



Ufficio Eventi e digitalizzazione

Spett.le AZIENDA

SEDE

Oggetto: **Progetto "Le PMI nei mercati internazionali" Fondo 20%.**
Invito a partecipare

Si comunica che questa Camera di Commercio, in collaborazione con Unioncamere e con Promos Italia Scrl, organizza una serie di iniziative **gratuite** (descritte di seguito) che intendono accompagnare le PMI del territorio **con buona esperienza nell'export** in un percorso di internazionalizzazione delle loro produzioni.

Le iniziative si svolgeranno in modalità a distanza, su apposite piattaforme online, previa registrazione delle imprese ammesse sui portali che saranno indicati in fase di ammissione.

Esse prevedono corsi di formazione, incontri virtuali b2b con operatori e buyer europei per vari settori, introduzione all'e-commerce, meglio specificate di seguito.

E' richiesta, per gli incontri con i buyer, **la conoscenza della lingua inglese** e il **sito web bilingue in italiano/inglese**.

Ciò premesso le imprese che intendono partecipare alle iniziative descritte dovranno indirizzare a questa Camera di Commercio la **SCHEDA ADESIONE** allegata debitamente compilata in tutte le sue parti e firmata dal titolare o dal legale rappresentante, opzionando le iniziative di proprio interesse.

Poiché ciascuna iniziativa prevede un **numero limitato** di aziende partecipanti **potranno essere opzionate al massimo 2 iniziative per ciascuna azienda**.

Le **schede adesione** dovranno essere inviate **a partire dalle ore 8.00 del 09 ottobre e fino alle ore 12.00 del giorno 16 ottobre p.v. esclusivamente tramite Posta Elettronica Certificata (PEC)** al seguente indirizzo PEC dell'Ente camerale: cciaa.salerno@sa.legalmail.camcom.it

Per la sola iniziativa AMAZON le schede potranno essere inviate **dalle ore 12.00 di domani 7 ottobre fino alle ore 12.00 del 12 ottobre p.v.**

Si considerano prodotte in tempo utile le istanze spedite entro il termine e secondo le condizioni di cui innanzi.

Qualora dovesse pervenire nei termini fissati un numero di istanze superiore alle disponibilità (per ciascuna iniziativa) l'Ufficio scrivente provvederà ad adottare quale criterio di selezione **l'ordine cronologico di spedizione**, posizionando in apposita lista d'attesa le domande non collocate utilmente in base ai posti disponibili.

Distinti saluti

IL VICE SEGRETARIO GENERALE
(Dr. Ciro Di Leva)

Firma digitale ai sensi dell'art. 24 del d.lgs. 82/2005

Responsabile del procedimento
Domenico Clemente tel. 0893068495
e-mail: domenico.clemente@sa.camcom.it



SHORT MASTER ONLINE

Target: max 25 aziende
Settore: tutti i settori

Il percorso formativo è strutturato in n° 13 moduli on line della durata di 4 ore di lezione cadauno, sempre dalle ore 9.30 alle ore 13.30, da tenersi nel periodo ottobre/dicembre 2020 secondo il calendario di seguito specificato.

Esso permetterà ai partecipanti di:

Comprendere le principali sfide e pressioni concorrenziali generate dal mercato globale;

Individuare le variabili rilevanti dello scenario economico internazionale;

Pianificare una strategia internazionale di successo;

Scegliere i mercati ad elevato potenziale;

Sviluppare la capacità di lettura e analisi dei mercati esteri;

Utilizzare la comunicazione digitale nei processi di internazionalizzazione;

Gestire le principali criticità legate all'operatività nei mercati esteri elaborando piani di intervento;

Sviluppare un valido network di relazioni.

Programma:

- | | |
|---|---------------------|
| • SCENARIO INTERNAZIONALE | venerdì 23 ottobre |
| • EUROPA 2020 E NUOVO MFF | martedì 27 ottobre |
| • STRATEGIE DOGANALI | giovedì 29 ottobre |
| • STRATEGIE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE | martedì 3 novembre |
| • MARKETING INTERNAZIONALE | giovedì 5 novembre |
| • ASSETTI ORGANIZZATIVI
PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE | martedì 10 novembre |
| • DIGITAL MARKETING PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE | giovedì 12 novembre |
| • FINANZA INTERNAZIONALE | martedì 17 novembre |
| • CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE | giovedì 19 novembre |
| • FISCALITÀ INTERNAZIONALE | martedì 24 novembre |
| • STRUMENTI DI PAGAMENTO INTERNAZIONALI
E GESTIONE DEL RISCHIO | giovedì 26 novembre |
| • SUPPLY CHAIN MANAGEMENT | martedì 1 dicembre |
| • BUSINESS PLAN PER INTERNAZIONALIZZAZIONE | giovedì 3 dicembre |



AMAZON

Target: max 10 aziende
Settore: FOOD (non fresco né alcolici)

Il progetto prevede l'accompagnamento delle PMI del settore food sul marketplace Amazon Fr, Uk, De, Usa, per una fase di test della durata di 6 mesi durante la quale le imprese potranno verificare la risposta del mercato verso i propri prodotti ed analizzare i trend di vendita.

