



CCIAA MI MB LO

BANDO CONNESSI
CONtributi per lo Sviluppo di Strategie digitali
per i mercati globali 2025

FINALITA'

Con il presente bando "CONneSSi - Contributi per lo sviluppo di strategie digitali per i mercati globali - Anno 2025" (di seguito "il bando"), la Camera di commercio mira a promuovere lo sviluppo di una cultura digitale funzionale all'internazionalizzazione, in linea con i progetti "Internazionalizzazione 20%" e "Punto Impresa Digitale" (PID). L'obiettivo del bando è sostenere lo sviluppo commerciale sui mercati esteri attraverso la progettazione e l'adozione di interventi di marketing digitale—inteso come l'insieme di discipline, metodologie e tecniche finalizzate alla promozione di beni e servizi tramite strumenti e canali digitali—nonché incrementare le competenze interne delle aziende nei temi del digital export e dell'Intelligenza artificiale.

SOGGETTI BENEFICIARI

1. essere micro, piccola o media impresa;
2. avere sede legale e/o unità locali iscritte ed attive al Registro imprese nella circoscrizione territoriale della Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi;
3. essere in regola con il pagamento del diritto camerale annuale;
4. essere in regola con il versamento dei contributi previdenziali, assistenziali e assicurativi dei dipendenti;
5. non trovarsi in stato di fallimento, di liquidazione anche volontaria, di amministrazione controllata, di concordato preventivo o di accesso agli strumenti di regolazione della crisi di impresa e dell'insolvenza previsti nel CCII (Codice della crisi d'impresa e dell'insolvenza);
6. non avere forniture in essere con la Camera di commercio, ai sensi dell'art. 4, comma 6, del D.L. n. 95 del 6 luglio 2012, convertito con modificazioni nella Legge 7 agosto 2012, n. 135;

I requisiti di cui ai punti 1, 2, 4, 5 e 6 devono essere posseduti dal momento di presentazione della domanda fino a quello della liquidazione del contributo. In caso di irregolarità della situazione contributiva accertata tramite DURC in fase di istruttoria della domanda, la stessa sarà considerata non ammissibile. In fase di liquidazione del contributo, la Camera di commercio procederà all'intervento sostitutivo a favore dell'Ente previdenziale creditore

7. non essere fra le imprese assegnatarie di contributi a valere sui Bandi:

- CONtributi per lo Sviluppo di Strategie digitali per i mercati globali – CONneSSi Anno 2023
- CONtributi per lo Sviluppo di Strategie digitali per i mercati globali – CONneSSi Anno 2024

8. al momento della presentazione della domanda, l'azienda dovrà essere titolare (tale requisito verrà verificato durante l'istruttoria con il controllo della partita Iva indicata nel footer del sito stesso, che dovrà corrispondere a quello dell'azienda richiedente) di: un sito internet/ecommerce proprietario redatto in almeno una lingua differente dall'italiano, attivo e pienamente operativo, con dominio registrato prima del giorno 01/07/2024 e di almeno uno dei seguenti canali digitali già attivi ed operativi:

- una pagina aziendale/di prodotto su un marketplace internazionale
- una o più pagine social aziendali (es. Facebook, Tiktok, Instagram, LinkedIn...)

Aver completato almeno uno tra i tool di self assessment digitale messi gratuitamente a disposizione sul sito www.digitexport.it:

COMPETENZE DIGITALI <https://digitexport.promositalia.camcom.it/servizi/test-di%autovalutazione/tool-competenze/test-competenze.kl>

SOCIAL Test <https://digitexport.promositalia.camcom.it/l-offerta/digit-social/test-social.kl#/>

ECOMMERCE Test <https://digitexport.promositalia.camcom.it/l-offerta/digit-commerce/test-e%commerce.kl#/>

Il tool on line dovrà essere completato dal referente interno di progetto indicato nel modulo di domanda (art. 7), nel periodo compreso tra il 01/07/2024 e la data di invio della domanda di partecipazione8.

SPESE AMMISSIBILI

Il presente bando prevede lo sviluppo di attività di espansione del business sui mercati internazionali realizzate con strumenti e servizi digitali, finalizzate al miglioramento della presenza online delle imprese, ed all'introduzione dei propri servizi e/o prodotti su nuovi mercati di esportazione. Il mercato italiano non è, dunque, un target di destinazione ammissibile ai fini dell'ottenimento del contributo previsto dal Bando.

