

## **Bando CONneSSI per le imprese iscritte alla Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi: domande dal 15 Febbraio 2024**



Gentile Cliente,

Con la presente desideriamo ricordarLe che **dal 15 Febbraio 2024 sarà aperto il bando così detto " Bando CONneSSI 2024" per le imprese 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 per incentivare gli interventi in grado di migliorare le prestazioni commerciali attraverso l'utilizzo di strumenti digitali esclusivamente sui mercati internazionali,** che favoriscano la presenza online dell'azienda e di veicolare la propria clientela in un processo di fidelizzazione ed acquisto digitale.

**La Circolare è composta da N° 9 pagine inclusa la presente**

## Premessa

Il "Bando CONneSSI 2024" intende favorire lo sviluppo di una cultura digitale funzionale ai temi dell'Internazionalizzazione coerentemente con i progetti "Internazionalizzazione 20%" e "Punto Impresa Digitale" (PID) con l'obiettivo di sostenere lo sviluppo commerciale sui mercati esteri, attraverso la progettazione e l'adozione di interventi di marketing digitale, nonché l'aumento delle competenze interne delle aziende sui temi del digital export.

## Soggetti ammessi

**Possono presentare la domanda di partecipazione** per il presente bando ed essere beneficiarie dei relativi contributi, **le imprese che siano in possesso dei seguenti requisiti:**

- ✓ 1. essere micro, piccola o media impresa, come definita dall'Allegato I al Regolamento n. 651/2014 della Commissione Europea;
- ✓ 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 sia al momento della concessione del contributo che al momento della sua liquidazione;
- ✓ 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 in qualsiasi situazione equivalente secondo la normativa vigente.

### Osserva

I requisiti di cui ai punti 1, 2, 4 e 5 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.

**Non possono** essere considerate ammissibili al contributo le imprese che sono state **assegnatarie** di un contributo a valere su uno dei Bandi:

- CONTRIBUTI per lo Sviluppo di Strategie digitali per i mercati globali – CONneSSi Anno 2021
- CONTRIBUTI per lo Sviluppo di Strategie digitali per i mercati globali – CONneSSi Anno 2022
- CONTRIBUTI per lo Sviluppo di Strategie digitali per i mercati globali – CONneSSi Anno 2023

### Osserva

Sono considerate "assegnatarie" tutte le imprese alle quali è stato concesso, con apposito provvedimento, il diritto a percepire il contributo, previa realizzazione del progetto presentato.

Unica eccezione le imprese che hanno rinunciato nel termine previsto, di 20 giorni dalla data della comunicazione di assegnazione del contributo, notificata direttamente o tramite pubblicazione del provvedimento di concessione sul sito camerale.

## I progetti finanziabili

Il bando intende sostenere le MPMI con **contributi per gli investimenti** volti a:

- ✓ acquisire servizi finalizzati alla pianificazione ed implementazione di corrette strategie di marketing digitale in ottica internazionale;
- ✓ ottimizzare il proprio posizionamento online e implementare azioni di promozione online sui mercati internazionali in grado di ottimizzare la presenza dell'azienda sui propri canali di comunicazione digitale;
- ✓ migliorare la visibilità dell'azienda all'interno dei social network per aumentarne l'attrattività verso utenti/clienti internazionali
- ✓ testare nuove soluzioni di vendita online sui mercati internazionali messe a disposizione dalla diffusione sempre più rapida delle piattaforme social in ottica commerciale

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.**

Si specifica che tutti i preventivi di spesa devono essere redatti sul modello di preventivo -Allegato P- e non devono avere data antecedente a quella di pubblicazione.

