



Regione Lombardia
LA GIUNTA

DELIBERAZIONE N. XII/ 5217

SEDUTA DEL 27/10/2025

Presidente **ATTILIO FONTANA**

Assessori regionali **MARCO ALPARONE** *Vicepresidente*
ALESSANDRO BEDUSCHI
GUIDO BERTOLASO
FRANCESCA CARUSO
GIANLUCA COMAZZI
ALESSANDRO FERMI
PAOLO FRANCO
GUIDO GUIDESI

ROMANO MARIA LA RUSSA
ELENA LUCCHINI
FRANCO LUCENTE
GIORGIO MAIONE
DEBORA MASSARI
MASSIMO SERTORI
CLAUDIA MARIA TERZI
SIMONA TIRONI

Con l'assistenza del Segretario Fabrizio De Vecchi

Su proposta dell'Assessore Guido Guidesi

Oggetto

ACCORDO PER LO SVILUPPO ECONOMICO E LA COMPETITIVITÀ TRA REGIONE LOMBARDIA E LE
CAMERE DI COMMERCIO LOMBARDE – PROGRAMMA OPERATIVO 2024-2025 – APPROVAZIONE DEL
PROGETTO “PIANO PER L'EXPORT E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE LOMBARDE 2025”

Si esprime parere di regolarità amministrativa ai sensi dell'art.4, comma 1, l.r. n.17/2014:

Il Direttore Generale Armando De Crinito

La Dirigente Maria Rosa Marchetti

Esito favorevole del controllo degli aspetti finanziari e/o patrimoniali, ai sensi dell'art. 8, comma 5 della
D.G.R. n. 4755/2016:

Il Direttore Centrale Manuela Giaretta



Regione Lombardia

LA GIUNTA

RICHIAMATI:

- la Legge Regionale n. 11 del 19 febbraio 2014 "Impresa Lombardia: per la libertà di impresa, il lavoro, la competitività", ai sensi della quale Regione Lombardia promuove il mercato e l'internazionalizzazione, sostenendo in particolare: la capacità delle imprese di sviluppare e ampliare le proprie prospettive di mercato; l'internazionalizzazione del sistema imprenditoriale, consolidando nel territorio l'attività di ricerca e sviluppo e favorendo la collaborazione non delocalizzativa con le imprese straniere; la tutela della proprietà intellettuale e la sensibilizzazione dei consumatori; la tutela e la promozione dei prodotti tipici locali e delle produzioni industriali delle imprese della Lombardia anche a livello internazionale;
- il Programma Regionale di Sviluppo Sostenibile della XII Legislatura, approvato con DCR XII/42 del 20 giugno 2023, che prevede in particolare, all'Obiettivo Strategico 4.1.6, il sostegno al sistema fieristico e all'internazionalizzazione delle imprese;

RICHIAMATI altresì:

- l'Accordo per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo tra Regione Lombardia e Sistema Camerale lombardo, approvato con DGR n. XII/1536 del 18 dicembre 2023, sottoscritto in data 13 febbraio 2024 con efficacia dal 1° gennaio 2024 al 31 marzo 2028;
- la DGR n. XII/2647 del 1 luglio 2024 "Accordo per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo tra Regione Lombardia e Sistema camerale lombardo - Approvazione del programma operativo 2024-2025" che, all'interno dell'ambito strategico "Ecosistema imprese", promuove la competitività delle micro e piccole imprese lombarde sui mercati esteri attraverso azioni in grado di supportare le stesse nell'approccio a nuovi mercati, contribuendo alla crescita e allo sviluppo dell'internazionalizzazione;
- la DGR n. XII/2906 del 5 agosto 2024 avente ad oggetto "Determinazioni in merito all'adozione e gestione di misure approvate nell'ambito dell'Accordo per lo sviluppo economico e la competitività tra Regione Lombardia e Sistema camerale lombardo. Aggiornamento e sostituzione delle linee guida approvate con DGR n. 1662/2019";

CONSIDERATO che:

- l'attuale contesto internazionale è caratterizzato da rilevanti tensioni geopolitiche, cambiamenti nei dazi e instabilità nelle catene logistiche che costituiscono un fattore di criticità per il tessuto imprenditoriale;
- la diversificazione dei mercati potrebbe costituire per le imprese una strategia di mitigazione del rischio che le rende meno esposte a shock locali o contestuali;
- con la crescente globalizzazione dei mercati e la rapida evoluzione delle catene del valore, le imprese sono chiamate a ripensare i propri modelli di internazionalizzazione, integrando strategie di espansione commerciale con forme di cooperazione industriale mirate;



Regione Lombardia

LA GIUNTA

- in un ecosistema competitivo caratterizzato da innovazione tecnologica, volatilità geopolitica e necessità di sostenibilità produttiva, unitamente all'approccio tradizionale all'export diviene necessario sviluppare reti collaborative capaci di generare valore condiviso e vantaggi competitivi di lungo periodo;

TENUTO CONTO che tramite l'Accordo per lo sviluppo e la competitività del sistema lombardo, di cui alla DGR n. 1536 del 18 dicembre 2023, Regione Lombardia e Sistema Camerale lombardo si impegnano, tra gli altri:

- a sviluppare un ambiente favorevole all'imprenditorialità delle PMI, sostenendo lo sviluppo di filiere ed ecosistemi di imprese coerenti con la vocazione dei territori e al contempo favorendo l'espansione di ambiti innovativi e strategici per il posizionamento anche internazionale del sistema economico lombardo;
- ad individuare policy di carattere sistemico e progetti territoriali su filiere strategiche coerentemente con gli obiettivi strategici contenuti nel Programma Regionale di Sviluppo Sostenibile;

RITENUTO, in accordo con Unioncamere Lombardia, di proseguire anche nel 2025 il percorso di supporto all'internazionalizzazione delle imprese e dei soggetti economici lombardi attraverso la definizione di un progetto che miri a supportare concretamente le imprese lombarde nell'ingresso e/o consolidamento nei mercati strategici;

PRESO ATTO che in data 22 ottobre 2025 con protocollo n. O1.2025.0021965 Unioncamere Lombardia ha trasmesso il progetto "Piano per l'Export e per l'internazionalizzazione delle imprese lombarde 2025" progettato in raccordo con le Strutture competenti della DG Sviluppo economico (Allegato A);

DATO ATTO che la Direzione Generale Sviluppo economico, in ordine al progetto, riferisce che il medesimo:

- si propone di analizzare e integrare due dimensioni complementari dell'internazionalizzazione: da un lato, la definizione di un piano export verso mercati di grande rilevanza strategica; dall'altro, la realizzazione di un progetto di collaborazione industriale in un paese emergente, volto a creare una base produttiva e tecnologica capace di sostenere l'internazionalizzazione verso un'area specifica;
- si pone i seguenti obiettivi specifici:
 - ✓ Accrescere le competenze e la consapevolezza internazionale delle imprese lombarde, attraverso attività formative mirate;
 - ✓ Sostenere la definizione e l'attuazione di piani di internazionalizzazione individuali, che consentano alle imprese di selezionare in modo strategico i mercati prioritari, identificare partner commerciali adeguati e strutturare modelli di ingresso sostenibili;



Regione Lombardia

LA GIUNTA

- ✓ Facilitare l'accesso delle imprese a nuove opportunità commerciali e partnership estere, mediante la realizzazione di azioni di business matching, eventi B2B e una missione collettiva nei mercati individuati;
 - ✓ Incrementare il tasso di attivazione export delle imprese partecipanti, favorendo l'avvio o il consolidamento di rapporti di collaborazione, distribuzione o vendita con controparti internazionali;
 - ✓ Rafforzare il posizionamento internazionale del sistema produttivo lombardo, promuovendo un'immagine unitaria di qualità, innovazione e sostenibilità attraverso attività coordinate di comunicazione e visibilità nei mercati target;
 - ✓ Sviluppare un modello replicabile di accompagnamento all'export, basato anche su strumenti di valutazione dell'efficacia (indicatori di performance, monitoraggio risultati, customer satisfaction), utile per la futura programmazione regionale in materia di internazionalizzazione;
- si snoda sulle seguenti due linee di attività:
 - ✓ Export su misura: servizi a supporto delle imprese per l'accesso ai mercati esteri;
 - ✓ Progetto strategico per l'internazionalizzazione delle imprese in Uzbekistan;

EVIDENZIATO che l'accesso ai mercati dei Paesi cosiddetti 'Stan' rappresenta un'opportunità significativa per le imprese lombarde in generale, ed in particolare per i settori del Tessile e della Trasformazione Agroalimentare al fine di ampliare la presenza delle imprese nei mercati emergenti dell'Asia Centrale;

RICORDATA l'intesa tra la Regione Lombardia e la Regione di Samarcanda sottoscritta dal Presidente della Giunta della Lombardia in data 12 giugno 2025 che prevede, fra i suoi obiettivi, lo sviluppo dei rapporti commerciali, economici e scientifici anche attraverso il supporto alle PMI nello sviluppo di strategie di internazionalizzazione;

DATO ATTO che la Direzione Sviluppo Economico riferisce che le attività e gli obiettivi dell'esaminato progetto risultano coerenti con le politiche regionali in tale ambito;

DATO ATTO che il richiamato progetto individua quali beneficiari dell'iniziativa le piccole e medie imprese (PMI) lombarde attive nei comparti produttivi con potenziale internazionale, con priorità per quei cluster e settori che già mostrano un'elevata vocazione all'export o un potenziale di crescita nei mercati esteri;

DATO ATTO che l'individuazione delle imprese partecipanti all'iniziativa verrà effettuata da Unioncamere Lombardia, attraverso un apposito bando;

DATO ATTO che il budget previsionale complessivo per la realizzazione, nell'ambito dell'Accordo per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo tra



Regione Lombardia

LA GIUNTA

Regione Lombardia e Sistema Camerale lombardo, delle attività previste dal progetto è pari ad Euro 1.500.000,00 a carico di Regione Lombardia, così come dettagliato nell'Allegato A;

PRESO ATTO che la Segreteria Tecnica dell'Accordo per lo sviluppo economico e la competitività del sistema regionale, in data 22 ottobre 2025 ha approvato mediante procedura telematica l'iniziativa oggetto della presente deliberazione;

DATO ATTO che l'Accordo di collaborazione tra Regione Lombardia ed il Sistema Camerale lombardo, di cui alla richiamata DGR n. 1536 del 18 dicembre 2023, all'art. 4 prevede che Unioncamere Lombardia è di norma individuata come soggetto attuatore delle azioni approvate in attuazione dell'Accordo, ai sensi dell'art. 27-ter della l.r. 34/1978 anche avvalendosi delle strutture camerale competenti per territorio o per materia;

RITENUTO, conseguentemente, di:

- approvare il progetto "Piano per l'Export e per l'internazionalizzazione delle imprese lombarde 2025" di cui all'allegato A, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;
- prevedere per la realizzazione dell'iniziativa "Piano per l'Export e per l'internazionalizzazione delle imprese lombarde 2025" una dotazione finanziaria pari ad euro 1.500.000,00 a valere sul capitolo di spesa 14.01.104.015532 del bilancio 2025 che presenta la necessaria disponibilità di competenza e di cassa;
- individuare Unioncamere Lombardia quale soggetto attuatore dell'iniziativa "Piano per l'Export e per l'internazionalizzazione delle imprese lombarde 2025";

DATO ATTO che il paragrafo 13 delle Linee Guida per l'adozione e la gestione di misure approvate nell'ambito dell'Accordo per lo sviluppo economico e la competitività tra Regione Lombardia e Sistema camerale lombardo, di cui alla richiamata DGR n. XII/2906 del 5 agosto 2024 stabilisce che per i progetti gestiti da Unioncamere Lombardia, qualora sia previsto, l'affidamento di incarichi a soggetti esterni è attuato nel rispetto della normativa vigente per la pubblica amministrazione in tema di procedure d'appalto e affidamenti diretti;

RICHIAMATI altresì i paragrafi 8 e 10 delle Linee Guida per l'adozione e la gestione di misure approvate nell'ambito dell'Accordo per lo sviluppo economico e la competitività tra Regione Lombardia e Sistema camerale lombardo di cui alla richiamata DGR n. XII/2906 del 5 agosto 2024;

DATO ATTO che in coerenza con i paragrafi 8 e 10 delle Linee Guida Unioncamere Lombardia:

- entro il 30 novembre 2025 presenterà una relazione intermedia che dia evidenza dell'avanzamento delle attività;



Regione Lombardia

LA GIUNTA

- entro il 31 dicembre 2025 presenterà una relazione finale sullo stato conclusivo delle attività unitamente ai giustificativi di spesa inerenti all'attuazione delle attività del Progetto;
- nelle ipotesi in cui per la realizzazione del progetto il soggetto attuatore si avvalga di soggetti terzi e strutture camerali competenti per materia e per territorio, unitamente alla relazione finale trasmetterà a Regione Lombardia anche le fatture collegate al progetto emesse a favore di tali soggetti da parte di fornitori di beni e servizi;