Sono considerate ammissibili le attività e le corrispondenti spese, al netto dell'IVA, realizzate e interamente pagate nel periodo che decorre dalla data di apertura del bando, fino al termine previsto per la realizzazione delle stesse (max 270 gg dalla Determinazione di approvazione delle graduatorie delle domande ammesse a contributo) relative a:

A. ATTIVITÀ DI DIGITAL MARKETING: spese sostenute per l'implementazione di una strategia di marketing digitale volta a aumentare la visibilità dell'azienda a livello digitale.

Sono considerate ammissibili SOLO le spese per i seguenti interventi:

- Content marketing (creazione e distribuzione di contenuti rilevanti, come articoli, blog, ecc);
- Social Media Marketing su pagine aziendali (creazione e pubblicazione di contenuti, interazione con i follower e misurazione delle prestazioni su piattaforme di social media come Facebook, Instagram, Twitter...);
- Display Advertising (creazione di annunci grafici, selezione di piattaforme e rete di annunci, test creativi A/B, retargeting- escluse spese di campagna);
- E-mail marketing (creazione, pianificazione ed invio di messaggi promozionali, informative o di relazione tramite e-mail a potenziali target - esclusi canoni di abbonamento a piattaforme che offrono questo servizio);
- Influencer Marketing -La spesa relativa all'ingaggio di influencer esteri per attività di promozione e marketing sui mercati internazionali è considerata ammissibile solo se sostenuta attraverso una società tech specializzata in influencer marketing con piattaforma proprietaria (possibili controlli con richiesta demo della piattaforma). Tale specializzazione deve risultare chiaramente dal contenuto del sito della società scelta come fornitore. Non saranno ammissibili le spese documentate tramite fatture emesse direttamente dai singoli influencer.

La spesa massima ammissibile per questa tipologia di interventi potrà essere pari ad euro 6.000,00 (IVA esclusa)

B. CAMPAGNE DI PROMOZIONE SU MOTORI DI RICERCA, MARKETPLACE E/O CANALI SOCIAL

Tutte le spese previste ed ammissibili in questa tipologia DEVONO ESSERE OBBLIGATORIAMENTE realizzate sul sito/ecommerce/pagine social di titolarità dell'azienda, come indicato in fase di domanda.

Le spese incluse in questa tipologia sono relative esclusivamente all'acquisto di ADV su canali digitali e ad eventuali spese di gestione della/e campagna/e medesima/e da parte di fornitori terzi.

La spesa massima ammissibile per questa tipologia di intervento (di cui ai successivi punti B1, B2 e B3) potrà essere pari ad euro 8.000,00 (IVA esclusa).

B1. Campagne gestite autonomamente dall'azienda richiedente con acquisto adv da parte dell'azienda richiedente

Spese sostenute direttamente dall'azienda per l'acquisto di ADV (senza utilizzo di fornitori a supporto della realizzazione delle campagne), per campagne di promozione attraverso i principali motori di ricerca (es. Google), marketplace (es. Amazon, Zalando...) o piattaforme social (Facebook, LinkedIn) indirizzate ai mercati internazionali. In fase di presentazione l'azienda dovrà presentare uno o più screenshot delle campagne che verranno realizzate nel corso delle attività, in cui sia chiaramente evidenziato l'arco temporale di svolgimento, il budget allocato su ciascun canale ed i mercati esteri su cui verranno focalizzate le campagne di promozione.

B2. Campagne totalmente realizzate da fornitori

Spese sostenute con fornitori di servizi digitali a cui vengono demandate entrambe le attività di:

- a) creatività, pianificazione, gestione, realizzazione e monitoraggio delle campagne;

b) acquisto di ADV per campagne di promozione attraverso i principali motori di ricerca, marketplace o piattaforme social indirizzate ai mercati internazionali.

In questa fattispecie il budget dedicato alle spese di cui al punto a) dovrà essere uguale o inferiore al 30% del valore complessivo dell'attività dato dalla somma delle spese di cui ai punti a) + b)

B3. Campagne gestite da fornitore, con acquisto di adv da parte dell'impresa richiedente

Spese sostenute con fornitori di servizi digitali a cui vengono demandate le attività di, creatività, pianificazione, gestione, realizzazione e monitoraggio di campagne di promozione; mentre le spese di acquisto ADV per tali campagne saranno sostenute direttamente dall'impresa richiedente.

Le campagne saranno realizzate attraverso i principali motori di ricerca (es. Google), marketplace (es. Amazon...) o piattaforme social (Facebook, LinkedIn) indirizzate ai mercati internazionali.

a) preventivo del fornitore prescelto per le spese di creatività, pianificazione, gestione, realizzazione e monitoraggio della/e campagna/e;

b) uno o più screenshot di pianificazione delle campagne ADV che verranno realizzate nel corso delle attività (ed i cui costi saranno sostenuti direttamente dall'impresa), in cui sia chiaramente evidenziato l'arco temporale di svolgimento, il budget allocato su ciascun canale ed i mercati esteri su cui verranno focalizzate le campagne di promozione

In questa fattispecie il budget dedicato alle spese di cui al punto a) dovrà essere uguale o inferiore al 30% del valore complessivo dell'attività dato dalla somma delle spese di cui ai punti a) + b).

