anche per avere un ritorno dell'investimento iniziale».

L'analisi di fattibilità è tra le voci di spese ammesse dal bando «Ecommerce 2020» di Regione Lombardia, strumento pensato per finanziare progetti di micro, piccole e medie imprese interessate al digital export: «Pensiamo ad esempio a un'azienda che non ha ancora un e-commerce – spiega Perletti – e che finora non ha avuto la capacità economica di



avviarlo. Ora potrebbe sfruttare questa opportunità per proseguire l'attività di vendita all'estero, attraverso gli intermediari, i grossisti e importatori esteri, avendo già la capacità organizzativa di distribuire grandi quantità di merce. Si tratta quindi di un modello che non intende raggiungere il singolo consumatore, perché ciò implicherebbe un significativo impegno organizzativo, basti pensare alla predisposizione del post-vendita».

### OPPORTUNITÀ DI CRESCITA PER MOLTI SETTORI

L'azienda, contando sul bando di finanziamento, potrebbe quindi avere un aiuto nel realizzare una piattaforma di proprietà: «In questo modo la modalità digitale conterà sulla proposta di mercato che l'azienda stava già offrendo, ma soltanto offline».

Sono diversi i settori che potrebbero trovare interessante questa soluzione. «Vino e industria dell'alimentare confezionato, ad esempio – afferma –. Più in generale realtà aziendali che già vendono all'estero attraverso grossisti importatori. Vale anche per i semilavorati, intesi come il settore idraulico e delle guarnizioni, dove il prodotto fa parte di un componente finale, i ricambi e prodotti standard e il mondo del subfornitori, come l'accessoristica e il mercato dei motori».

Altro scenario riguarda le imprese che hanno già un e-commerce e vendono al mercato italiano, direttamente al consuma-

tore: «In questo caso l'azienda dovrà procedere con alcune modifiche per ampliare uno strumento che già in essere – continua Perletti – normalmente sono imprese che inizialmente hanno deciso di concentrarsi sul mercato interno, ora hanno la possibilità di rivolgersi all'estero, senza modificare l'assetto logistico, ma intervenendo sulle condizioni economiche di consegna con il fornitore, sull'organizzazione della post vendita e della piattaforma per assicurare una user experience calibrata sulle caratteristiche del mercato in cui si intende avviare nuovi business».

Terzo scenario, riguarda il business-to-business, ma che vuole raggiungere anche i consumatori finali senza adottare un proprio strumento: «In questo caso è possibile sottoscrivere un contratto con un market place, come ad esempio Amazon che permette di rivolgersi sia al consumatore finale, con il canale tradizionale, sia al business attraverso, per l'appunto, Amazon Business. Vale, per esempio, al produttore di vino che arriva al mercato estero attraverso un'altra azienda, un negozio, la grande distribuzione o al consumatore. Oppure il food, l'arredamento, la cura della persona».

In tutti i casi «trainante sarà il Made in Italy – conclude – brand che all'estero rappresenta ancora una forte leva, soprattutto in questo momento. Fondamentale sarà anche la capacità di veicolare i giusti messaggi, attraverso strategie di digital marketing».



**Un'opportunità reale di finanziamento dell'attività di export con intermediari e grossisti**

FEDERICA PERLETTI  
UNIVERSITÀ DI BERGAMO

## TUTTE LE SPESE AMMESSE AL CONTRIBUTO «ECOMMERCE 2020»



### Il progetto per il lancio del servizio

È il primo passo. Fra le prime spese ammesse al contributo spicca l'analisi di fattibilità del progetto, a partire dalle esigenze di adeguamento amministrativo, organizzativo, formativo, logistico, di acquisizione di strumenti e servizi. Segue la formazione del personale.



### La piattaforma tecnologica

L'acquisizione di forme di smart payment sono il secondo pilastro del progetto. A cui seguono progettazione, sviluppo e manutenzione di sistemi e-commerce proprietari (siti o app mobile), anche per quanto riguarda la sincronizzazione con canali marketplace di terzi.



### Posizionamento sui canali e-commerce

Previsto il contributo per il sostegno al posizionamento dell'offerta sui canali commerciali digitali prescelti verso i mercati esteri selezionati. In questo senso rientra la progettazione, sviluppo e manutenzione di piattaforme di AR Business commerce, come simulatori 3D olografici.