EVIDENZIATO che la conclusione delle attività previste dal Progetto dovrà aver luogo entro e non oltre il 31 dicembre 2025;

RITENUTO di:

- stabilire che il trasferimento delle risorse a Unioncamere Lombardia avverrà ai sensi della DGR n. XII/2906 del 5 agosto 2024 e, nello specifico, nel caso di progetti:
 - ✓ erogazione di una prima tranche di risorse pari ad euro 1.050.000,00 (70% delle risorse), a fronte della determina o di altro atto deliberativo del Soggetto attuatore attestante l'avvio del progetto;
 - ✓ erogazione di una seconda ed ultima tranche di risorse pari ad euro 450.000,00 (30% delle risorse) quale saldo finale, a fronte della conclusione delle attività del progetto e della presentazione della relazione finale;
- rinviare l'impegno e la liquidazione delle risorse a successivi atti del dirigente competente;

DATO ATTO che Unioncamere Lombardia quale soggetto attuatore del "Piano per l'Export e per l'internazionalizzazione delle imprese lombarde 2025":

- è tenuta ad agire nel rispetto delle normative comunitarie, nazionali e regionali in materia di gestione amministrativa e finanziaria delle risorse pubbliche complessivamente assegnate al progetto ed in particolare nel rispetto delle normative vigenti in materia di aiuti di Stato, di appalti pubblici nel caso di acquisizioni di beni e/o servizi da fornitori terzi;
- è tenuta a realizzare il progetto secondo i criteri di cui al presente atto garantendo il rispetto della qualità progettuale richiesta e del suo valore istituzionale ed economico, a comunicare tempestivamente agli uffici regionali eventuali criticità nella realizzazione delle azioni, nonché a produrre una puntuale e dettagliata rendicontazione delle spese;

VERIFICATO che la spesa oggetto del presente atto non rientra nell'ambito di applicazione dell'art. 3 della l. 136/2010 relativo alla tracciabilità dei flussi finanziari;



Regione Lombardia

LA GIUNTA

STABILITO di pubblicare il presente atto sul BURL e sul sito istituzionale regionale – sezione amministrazione trasparente – ai sensi degli artt. 26 e 27 del D.Lgs. 14 marzo 2013, n. 33;

VISTA la l.r. n. 34/1978 e successive modifiche e integrazioni, nonché il regolamento di contabilità r.r. 2 aprile 2001 n.1 e la legge di approvazione del bilancio di previsione dell'anno in corso;

VISTA la l.r. 7 luglio 2008, n. 20 "Testo unico delle leggi regionali in materia di organizzazione e personale" ed i provvedimenti organizzativi della XII legislatura;

Tutto ciò premesso, **a voti unanimi** espressi nelle forme di legge;

DELIBERA

1. di approvare il progetto "Piano per l'Export e per l'internazionalizzazione delle imprese lombarde 2025" di cui all'allegato A, parte integrante e sostanziale del presente provvedimento;
2. di prevedere per la realizzazione dell'iniziativa "Piano per l'Export e per l'internazionalizzazione delle imprese lombarde 2025" una dotazione finanziaria pari ad euro 1.500.000,00 a valere sul capitolo di spesa 14.01.104.015532 del bilancio 2025 che presenta la necessaria disponibilità di competenza e di cassa;
3. di individuare Unioncamere Lombardia quale soggetto attuatore dell'iniziativa "Piano per l'Export e per l'internazionalizzazione delle imprese lombarde 2025";
4. di stabilire che il trasferimento delle risorse a Unioncamere Lombardia avverrà ai sensi della DGR n. XII/2906 del 5 agosto 2024 e, nello specifico, nel caso di progetti:
 - erogazione di una prima tranche di risorse pari ad euro 1.050.000,00 (70% delle risorse), a fronte della determina o di altro atto deliberativo del Soggetto attuatore attestante l'avvio del progetto;
 - erogazione di una seconda ed ultima tranche di risorse pari ad euro 450.000,00 (30% delle risorse) quale saldo finale, a fronte della conclusione delle attività del progetto e della presentazione della relazione finale;
5. di rinviare l'impegno e la liquidazione delle risorse a successivi atti del dirigente competente;
6. di dare atto che Unioncamere Lombardia, quale soggetto attuatore del "Piano per l'Export e per l'internazionalizzazione delle imprese lombarde 2025", è tenuta ad agire nel rispetto delle normative comunitarie, nazionali e



Regione Lombardia

LA GIUNTA

regionali in materia di gestione amministrativa e finanziaria delle risorse pubbliche complessivamente assegnate al progetto ed in particolare nel rispetto delle normative vigenti in materia di aiuti di Stato, di appalti pubblici nel caso di acquisizioni di beni e/o servizi da fornitori terzi;

7. di dare atto che Unioncamere Lombardia è tenuta a realizzare il progetto secondo i criteri di cui al presente atto garantendo il rispetto della qualità progettuale richiesta e del suo valore istituzionale ed economico, a comunicare tempestivamente agli uffici regionali eventuali criticità nella realizzazione delle azioni, nonché a produrre una puntuale e dettagliata rendicontazione delle spese;
8. di pubblicare la presente deliberazione ai sensi degli artt. 26 e 27 del D.Lgs n. 33 del 14 marzo 2013;
9. di disporre la pubblicazione del presente provvedimento sul Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia.

IL SEGRETARIO
FABRIZIO DE VECCHI

Atto firmato digitalmente ai sensi delle vigenti disposizioni di legge.



UNIONCAMERE
LOMBARDIA

PIANO PER L'EXPORT E INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE 2025



**UNIONCAMERE
LOMBARDIA**
Camere di commercio lombarde



Indice

Introduzione.....	3
Obiettivi.....	5
Beneficiari.....	6
Linea 1: Export su misura: servizi a supporto delle imprese per accedere ai mercati esteri.	7
1.1 Servizi trasversali.....	7
1.1.1 Analisi e selezione dei mercati target.....	7
1.1.2 Promozione del progetto	8
1.1.3 Presentazione delle opportunità sui mercati target.....	8
1.2 Percorsi di export su misura	10
1.2.1 Attività di preparazione tecnica e formazione	10
1.2.2 Il Piano di internazionalizzazione	11
1.2.3 Ricerca partner e organizzazione di incontri b2b all'estero	12
1.2.4 Strutturazione e gestione del bando	14
1.3 Monitoraggio e valutazione dell'efficacia delle azioni	16
Linea 2: Progetto strategico per l'internazionalizzazione delle imprese in Uzbekistan	17
Risultati attesi.....	20
Report e tempistiche.....	21
Budget previsionale	22



Introduzione

Nel 2024, la Lombardia ha confermato – e in parte rafforzato – la sua posizione di leadership nel panorama dell’export italiano. Secondo i dati di Unioncamere Lombardia, le esportazioni regionali hanno raggiunto un nuovo record storico di circa **164 miliardi di euro**, con una crescita su base annua dello **0,6%**. Il valore complessivo dell’interscambio regionale ha sfiorato **338 miliardi di euro** (+0,4% sul 2023), mentre nei primi sei mesi del 2025 i flussi commerciali hanno toccato **176 miliardi di euro**, di cui **85 miliardi di export**, in aumento del **+2,8%** rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente.