I passi operativi del progetto prevedono:

1. Incontro con azienda per definizione delle referenze di vendita (max 2 per azienda) e del pricing prodotto;
2. I prodotti selezionati verranno posizionati (per il tramite di una società' di trading partner) su Amazon UK, Amazon FR, Amazon DE e inviati alla logistica di Amazon per la vendita (completandoli di etichettatura e imballaggio antishock) ;
3. Invio della descrizione dei prodotti nelle varie lingue (Inglese, Francese e tedesco), immagini, e N. EAN;
4. L'azienda dovrà spedire 12 prodotti (per ogni referenza selezionata) al magazzino italiano (prodotti inviati come omaggio, costo di spedizione a carico del cliente);
5. Verrà realizzata una promozione dei prodotti attraverso campagne pubblicitarie online della durata di 5 mesi;
6. Verrà gestita l'interazione via web con i clienti ed effettuata l'analisi dei dati di vendita
7. Verrà inviato all'azienda mensilmente il report delle vendite realizzate, visualizzazione del prodotto ecc.;
8. Una volta superata la fase di test, l'azienda potrà decidere di proseguire il rapporto con la società di trading o gestire direttamente la propria presenza sul marketplace.

Si precisa quindi ulteriormente che l'iniziativa è rivolta, in particolare (ma non esclusivamente) alle aziende produttrici di:

- pasta, riso, sughi (di carne, di pesce, di verdure), condimenti, salse tartufate, funghi porcini secchi e zafferano e spezie;
- aceto balsamico, olio extra vergine di oliva ed oli aromatizzati;
- prodotti da forno, caffè e dolci (biscotti, panettoni), ecc.;
- salumi sottovuoto (non affettati);

I prodotti devono poter essere conservati a temperatura ambiente (max 18 gradi), presentare un'etichetta a norma UE in, con ingredienti e data di scadenza in inglese/francese/tedesco, luogo di produzione e devono essere dotati di codice EAN, accompagnati dall'immagine e dalla descrizione del prodotto e degli ingredienti inglese/francese/tedesco (massimo 10 righe). Si richiede una shelf life 120 giorni minimo.

Il progetto inizierà con un webinar introduttivo online previsto per il giorno 12 ottobre.



INBUYER

Target: max 20 aziende
Settore: specifici

Il Programma INBUYER è uno strumento messo a disposizione dalle Camere di Commercio per favorire l'export delle imprese locali. Senza viaggiare all'estero e senza gli oneri della partecipazione ad una fiera, il programma InBuyer aiuta a creare rapporti d'affari concreti con buyer accuratamente selezionati in tutto il mondo.

Esso prevede una serie di appuntamenti, calendarizzati fra ottobre e dicembre 2020, con una serie di buyer selezionati dei seguenti settori e comparti:

COSTRUZIONI
FASHION
COSMETICI
FOOD AND WINE
ARREDO E DESIGN
NAVALE
MEDICAL & HEALTH
TURISMO

Il progetto prevede l'accesso e la registrazione ad un'apposita piattaforma sulla quale l'azienda dovrà profilarsi per selezionare i buyer più adatti. La profilazione è permanente e costituisce un'opportunità anche per il futuro.



EUMATCH_B2B Europa Target: max 10 aziende Settore: Food & Wine e Foodtech

Il programma EUMATCH rivolto alle PMI del settore *food e vitivinicolo* prevede l'accompagnamento su tre mercati europei per aziende non esperte identificando tre specifici sub-settori. Il percorso prevede:

1. Identificazione dei 3 mercati europei a più alta potenzialità per ciascun sub-settore;
2. Seminari di approfondimento sulle modalità operative nei mercati europei target, con taglio settoriale;
3. Colloqui con esperti su tematiche di interesse trasversale (es. come definire il prezzo di export, certificazioni per l'export, etc.) e specifico sui mercati target (canali distributivi, strategia di marketing da attuare nel mercato obiettivo, etc.);
4. valutazioni individuali per definire i punti di forza di ciascuna azienda, identificare il/i mercato/i target e la strategia da attuare;
5. attività di ricerca partner e matching con operatori selezionati dei mercati target;
6. organizzazione di incontri B2B virtuali con le controparti selezionate;
7. per ogni sub-settore verrà creata una piattaforma di matching ad hoc.