



**UNIONCAMERE LOMBARDIA**  
**“BANDO E-COMMERCE 2021”**

**FINALITÀ**

Regione Lombardia intende sostenere le PMI lombarde nello sviluppo e consolidamento della propria posizione sul mercato nazionale e/o internazionale tramite l'utilizzo dello strumento dell'e-commerce, incentivando l'accesso a piattaforme cross border (B2B e/o B2C) e i sistemi e-commerce proprietari (siti e/o app mobile).

Le soluzioni proposte dovranno inoltre prevedere una o più delle seguenti finalità: digitale come integrazione del negozio fisico, sviluppo di nuove soluzioni logistiche, approccio omnicanale, social e-commerce, adeguamento agli smartphone.

**REQUISITI SOGGETTO PROPONENTE**

Possono presentare domanda le micro, piccole e medie imprese ubicate in Lombardia.

**INTERVENTI E SPESE AMMESSE**

Al momento della presentazione della domanda, le imprese interessate dovranno avere già individuato il portafoglio prodotti da proporre sul canale di vendita online, i mercati di destinazione, domestico e/o internazionale, e uno o più canali specializzati di vendita online, selezionati in coerenza con gli obiettivi di prodotto e del mercato di destinazione.

Le aziende potranno presentare progetti relativi all'apertura e/o al consolidamento di un canale commerciale per la vendita dei propri prodotti tramite l'accesso a servizi specializzati per la vendita online B2B e/o B2C:

- forniti da terze parti, che siano retailer, marketplace, servizi di vendita privata e/o social e-commerce a condizione che la transazione commerciale avvenga tra l'azienda e l'acquirente finale;
- realizzati all'interno del portale aziendale proprietario. In tal caso sarà obbligatorio tradurre il sito in almeno una lingua straniera.

I progetti dovranno inoltre perseguire almeno una delle seguenti finalità:

- abilitare la modalità di vendita online oltre al negozio fisico, tramite lo sviluppo di canali digitali per supportare le fasi di pre-vendita, post-vendita o per abilitare la vendita; sviluppo di app e mobile site per le fasi di pre-vendita, post-vendita o per abilitare la vendita; siti informativi/e commerce e app/mobile site; utilizzo di strumenti digitali innovativi come la predisposizione dello showroom digitale tramite realtà

aumentata oppure la predisposizione di canali sia online che offline all'interno di una stessa esperienza di acquisto (ad esempio il click and collect che permette acquisto online e ritiro in negozio);

- utilizzo di un approccio omnicanale per offrire un'esperienza integrata al cliente finale, usando canali di vendita complementari tra loro. Per omnicanalità online si intende l'uso di più canali online di natura diversa (almeno 2), per esempio sito proprio + marketplace + retailer digitali + siti di couponing o di flash sales + piattaforme social;
- lo sviluppo di nuove soluzioni logistiche, ad esempio aggregando soggetti con medesimi bisogni in un'unica piattaforma di vendita online oppure predisponendo una rete di logistica integrata alla gestione del magazzino tramite soluzioni per incrementare le performance di magazzino, come il voice picking, sistemi per demand and distribution planning, sistemi di tracciamento dei prodotti lungo la supply chain attraverso RFID, soluzioni di intelligent transportation system;
- adeguamento tecnologico dell'esperienza di vendita per gli Smartphone, dispositivi da cui viene ormai effettuata la maggioranza degli acquisti online;
- l'utilizzo del canale social e-commerce, ovvero prevedere la possibilità di acquisto direttamente sui Social Media.