Secondo SACE, nel 2024 la Lombardia ha rappresentato **oltre un quarto dell’export nazionale (26,3%)**, confermandosi prima regione esportatrice d’Italia.

Questi dati testimoniano il ruolo trainante della Lombardia nei mercati internazionali e l’importanza strategica di continuare a sostenere le PMI regionali nel rafforzamento della loro presenza all’estero.

Inoltre, nel contesto della crescente globalizzazione dei mercati e della rapida evoluzione delle catene del valore, le imprese sono chiamate a ripensare i propri modelli di internazionalizzazione, integrando strategie di espansione commerciale con forme di cooperazione industriale mirate. In un ambiente competitivo caratterizzato da innovazione tecnologica, volatilità geopolitica e necessità di sostenibilità produttiva, l’approccio tradizionale all’export non è l’unica dimensione da valutare: è necessario sviluppare reti collaborative capaci di generare valore condiviso e vantaggi competitivi di lungo periodo.

Il presente progetto si propone di analizzare e integrare due dimensioni complementari dell’internazionalizzazione: da un lato, un piano per l’export che si traduce in un supporto per definire e attuare efficaci strategie di export in mercati maturi ad alta potenzialità e di grande rilevanza strategica; dall’altro, la realizzazione di un progetto di collaborazione industriale in Uzbekistan, volto a creare una base produttiva e tecnologica capace di sostenere e ampliare la presenza dell’impresa nei mercati emergenti dell’Asia Centrale.

La combinazione di queste due dimensioni mira, dunque, a costruire un modello integrato di internazionalizzazione, fondato sull’equilibrio tra espansione commerciale e presenza produttiva internazionale. L’obiettivo è consolidare una rete

globale di valore, in cui la cooperazione industriale funge da piattaforma operativa e tecnologica a supporto anche dei paesi vicini.

In questa prospettiva, sfruttando le complementarità tra mercati avanzati ed emergenti il risultato atteso è la creazione di un ecosistema internazionale sostenibile, fondato su innovazione, collaborazione e competitività condivisa.

Il Progetto proposto si articola, quindi, su in due linee di intervento complementari:

- una **componente di stimolo e supporto all'export sui mercati maturi**, finalizzata a consolidare le capacità delle imprese lombarde di presidiare in modo competitivo i mercati europei e internazionali a più alta potenzialità, attraverso servizi di accompagnamento, formazione e consulenza;
- una **componente sperimentale di scouting e-business intelligence**, dedicata all'individuazione di **nuove opportunità economiche in Uzbekistan**, Paese emergente nell'Asia Centrale che presenta un crescente interesse per le imprese italiane in settori quali energia, infrastrutture, agroindustria e manifattura.

In un contesto globale caratterizzato da incertezze geopolitiche, cambiamenti tariffari e instabilità nelle catene logistiche, la **diversificazione dei mercati** costituisce una leva essenziale per la **resilienza del sistema produttivo lombardo**.

Il progetto, quindi, non solo promuove la **crescita** e la **competitività** internazionale delle PMI, ma contribuisce anche a rafforzare la capacità delle imprese di adattarsi a scenari in evoluzione e di **cogliere le nuove opportunità** offerte dai mercati extra-UE.

Sebbene il 2024 abbia segnato un record storico, la crescita dell'export lombardo (+0,6%) è risultata leggermente inferiore alla dinamica della domanda potenziale mondiale (+0,9%), con una lieve erosione della quota di mercato regionale nei principali Paesi di destinazione.

Questo dato evidenzia l'esigenza di **rafforzare la spinta all'internazionalizzazione** con strumenti mirati e integrati: servizi di orientamento, assistenza personalizzata e azioni di scouting che permettano alle imprese di ampliare la propria proiezione internazionale in modo strutturato e sostenibile.



Obiettivi

Il progetto mira a **rafforzare la competitività internazionale delle PMI lombarde** attraverso un approccio integrato che combina servizi di accompagnamento all'export sui mercati maturi e un percorso sperimentale di **scouting di nuove opportunità economiche in Uzbekistan**.

L'iniziativa intende favorire una crescita sostenibile e resiliente del sistema produttivo regionale, diversificando i mercati di riferimento e promuovendo una presenza stabile e qualificata delle imprese lombarde all'estero.

Gli **obiettivi specifici** sono:

- **Accrescere le competenze e la cultura dell'internazionalizzazione delle imprese lombarde**, attraverso percorsi formativi mirati e strumenti operativi per la gestione dei processi export in mercati complessi o ad alta competitività.
- **Supportare la definizione di strategie di internazionalizzazione personalizzate**, accompagnando le imprese nella selezione dei mercati prioritari, nella costruzione di reti commerciali e nella valutazione di modelli di ingresso sostenibili e coerenti con le proprie risorse.
- **Facilitare l'accesso delle imprese lombarde a opportunità commerciali concrete**, tramite attività di business matching, eventi B2B e una **missione economica sui mercati maturi target**, finalizzata alla creazione di partnership e accordi distributivi.
- **Sperimentare un'azione di scouting economico e istituzionale in Uzbekistan**, volta a identificare settori e progetti di potenziale interesse per le imprese lombarde, in particolare nei comparti energia, infrastrutture, agroindustria e manifattura.
- **Incrementare il tasso di attivazione export e di consolidamento dei rapporti commerciali internazionali**, favorendo la trasformazione delle relazioni avviate in opportunità economiche reali e durature.
- **Rafforzare il posizionamento internazionale del sistema produttivo lombardo**, valorizzando l'immagine di qualità, innovazione e sostenibilità delle imprese attraverso azioni coordinate di comunicazione e promozione economica.
- **Sviluppare un modello replicabile di accompagnamento all'export**, basato su criteri di misurabilità dei risultati (indicatori di performance, monitoraggio delle attività, customer satisfaction) e utile per la futura programmazione regionale in materia di internazionalizzazione.