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 240 gg dalla determina di concessione vedi artt. 12 e 13) relative a:

### ATTIVITA' DI DIGITAL MARKETING

Sono 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 la 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 email a potenziali target - esclusi canoni di abbonamento a piattaforme che offrano questo servizio)

	<p>Il preventivo presentato dall'azienda - utilizzando il modello di preventivo-Allegato Pin fase di domanda dovrà contenere una descrizione dettagliata delle attività che verranno realizzate. In fase di rendicontazione dovrà essere presentato un documento riassuntivo che riepiloghi le attività realizzate, le performance ed i mercati target raggiunti. La spesa massima ammissibile per questa tipologia di interventi potrà essere pari ad euro 6.000,00 (IVA esclusa).</p>
<p><b>CAMPAGNE DI PROMOZIONE SU MOTORI DI RICERCA, MARKETPLACE E/O CANALI SOCIAL</b></p>	<p>Tutte le spese previste ed ammissibili in questa tipologia devono essere obbligatoriamente realizzate sul sito/e-commerce/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.</p> <p>La spesa massima ammissibile per questa tipologia di intervento (sia autonomo dell'impresa che attraverso un fornitore terzo) potrà essere pari ad euro 8.000,00 (IVA esclusa).</p>
<p><b>CAMPAGNE GESTITE AUTONOMAMENTE DALL'AZIENDA RICHIEDENTE ACQUISTO ADV DA PARTE DELL'AZIENDA RICHIEDENTE</b></p>	<p>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.</p> <p>In fase di presentazione del progetto non sarà necessaria la compilazione del modello di preventivo Allegato P, ma 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.</p> <p>In fase di rendicontazione l'azienda dovrà documentare l'effettiva realizzazione delle campagne di promozione pianificate, presentando le fatture ricevute dalle società proprietarie dei canali di comunicazione selezionati (es. Google, Facebook, LinkedIn ecc....) in cui sia chiaramente indicato il/i mercato/i target dell'azione svolta e allegare un prospetto riassuntivo che contenga tutte le metriche registrate durante la campagna.</p>
<p><b>CAMPAGNE TOTALMENTE</b></p>	<p>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</p>

<p><b>REALIZZATE DA FORNITORI</b></p>	<p>attraverso i principali motori di ricerca, marketplace o piattaforme social indirizzate ai mercati internazionali.</p> <p>In questa fattispecie il budget dedicato alle spese di cui al punto a) dovrà essere uguale o inferiore a 30% del valore complessivo dell'attività (valore di a) = oppure inferiore al 30% della somma di a+b).</p> <p>Il preventivo del fornitore, presentato in fase di domanda utilizzando il modello di preventivo - Allegato P-, dovrà indicare chiaramente la distinzione tra l'importo dedicato all'acquisto di advertising e quanto destinato alle fasi di pianificazione, gestione e monitoraggio.</p> <p>Il preventivo dovrà inoltre dare evidenza dei canali di promozione che verranno utilizzati ed i mercati esteri su cui verranno incentrate le campagne Adv. In fase di rendicontazione l'azienda dovrà documentare l'effettiva realizzazione delle campagne di promozione pianificate, presentando sia le fatture del fornitore selezionato, sia quelle che il fornitore ha ricevuto dalle società proprietarie dei canali di comunicazione selezionati (es. Google, Facebook, Linkedin etc...), in cui sia chiaramente indicato il/i mercato/i target dell'azione svolta; dovrà, inoltre, dare evidenza del mercato/dei mercati internazionali su cui sono state realizzate le attività di ADV e allegare un prospetto riassuntivo che contenga tutte le metriche registrate durante la campagna.</p>
<p><b>CAMPAGNE GESTITE DA FORNITORE, CON ACQUISTO DI ADV DA PARTE DELL'IMPRESA RICHIEDENTE</b></p>	<p>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.</p> <p>Le campagne saranno realizzate attraverso i principali motori di ricerca (es. Google), marketplace (es. Amazon...) o piattaforme social (Facebook, Linkedin) indirizzate ai mercati internazionali.</p> <p>In fase di presentazione del progetto l'azienda dovrà presentare: a) preventivo del fornitore prescelto (utilizzando il modello di preventivo Allegato P-) per le spese di creatività, pianificazione, gestione, realizzazione e monitoraggio della/e campagna/e. b) uno o più screen shot 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.</p>