Sono ammesse al contributo le seguenti voci di spesa:

- a) accesso ai servizi di vendita online sui canali prescelti (tariffe di registrazione ed eventuali commissioni sulle transazioni effettivamente realizzate, sostenute durante il periodo di validità del progetto);
- b) consulenza per la verifica e analisi del posizionamento online, studio di mercato e valutazione dei competitor;
- c) analisi di fattibilità del progetto, con particolare riferimento alle esigenze di adeguamento amministrativo, organizzativo, formativo, logistico, di acquisizione di strumenti e servizi;
- d) realizzazione di una strategia di comunicazione, informazione e promozione per il canale digitale, con specifico riferimento al portafoglio prodotti, ai mercati di destinazione, domestico e/o internazionale, e ai siti di vendita online prescelti (p.e.: predisposizione delle Accordi per lo sviluppo economico e la competitività del sistema lombardo 8 schede prodotto nonché di tutorial, gallery fotografiche, webinar, per la presentazione degli articoli e relative traduzioni in lingua);
- e) organizzazione di interventi specifici di formazione del personale (fino a un limite massimo del 20% della somma delle restanti voci di spesa ad esclusione delle voci h) e q));
- f) acquisizione ed utilizzo di forme di smart payment;
- g) progettazione, sviluppo e/o manutenzione di sistemi e-commerce proprietari (siti e/o app mobile), anche per quanto riguarda la sincronizzazione con canali marketplace forniti da soggetti terzi e la traduzione del sito in almeno una lingua straniera;
- h) acquisto di macchinari, attrezzature e hardware necessari alla realizzazione del progetto e finalizzati agli investimenti ammissibili (fino a un limite massimo del 15% della somma delle restanti voci di spesa ad esclusione delle voci e) e q));

- i) acquisto di software, licenze software e spese per canoni e utenze relativi a servizi finalizzati agli investimenti ammissibili;
- j) progettazione, sviluppo e/o manutenzione di showroom digitali (showroom virtuali o virtual store) che si possono integrare con piattaforme e-commerce e che migliorano le performance di vendita e di customer care attraverso l'utilizzo di tecnologie immersive quali, ad esempio: VR 360, realtà aumentata, visualizzatori di prodotti 360;
- k) progettazione, sviluppo e/o manutenzione di piattaforme di AR Business commerce, ad esempio simulatori 3D olografici che permettano di visualizzare gli ambienti (es. per mostrare la propria azienda: dotazione tecnologica, parco macchine,..), servizi, lavorazioni e prodotti (visualizzando i dati tecnici di interesse, esempi di lavorazioni effettuate, etc.);
- l) predisposizione alla creazione di offerte digitali personalizzate sul cliente tramite Intelligenza Artificiale e Machine Learning;
- m) sostegno al posizionamento dell'offerta sui canali commerciali digitali prescelti verso i mercati selezionati (SEO), domestico e/o internazionale;
- n) automatizzazione delle operazioni di trasferimento, aggiornamento e gestione degli articoli da e verso il web (API – Application Programming Interface);
- o) raccordo tra le funzionalità operative del canale digitale di vendita prescelto e i propri sistemi CRM;
- p) protezione e/o registrazione dei marchi e/o degli articoli compresi nel portafoglio prodotti nei mercati di destinazione prescelti;
- q) campagna digital marketing ed attività di promozione sui canali digitali domestico e/o internazionale (fino a un limite massimo del 20% della somma delle restanti voci di spesa ad esclusione delle voci e) e h)).

**Tutte le spese devono essere sostenute a partire dal 26 Aprile 2021 e non oltre il 31 Dicembre 2021.**

#### **FORME, SOGLIE E INTENSITÀ DI AIUTO**

L'agevolazione consiste in un contributo a fondo perduto a parziale copertura delle spese sostenute:

- Per le Micro Imprese il contributo sarà pari al 70% delle spese ammissibili con una soglia di investimento minimo di € 4.000,00 e un contributo massimo pari a € 5.000,00.
- Per le Piccole e Medie Imprese il contributo sarà pari al 50% delle spese ammissibili con una soglia di investimento minimo di € 10.000,00 e un contributo massimo pari a € 15.000,00.

#### **PRESENTAZIONE DOMANDA**

Le domande possono essere presentate a partire dal 19 Maggio 2021 e fino al 22 Giugno 2021.

L'assegnazione del contributo avviene con procedura a sportello secondo l'ordine cronologico di invio.