



UNIONCAMERE LOMBARDIA E-COMMERCE 2021

OBIETTIVI	La misura intende garantire la continuità e la ripresa delle vendite delle MPMI che intendano sviluppare e consolidare la 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).			
SOGGETTI DESTINATARI	I soggetti beneficiari sono MPMI aventi sede operativa in Lombardia almeno al momento dell'erogazione del contributo.			
DOTAZIONE FINANZIARIA	La dotazione finanziaria è pari a € 4.525.000,00 di cui: <ul style="list-style-type: none">• € 1.875.000,00 a carico della Direzione Generale Sviluppo Economico di Regione Lombardia (interamente in parte corrente);• € 575.000,00 a carico della Direzione Generale Turismo, Marketing territoriale e Moda di Regione Lombardia (di cui € 500.000,00 in parte corrente e € 75.000,00 in parte capitale);• € 2.075.000,00 a carico delle Camere di commercio Industria Artigianato e Agricoltura della Lombardia (di seguito "Camere di commercio").			
TIPOLOGIA ED ENTITÀ DELL'AGEVOLAZIONE	L'agevolazione consiste in un contributo a fondo perduto a parziale copertura delle spese sostenute come da tabella sottostante:			
	Tipologia di intervento	Investimento minimo	Intensità	Contributo a fondo perduto
	Micro	€ 4.000,00	70%	€ 5.000,00
	Piccolo-medio	€ 10.000,00	50%	€ 15.000,00
SPESE AMMISSIBILI	Sono ammesse al contributo le seguenti voci di spesa: <ul style="list-style-type: none">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 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)).

Le spese devono essere sostenute e quietanzate a partire **dal 26 aprile 2021** ed entro il **31 dicembre 2021**.

PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE

Le domande devono essere presentate dalle ore **10.00 del 19 maggio 2021** alle ore **12.00 del 22 giugno 2021**.