Beneficiari

I principali beneficiari del progetto saranno le **piccole e medie imprese (PMI) lombarde** attive nei comparti produttivi con potenziale internazionale, con priorità per quei cluster e settori che già mostrano un'elevata vocazione all'export o un potenziale di crescita nei mercati esteri.

Le attività trasversali saranno rivolte a tutte le imprese e associazioni lombarde, mentre le attività personalizzate saranno rivolte alle imprese selezionate tramite apposito bando che mostrino al contempo una base minima di attività commerciale internazionale (anche modesta) e interesse a svilupparla nei mercati target, la capacità o il potenziale per sviluppare attività internazionali e la visione di un progetto di internazionalizzazione definito.

Linea 1: Export su misura: servizi a supporto delle imprese per accedere ai mercati esteri

1.1 Servizi trasversali

Il progetto prevede un insieme di **attività trasversali** finalizzate a garantire un'ampia partecipazione del tessuto imprenditoriale lombardo, una corretta diffusione delle opportunità, e una selezione trasparente e meritocratica delle imprese beneficiarie per le successive fasi operative di accompagnamento personalizzato.

1.1.1 Analisi e selezione dei mercati target

L'identificazione dei mercati ad alta potenzialità per l'export lombardo sarà condotta attraverso un approccio analitico strutturato, che combina indicatori quantitativi con valutazioni qualitative.

Al centro dell'analisi vi sarà l'Indice sulle Potenzialità dei Mercati Strategici (IPMS), sviluppato ad hoc da Promos Italia, per consentire una valutazione comparativa dei mercati internazionali nei settori di maggiore interesse per le imprese lombarde. Accanto a parametri quantitativi, il processo di selezione terrà conto anche di aspetti qualitativi, al fine di garantire la rilevanza pratica dei mercati individuati.

Grazie a questa metodologia integrata sarà, quindi, possibile individuare mercati target che non solo presentano una domanda attuale e prospettica significativa, ma che offrono anche condizioni favorevoli e sicure per l'espansione internazionale delle imprese lombarde.

1.1.2 Promozione del progetto

Le azioni di comunicazione mireranno a garantire la massima visibilità del progetto e delle sue opportunità presso le imprese lombarde potenzialmente interessate, in coerenza con le linee guida regionali sulla comunicazione istituzionale.

Le attività comprenderanno:

- campagne informative e promozionali attraverso mailing list e newsletter, utilizzando i canali del sistema camerale;
- pubblicazione di comunicati stampa, articoli e contenuti redazionali su portali istituzionali e social media;
- eventi di lancio e presentazione organizzati dal sistema camerale anche in collaborazione con le Associazioni di categoria;
- possibili campagne di digital marketing per la promozione e comunicazione del progetto e possibile attivazione di un contact center per il reclutamento delle aziende lombarde.

In raccordo stretto con gli uffici regionali, la strategia di comunicazione potrà essere volta al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- diffondere la notizia e i contenuti del progetto su scala territoriale lombarda;
- garantire visibilità all'azione di Regione Lombardia a beneficio del sistema economico lombardo;
- assicurare la copertura nei media locali, nazionali e nei social media delle principali attività del progetto e dei risultati conseguiti;
- raccordarsi con i media esteri nei Paesi target per la copertura in occasione delle specifiche attività all'estero.

1.1.3 Presentazione delle opportunità sui mercati target

I webinar "Doing Business in..." saranno rivolti a tutte le imprese lombarde e rappresenteranno strumenti complementari per favorire la conoscenza del progetto e il coinvolgimento della comunità economica regionale e offrire alle imprese una prima base di competenze utili a orientare in modo più consapevole le proprie strategie di internazionalizzazione.

I momenti formativi "Doing Business in...", realizzati in modalità webinar e dedicati ai Paesi target del progetto, sono pensati per supportare le PMI nell'approccio ai mercati esteri. Offrono conoscenze e strumenti operativi per interpretare le dinamiche locali,



riconoscere opportunità e criticità, comprendere i modelli di business e sviluppare capacità relazionali per interagire con partner e controparti. L'obiettivo è aiutare le imprese a valutare con maggiore consapevolezza le opportunità di business all'estero e a orientare le prime scelte di ingresso.

Per ciascun Paese target viene fornita una visione integrata e operativa, volta a supportare le imprese nell'affrontare con consapevolezza l'accesso a nuovi contesti economici e commerciali. Il programma dei webinar, della durata di circa due ore ciascuno, si focalizzerà - per ogni mercato - sui seguenti aspetti:

- scenario economico e settori trainanti;
- interscambi commerciali con Italia ed UE;
- trend geopolitici e dinamiche del commercio internazionale;
- cultura del business e modalità di negoziazione.

L'erogazione dei corsi formativi verrà effettuata tramite una piattaforma on line che consente la fruizione dei corsi in maniera sincrona e asincrona, la condivisione del materiale didattico con i partecipanti e assicura una gestione professionale dei corsi.

1.2 Percorsi di export su misura

I servizi personalizzati verranno erogati a **n. 90 imprese lombarde** con l'obiettivo di fornire loro un percorso strutturato che le renda pronte e capaci di competere sui mercati internazionali, con specifico riguardo ai mercati individuati.

I servizi consisteranno in:

- a) attività di preparazione tecnica e formazione
- b) definizione di un piano di internazionalizzazione personalizzato
- c) ricerca partner e organizzazione di incontri b2b all'estero nei mercati target

1.2.1 Attività di preparazione tecnica e formazione

Il servizio prevede sessioni di gruppo online della durata di circa 3 ore per ciascun mercato target, con un taglio operativo e immediatamente applicabile.

L'obiettivo è rafforzare la capacità delle imprese di affrontare in modo strutturato e consapevole l'accesso ai mercati internazionali, fornendo indicazioni specifiche per superare barriere doganali, normative e contrattuali e, al tempo stesso, sviluppare competenze relazionali e negoziali indispensabili per instaurare partnership solide e durature.

Gli incontri rappresentano un contesto pratico e interattivo in cui le aziende possono confrontarsi su casi concreti e individuare soluzioni operative, trasformando così la preparazione tecnica in vantaggio competitivo.