**E-commerce in Italia**  
Nel 2020 vale 22,7 miliardi (+26%)

**La quota dell'online**  
È l'8% degli acquisti (+4,7 miliardi)

**I consumatori online**  
Oggi sono cresciuti a 2 milioni

**Investimenti hi-tech in crescita**  
Boom dei sistemi di pagamenti elettronici

## Export digitale

I **BANDI** DI FINANZIAMENTO CONSENTONO ALLE **AZIENDE** CHE HANNO GIÀ UN PROGETTO O CHE VOGLIONO **AVVIARNE** UNO **DEDICATO** AL DIGITAL EXPORT DI RESTARE **COMPETITIVE**



I PIANI DI **E-COMMERCE** NON VANNO CONCEPITI COME **VELLEITÀ** D'IMPRESA, TANTO PER ESSERE **ONLINE** MA HANNO SUCCESSO SOLO NEL **LUNGO PERIODO**



## COSA FINANZIA IL BANDO «ECOMMERCE»

### I SOGGETTI A CUI SI RIVOLGE

Il bando «Ecommerce 2020» è finalizzata al sostegno delle micro-piccole e medie imprese che intendono sviluppare e consolidare la propria posizione sui mercati tramite lo strumento dell'e-commerce, incentivando l'accesso a piattaforme cross border (B2B e/o B2C) e sistemi e-commerce proprietari come siti web e app mobile).

Il contributo è a fondo perduto

**0 FONDO PERDUTO**

**10.000 VALORE MASSIMO**

**70% CONTRIBUTO**

**4.000 INVESTIMENTO MINIMO**

### LE VOCI DI SPESA

Sono ammesse al contributo le voci di spesa, sostenute dal 23/06/2020 al 31/03/2021 (data ultima anche per la presentazione della rendicontazione).

Il fondo finanzia fino a esaurimento dotazione



**30.3.2021 SPESE**

**11.9.2020 SCADENZA**

### I BENEFICIARI

Il bando di finanziamento di Regione Lombardia è diretto esclusivamente alle micro, piccole e medie imprese che hanno almeno una sede operativa in Lombardia, attiva ed iscritta al Registro delle imprese.

Il bando prevede un tetto del 70% come contribuzione a fondo perduto alle spese sostenute

### GLI INTERVENTI AMMESSI

Le aziende potranno presentare progetti relativi all'apertura e al consolidamento di un canale commerciale per l'export dei propri prodotti tramite l'accesso a servizi specializzati per la vendita online b2b e b2c:

- forniti da terze parti, che siano retailer, marketplace o servizi di vendita privata, a condizione che la transazione commerciale avvenga tra l'azienda e l'acquirente finale;
- realizzati all'interno del portale aziendale proprietario.

Previsti fino a 12 tipologie di interventi finanziabili direttamente dal Fondo

### IL TEMPO E LE DOMANDE

Il bando fissa i tempi di presentazione delle domande. E secondo le disposizioni le domande potranno essere presentate dalle ore 10.00 del 25/06/2020 alle ore 12.00 dell'11/09/2020.

Decisiva una verifica del progetto circa l'ammissibilità al finanziamento

## talk



**Federico Cerati**  
Gestore progetti di Europartner

### Cosa rende interessante il bando E-commerce 2020?

In un contesto in cui le fiere sono sostanzialmente tutte annullate e la vendita tradizionale è in difficoltà, Regione Lombardia dà la possibilità anche alle micro piccole imprese di affacciarsi sui mercati internazionali, con annunci che devono essere almeno anche in lingua inglese.

### Non serve sviluppare una propria piattaforma?

No, la piattaforma può essere anche più di una ed essere fornita da terze parti, utilizzando noti operatori di market place, e questo semplifica la procedura di attivazione del negozio virtuale. Il contributo può essere al massimo del 70 per cento delle spese esposte e per un totale non superiore a 10 mila euro. Abbiamo conferma di un grande interesse anche da parte delle micro imprese.

### Quale supporto può dare Europartner?

Possiamo valutare gratuitamente che l'investimento che l'azienda sta facendo sia idoneo e congruo con lo strumento finanziario messo a disposizione dalla Regione. La scadenza del bando è fissata all'11 settembre e quindi chi vuole partecipare al bando deve muoversi da subito.



### L'interattività con i sistemi informatici aziendali

Finanziati i progetti di raccordo tra le funzionalità operative del canale digitale di vendita prescelto e i propri sistemi Crm. Subito dopo automatizzazione delle operazioni di trasferimento, aggiornamento e gestione degli articoli da e verso il web.



### La protezione e sicurezza dei dati

La sicurezza rientra fra i contributi ammessi per sostenere spese destinate alla protezione e registrazione dei marchi e degli articoli compresi nel portafoglio prodotti nei mercati di destinazione prescelti. Comunicazione e informazione, leve di marketing



### Comunicazione e informazione, leve di marketing

Campagne digital marketing e attività di promozione sui canali digitali (massimo 20%) sono strategiche per il lancio. Decisiva la comunicazione, informazione e promozione per il canale export digitale, con riferimento al portafoglio prodotti, ai mercati esteri.