C. ATTIVITA' DI SEO (Search Engine Optimization)

Tutte le spese previste ed ammissibili in questa tipologia DEVONO ESSERE OBBLIGATORIAMENTE realizzate sul sito/ecommerce di titolarità dell'azienda, indicato in fase di domanda.

Spese sostenute per migliorare l'indicizzazione ed il posizionamento all'interno dei motori di ricerca del sito internet (es. Google, Bing etc...), al fine di aumentare il traffico da parte di potenziali interlocutori esteri.

Saranno considerate ammissibili solo le spese per i seguenti interventi:

Analisi del Sito Web, Ricerca delle Parole Chiave, Ottimizzazione On-Page, Creazione di Contenuti di Qualità, Link Building, Ottimizzazione per Dispositivi Mobili, Ottimizzazione della Velocità del Sito, Monitoraggio e Analisi, Rapporti e Comunicazione, Ottimizzazione per la Voice Search, Gestione delle Recensioni, Strategia di Contenuto a Lungo Termine, Ottimizzazione per i Rich Snippets

La spesa massima ammissibile per questa tipologia di intervento potrà essere pari ad euro 6.000,00 (IVA esclusa).

D. ATTIVITA' OBBLIGATORIA: le imprese assegnatarie del contributo, avranno l'obbligo di partecipare al corso di formazione erogato gratuitamente da Promos Italia.

La partecipazione ad un corso di formazione sulle tematiche dell'export digitale/intelligenza artificiale è richiesta al fine di incrementare le competenze interne dell'azienda. La formazione verrà articolata in un modulo della durata di 3 ore, fruibile in diretta, in date predefinite, attraverso una piattaforma digitale. In apertura di ogni modulo formativo saranno approfonditi alcuni aspetti legati alle procedure di rendicontazione. A seguito della partecipazione al corso sarà obbligatorio svolgere un test di verifica dell'apprendimento online, sui temi esposti durante la formazione. L'esito del test non avrà alcun effetto sulla concessione del contributo già approvata

Ai fini del presente bando, i **fornitori abilitati** ad erogare i servizi ammissibili possono essere:

a) imprese, fondazioni, enti operanti nel campo del digital marketing e della consulenza, aventi sede legale in uno Stato dell'Unione Europea, San Marino, Città del Vaticano, Svizzera e Regno Unito, attive ed iscritte alla CCIAA di propria competenza in data non successiva al 31/12/2022;

b) liberi professionisti titolari di Partita Iva rilasciata entro il 31/12/2022, aventi residenza fiscale in uno Stato dell'Unione Europea, San Marino, Città del Vaticano, Svizzera e Regno Unito;

c) Camere di commercio Italiane all'estero, se ufficialmente riconosciute da Assocamerestero;

d) imprese proprietarie e/o concessionarie esclusive delle piattaforme di influencer marketing, vendita e/o piattaforme social (es. Buzzoole, Amazon, Meta, LinkedIn, Google, Tik Tok, You Tube...).

Per le categorie di cui al punto a) e b) il fornitore è tenuto a produrre un'autocertificazione DSAN (Dichiarazione Sostitutiva di Atto Notorio) dove sono indicati i dati anagrafici dei propri dipendenti in possesso di almeno 2 differenti certificazioni, tra le seguenti, in corso di validità¹⁴ (Google Analytics, Google ADS, Facebook Blueprint, Microsoft Advertising, Hubspot Academy liv. avanzato, LinkedIn Marketing Solutions e/o LinkedIn Marketing Strategy).

ENTITA' DELL'AGEVOLAZIONE

Il contributo a fondo perduto ha le seguenti caratteristiche:

- l'agevolazione consiste nella concessione di un contributo a fondo perduto pari al 60% delle spese considerate ammissibili al netto di IVA, fino a un massimo di 10.000,00 euro;
- Il contributo è un componente positivo di reddito imponibile ai fini IRES o IRPEF, e anche ad IRAP;
- l'investimento minimo è pari a euro 4.000,00

PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA

Le richieste di contributo potranno essere presentate:

- dalle ore 9.00 del giorno 6 febbraio 2025;
- fino ad esaurimento delle risorse e comunque entro e non oltre le ore 14.00 del giorno 14 aprile 2025.