Le attività si concentrano su cinque aree chiave:

- **Procedure doganali** (adempimenti e documentazione; regimi e semplificazioni; gestione dei dazi; ecc.)
- **Barriere normative** (standard tecnici; certificazioni obbligatorie; restrizioni all'import; ecc.)
- **Aspetti legali e contrattuali** (clausole chiave nei contratti; strumenti di tutela; accordi di distribuzione/agenzia; ecc.)
- **Logistica e adempimenti export** (gestione della supply chain internazionale; scelta degli Incoterms®; organizzazione dei flussi documentali; controllo dei costi logistici; ecc.)

- **Pagamenti internazionali** (strumenti di pagamento; credito documentario; garanzie bancarie; rischi cambio; ecc.)

1.2.2 Il Piano di internazionalizzazione

Il Piano di Internazionalizzazione è uno strumento operativo e personalizzato, elaborato a partire da un'analisi strategica delle caratteristiche dell'impresa, delle sue risorse e delle sue competenze. Per la definizione del Piano è previsto un momento di confronto e allineamento con le imprese, mediante la somministrazione di un questionario dedicato. Al termine del processo, è inoltre programmato un incontro di approfondimento con ciascuna impresa, da svolgersi in modalità remota oppure in presenza.

Il Piano sarà focalizzato sul mercato selezionato dall'impresa per il percorso di internazionalizzazione, in modo da fornire elementi per definire una strategia su misura basata su dati concreti e su valutazioni mirate rispetto al prodotto/servizio offerto dall'azienda e le potenzialità e caratteristiche del mercato obiettivo.

L'obiettivo principale del Piano è, infatti, fornire una visione integrata delle dinamiche economiche, settoriali e competitive del mercato target, aiutando l'impresa a orientare le proprie scelte di sviluppo internazionale in maniera consapevole e sostenibile. Esso consente di analizzare la compatibilità del prodotto o del servizio con il contesto di destinazione, individuando potenzialità, eventuali barriere all'ingresso e adattamenti necessari.

Il documento non si limiterà a descrivere la dimensione del mercato, ma approfondisce anche le tendenze di consumo e i comportamenti dei clienti, fornendo all'impresa indicazioni preziose per posizionarsi in modo efficace.

Un aspetto centrale del Piano è l'individuazione dei canali distributivi più adeguati. Possono essere valutati modelli B2B, B2C, e-commerce, partnership locali, distributori o altri canali specifici. Ogni impresa, in base al proprio prodotto e agli obiettivi di crescita, potrà quindi definire la strategia più adatta a massimizzare la propria presenza sul mercato.

Allo stesso modo, vengono analizzate e proposte le modalità di ingresso (dall'esportazione diretta agli accordi commerciali, dalle joint venture fino alla presenza fisica con uffici, showroom o stabilimenti produttivi) sulla base del livello di maturità internazionale dell'impresa e delle risorse disponibili, sempre con l'obiettivo di ridurre i rischi e aumentare l'efficacia dell'investimento.

Il Piano si concentra anche sugli aspetti operativi e strategici legati a comunicazione, pricing, certificazioni, logistica e posizionamento competitivo: elementi che, se gestiti in maniera coerente, permettono all'azienda di differenziarsi e rafforzare la propria credibilità sul mercato estero.

Il Piano fornirà, quindi, una vera e propria roadmap che accompagna l'impresa nelle diverse fasi del percorso di internazionalizzazione, con cui potranno essere definiti obiettivi, tempistiche, azioni prioritarie e strumenti da attivare, consentendo all'impresa di affrontare in maniera strutturata e graduale il processo di crescita internazionale.

Nel quadro del programma proposto, il Piano di Internazionalizzazione è uno step fondamentale per supportare le imprese nelle scelte di implementazione operativa delle attività di internazionalizzazione nel mercato selezionato.

1.2.3 Ricerca partner e organizzazione di incontri b2b all'estero

Le attività di business matching e incontri B2B rappresentano la fase operativa e di maggiore impatto del progetto, finalizzata a trasformare la formazione e la pianificazione strategica in opportunità concrete di collaborazione commerciale. Le imprese selezionate potranno, infatti, beneficiare di un servizio di ricerca partner e organizzazione di incontri B2B personalizzato e mirato nei mercati target individuati. L'obiettivo è favorire l'avvio di relazioni d'affari qualificate e la costruzione di accordi commerciali o tecnologici, attraverso un approccio mirato basato sull'allineamento tra il profilo delle imprese lombarde e le esigenze dei partner esteri.

L'attività si articolerà in tre macro-fasi sequenziali.

Fase 1: Progettazione, Intelligence e Scouting

La prima fase sarà dedicata all'analisi approfondita e alla preparazione strategica. Partendo da un'accurata analisi di mercato, verranno definiti i reali fabbisogni delle imprese, identificando i settori target più promettenti e mappando le specifiche opportunità sui mercati esteri.

Questa attività di scouting e matching sarà fondamentale per una ricerca partner mirata, identificazione e selezione delle controparti estere e dei potenziali partner e sarà gestita con un allineamento costante tra le aziende selezionate e i partner attivi

in loco, tramite colloqui individuali e di gruppo, per assicurare che il database di contatti collimi perfettamente con le aspettative aziendali.

La preparazione della missione includerà la predisposizione di materiale informativo (schede, programmi) e lo svolgimento di eventuali incontri online introduttivi con i partner tecnici in loco.

Per le imprese partecipanti verrà organizzato a ridosso della partenza un **briefing pre-missione** volto a fornire alle aziende informazioni logistiche e funzionali al viaggio, unitamente all'invio delle bozze di agenda e del programma operativo definitivo.

Le aziende si occuperanno autonomamente della prenotazione di voli e hotel, sulla base di indicazioni fornite.

Fase 2: Missione in loco – Incontri B2B e agenda operativa

Questa fase rappresenterà il momento centrale del servizio, dedicato all'attuazione operativa sui mercati target delle precedenti azioni di accompagnamento ed assistenza alle aziende. Durante ogni missione, verrà assicurato il coordinamento generale e la gestione logistica delle imprese lombarde partecipanti, garantendo un flusso informativo costante e una presenza operativa nel corso della missione.

Il fulcro dell'iniziativa sarà costituito dagli **incontri B2B personalizzati**, che prevederanno per ciascuna impresa la costruzione di un'agenda di 4–6 appuntamenti con controparti estere qualificate, selezionate in base al profilo aziendale e alle priorità definire per lo specifico mercato. Il programma potrà comprendere, ad integrazione degli incontri, **visite tecniche o momenti di networking istituzionale** con rappresentanti del Sistema Italia (Ambasciate, Uffici ICE, Camere di Commercio Italiane all'Estero, SACE/SIMEST), al fine di consolidare la rete di supporto alle imprese e valorizzare le opportunità di cooperazione bilaterale.

Nel corso del progetto si prevede la realizzazione di 5 missioni all'estero, una per ogni mercato target. Sulla base di esigenze organizzative, si potrà valutare di aumentare il numero di missioni, fermo restando l'obiettivo di 90 imprese complessivamente servite.

Fase 3: Follow-up e supporto post-missione

Al termine della missione, potrà essere offerto alle aziende lombarde un supporto nella gestione di **azioni di follow-up** finalizzate a consolidare i contatti avviati e ad aiutarle nella gestione delle opportunità emerse nel corso degli incontri B2B.

1.2.4 Strutturazione e gestione del bando

Le imprese beneficiarie dei servizi personalizzati verranno individuate tramite un bando di selezione rivolto alle PMI lombarde, gestito da Unioncamere Lombardia.

Il bando, elaborato in conformità ai principi di imparzialità, trasparenza e parità di accesso, definirà in modo chiaro:

- i requisiti formali di ammissibilità (ad esempio: sede legale/operativa in Lombardia, requisiti PMI, regolarità amministrativa e contributiva, aiuti di stato, etc);
- i criteri di selezione qualitativi e quantitativi, con riferimento alla solidità aziendale, alla strategia di export, alla sostenibilità economico-finanziaria e alla coerenza con gli obiettivi del progetto;
- la griglia di valutazione con punteggi ponderati, per assicurare una selezione meritocratica e bilanciata;
- le modalità di candidatura, valutazione, approvazione e pubblicazione delle graduatorie.

Le aziende potranno esprimere la preferenza per uno o più mercati, ma verrà privilegiata la partecipazione unica al fine di offrire l'opportunità di partecipazione al più ampio numero di partecipanti. La possibilità di partecipare a più iniziative verrà valutata sulla base delle reali potenzialità dei mercati di interesse per la specifica azienda e delle esigenze organizzative di ciascuna attività.

La fase di selezione verrà condotta in tre step:

1. controllo sui criteri di eleggibilità formale;
2. valutazione dei criteri di selezione qualitativi e quantitativi secondo la griglia di valutazione adottata dal Comitato di Valutazione;
3. verifica di prefattibilità per le imprese che abbiano passato il threshold della fase 2.



Rispetto ai **criteri di selezione**, una lista non esaustiva di aspetti da tenere in considerazione potrà comprendere:

- Motivazioni e coerenza della partecipazione dell'azienda rispetto ai suoi obiettivi
- Livelli di esperienza internazionale
- Conoscenza del mercato target
- Capacità operativa dell'azienda e sua export readiness

Infine, attraverso una **verifica di prefattibilità preliminare** si valuteranno le opportunità per l'azienda e i suoi prodotti/servizi rispetto al mercato target considerando se il settore sia rilevante/prioritario nel Paese, se vi sia una domanda dei prodotti aziendali, se le caratteristiche del prodotto siano confacenti al mercato, etc.

In caso di ex aequo nel punteggio attribuito, verrà considerato l'ordine cronologico di arrivo delle richieste. Potrà essere prevista una **lista di attesa** sulla base dei punteggi ottenuti, nel caso di necessità di ripescaggi per rinunce e altre esigenze organizzative.

Le **graduatorie** verranno pubblicate online e verrà inviata una comunicazione ad hoc alle imprese selezionate, così da poter richiedere conferma di partecipazione attraverso la firma di un contratto specifico e avviare la realizzazione delle attività.

1.3 Monitoraggio e valutazione dell'efficacia delle azioni

Il progetto prevederà un sistema di **monitoraggio e valutazione dell'efficacia**, volto a misurare in modo oggettivo i risultati conseguiti e a verificare l'impatto reale delle azioni di internazionalizzazione per le imprese coinvolte. Il monitoraggio sarà condotto in itinere e a conclusione delle attività, attraverso la raccolta sistematica di dati qualitativi e quantitativi, con l'obiettivo di assicurare la coerenza con gli obiettivi del programma e la replicabilità delle buone pratiche.

La valutazione dell'efficacia si baserà su tre **indicatori di risultato**:

- a) Tasso di attivazione export, inteso come la percentuale di imprese che, a seguito del percorso, hanno avviato o consolidato un'attività di export stabile o nuovi rapporti commerciali internazionali;
- b) Opportunità generate, misurate attraverso il numero di contatti commerciali qualificati, incontri B2B e partnership potenzialmente rilevanti avviate nei mercati target;
- c) Indice soddisfazione e utilità percepita, espresso come tasso medio di gradimento delle attività formative, consulenziali e di business matching da parte delle imprese beneficiarie

Gli indicatori saranno rilevati attraverso **questionari e survey** che recepiranno informazioni differenziate per servizio:

- per le attività formative: livello di soddisfazione, miglioramento delle competenze e numero di partecipanti
- per i piani di internazionalizzazione: grado di attuabilità del piano
- per le attività di matching: numero di incontri B2B organizzati, tasso di follow-up tra imprese e controparti estere, qualità percepita delle interazioni ed eventuali risultati commerciali o progettuali avviati.

Inoltre, nelle rilevazioni, verrà richiesto alle imprese **l'impatto atteso** rispetto alla dimensione aziendale, al fatturato, alla diversificazione dei rischi, etc. potenzialmente generato dalla partecipazione alle attività di questo progetto.



Linea 2: Progetto strategico per l'internazionalizzazione delle imprese in Uzbekistan

L'attività proposta prende avvio dalla missione del Presidente di Regione Lombardia in Uzbekistan del giugno 2025 durante la quale è stato sottoscritto un Memorandum of Understanding tra Regione Lombardia e Regione di Samarcanda per una più stretta collaborazione economica e culturale tra i due territori, e dalla successiva visita effettuata dal governatore di Samarcanda in Lombardia nel mese di luglio 2025 nel corso della quale è stata ipotizzata una Road Map di collaborazione tra i sistemi economici delle due Regioni, con particolare riferimento al contributo del mondo associativo e camerale dei due territori in specifici settori di comune interesse.

Le azioni previste mirano quindi a informare e mobilitare gli attori economici dei due territori per quanto attiene alla possibilità di avviare operazioni di collaborazione commerciale ed industriali tra Lombardia e Uzbekistan facendo leva anche sulla collaborazione delle autorità e delle Associazioni uzbeke coinvolte nel Memorandum siglato.

Le azioni previste sono le seguenti:

Fase I

- Informazione reciproca sulle opportunità dei territori
- Scouting di specifiche opportunità con particolare riferimento ai settori individuati nel corso delle missioni tra i due territori

Fase II

- Analisi dei settori e matchmaking delle aziende complementari
- Stimolo alla predisposizione e creazione di alleanze produttive e industriali

Fase III

- Assistenza alle operazioni di collaborazione industriale e produttiva tra gli attori economici delle due Regioni
- Azioni di monitoraggio e verifica dell'avanzamento delle collaborazioni anche con riferimento al clima geopolitico e ai contesti giuridici dei due territori, nonché alle opportunità di estensione e replicabilità delle progettualità avviate.

Più in specifico il progetto prevederà:

Fase I – Comunicazione e Analisi Iniziale

Questa fase prevede azioni di comunicazione ed informazione verso gli attori di entrambe le Regioni sulle opportunità economiche e di collaborazione disponibili nei due territori con particolare riferimento ai settori prioritari evidenziati nel corso delle due missioni realizzate tra Lombardia e Uzbekistan (settori tessile e agroindustria). Le informative verranno realizzate con strumentazioni varie atte a stimolare l'interesse e la reciproca conoscenza.

Alla fase informativa saranno abbinate azioni di scouting specifiche (visite mirate tra i due territori) finalizzate all'analisi e alla valutazione di fattibilità economica e tecnica di progetti di collaborazione incrociata tra aziende lombarde ed uzbeke anche attraverso il coinvolgimento delle principali Associazioni di Categoria uzbeke e lombarde potenzialmente interessate ai progetti, nonché dei soggetti istituzioni stakeholder.

Fase II – Matchmaking Qualificato e Compliance

Questa fase prevede la trasformazione dei contatti preliminari in accordi formali con i partner locali individuati prendendo in considerazione anche i potenziali aspetti di rischio normativo.

Le principali attività saranno quindi:

- a) Selezione dei profili aziendali più idonei alle ipotizzate partnership progettuali e corretto matchmaking con le controparti internazionali.
- b) Organizzazione di missioni di delegazioni dall'Italia in Uzbekistan e viceversa, che potranno prevedere incontri B2B organizzati in collaborazione con le Associazioni di Categoria locali.
- c) Supporto alla definizione di possibili protocolli di collaborazione tra le parti anche con riferimento alle implicazioni legali e di opportunità dell'intesa.

Fase III – Avvio Operativo e Monitoraggio

Questa fase ha l'obiettivo di supportare l'avvio operativo delle collaborazioni industriali tra le imprese dei due territori anche attraverso il trasferimento di know-how e competenze specifiche.



Le principali attività saranno quindi:

- a) Assistere l'avvio operativo degli accordi di collaborazione e della logistica connessa.
- b) Coadiuvare il trasferimento di tecnologie sostenibili nei settori di interesse anche attraverso momenti formativi, internship e programmi sperimentali.
- c) Verificare l'avanzamento delle operazioni sul breve-medio termine rispetto alle milestone definite in sede di avvio della collaborazione.
- d) Mappare i risultati raggiunti in una prospettiva di estensione o replicabilità del progetto per nuovi attori e/o tipologie industriali.



Risultati attesi

Tenuto conto degli obiettivi del progetto e del suo scopo principale, i risultati attesi dal Progetto possono essere riassunti come di seguito:

- 300 imprese coinvolte nelle attività trasversali di formazione
- 90 imprese beneficiarie del bando di selezione e dei relativi servizi
- indice di soddisfazione medio $\geq 85\%$, misurato tramite questionari ex post sulla percezione di utilità e qualità dei servizi ricevuti

Rispetto alle attività si prevedono

- individuazione di 5-6 mercati target
- n. 5-6 corsi formativi trasversali focalizzati sui mercati individuati
- n. 5-6 corsi di gruppo di preparazione tecnica
- n. 90 piani di internazionalizzazione
- n. 5-6 missioni imprenditoriali nei mercati individuati
- n. 1 progetto strategico in Uzbekistan

Report e tempistiche

Entro fine 2025 sarà assicurata l'esecuzione dei seguenti *task* e la produzione dei relativi documenti e report secondo il seguente cronoprogramma di massima:

- Scelta dei mercati target dell'iniziativa, utilizzando la metodologia sopra descritta entro novembre 2025;
- Strutturazione del testo del bando e identificazione dei criteri di selezione, con relativa griglia di valutazione, con l'obiettivo di pubblicare il bando entro fine 2025;
- Elaborazione ed avvio del piano promozionale e di comunicazione entro novembre 2025;
- Formulazione della proposta e del relativo calendario per la presentazione delle opportunità nei Paesi. Identificazione della piattaforma ed avvio delle attività formative entro dicembre 2025;
- Messa a punto del format per il piano di internazionalizzazione e strutturazione delle ricerche di mercato entro dicembre 2025;
- Preparazione della metodologia operativa e del calendario per le missioni all'estero e predisposizione della documentazione preparatoria entro dicembre 2025;
- Definizione del programma esecutivo e avvio del progetto strategico per l'internazionalizzazione delle imprese in Uzbekistan entro dicembre 2025

Al fine di monitorare i risultati del progetto, verranno elaborati report qualitativi dettagliati che potranno essere scadenziati come segue:

- **1° Report Intermedio** a fine Novembre 2025
- **Report Finale a conclusione delle attività**



Budget previsionale

Linea di budget e voci di spesa	Importo IVA inclusa
Promozione e comunicazione <i>(campagne informative e promozionali, attività sui social media, evento di lancio e incontri con associazioni, campagne di digital marketing, webinar di presentazione delle opportunità etc.)</i>	€ 100.000,00
Percorsi di export su misura:	€ 1.035.000,00
- Attività di preparazione tecnica, formazione e piani di internazionalizzazione <i>(organizzazione 5 corsi di formazione, definizione programmi, esperti, supporto tecnico, impostazione didattica online, incontri one-to-one, definizione del format dei piani di internazionalizzazione, elaborazione dei piani individuali, etc.)</i>	
- Ricerca partner e organizzazione di incontri b2b all'estero <i>(organizzazione incontri preparatori, matchmaking, agendamento incontri b2b, facilities in loco durante le missioni quali ad esempio interpreti, sale, transfer, supporto logistico e organizzativo in loco, follow-up etc.)</i>	
Analisi e selezione dei mercati target, Monitoraggio e valutazione dell'efficacia delle azioni, Strutturazione e gestione del bando	€ 255.000,00
Progetto strategico per l'internazionalizzazione in Uzbekistan	€ 110.000,00
Totale (IVA Inclusa)	€ 1.500.000,00