	<p>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 data dalla somma delle spese di cui ai punti a) + b).</p> <p>In fase di rendicontazione l'azienda dovrà documentare l'effettiva realizzazione delle campagne di promozione pianificate, presentando le fatture ricevute dalle società proprietarie dei canali di comunicazione selezionati (es. Google, Facebook, LinkedIn ecc...) in cui sia chiaramente indicato il/i mercato/i target dell'azione svolta e allegare un prospetto riassuntivo che contenga tutte le metriche registrate durante la campagna.</p> <p>L'azienda dovrà, inoltre, documentare l'effettiva attività di creatività, pianificazione, gestione, realizzazione e monitoraggio della campagna presentando le fatture del fornitore selezionato.</p>
<p><b>ATTIVITA' DI SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) E SEM (SEARCH ENGINE MARKETING)</b></p>	<p>Tutte le spese previste ed ammissibili in questa tipologia devono essere obbligatoriamente realizzate sul sito/e-commerce 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.</p> <p>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</p> <p>In fase di domanda l'azienda dovrà presentare un preventivo del fornitore (redatto sul modello di preventivo - Allegato P) in cui vengano dettagliate le attività ed il sito internet dell'azienda (come indicato nell'art.3) su cui verranno realizzate. In fase di rendicontazione dovrà essere inclusa una breve relazione che analizzi la variazione degli accessi al sito nel periodo di intervento ed il numero di backlinks generati attraverso le attività realizzate. La spesa massima ammissibile per questa tipologia di intervento potrà essere pari ad euro 6.000,00 (IVA esclusa).</p>

**Le imprese assegnatarie del contributo avranno l'obbligo di partecipare al corso di formazione, erogato gratuitamente da Promos Italia, al fine di incrementare le competenze interne dell'azienda<sup>1</sup>.**

<sup>1</sup> La formazione verrà articolata in due moduli della durata di 2h cad., fruibili in diretta, in date predefinite, attraverso una piattaforma digitale. A seguito della partecipazione al corso sarà obbligatorio svolgere un



Va rilevato che:

- ✓ **ogni impresa potrà presentare una sola richiesta di contributo** a valere sul presente Bando. In caso di presentazione di più domande sarà presa in considerazione solamente la prima ammissibile presentata in ordine cronologico;
- ✓ nel caso di **più imprese collegate** fra loro in base al criterio di impresa unica la domanda di partecipazione è ammessa per una sola di esse;
- ✓ **il medesimo progetto non potrà beneficiare di più contributi** anche se richiesti da imprese diverse, che in ragione della presenza di legami e/o interessi comuni (quali ad esempio, un comune nucleo proprietario, contratti di rete, altri accordi contrattuali, legami di coniugio, di parentela, di affinità) operino congiuntamente sul mercato in relazione alle attività previste dal bando;
- ✓ **il contributo è nominativo e non trasferibile**;
- ✓ il contributo viene assegnato direttamente alle imprese beneficiarie con provvedimento della Camera di Commercio;
- ✓ **il contributo sarà erogato a seguito della presentazione della rendicontazione**, al termine delle attività realizzate e debitamente pagate, valutata la corrispondenza con le spese preventivate nella domanda di contributo ritenute ammissibili;
- ✓ **i contributi saranno erogati con l'applicazione della ritenuta d'acconto del 4%** ai sensi dell'art. 28 comma 2, del DPR 600/73.

**Non sono considerate ammissibili le spese relative alle seguenti attività:**

- ✓ spese per attività che facciano riferimento alla promozione o sviluppo digitale delle aziende nel mercato italiano
- ✓ assistenza per acquisizione certificazioni (es. ISO, EMAS, ecc.);
- ✓ predisposizione/aggiornamento/traduzione del sito internet aziendale, acquisizione di strumenti per predisporre il proprio e-commerce aziendale (es Magento, Prestashop...);
- ✓ spese per Hosting e/o acquisizione di strumenti di client management;
- ✓ in generale, supporto e assistenza per adeguamenti a norme di legge o di consulenza/assistenza relativa, in modo preponderante, a tematiche di tipo fiscale, finanziario o giuridico;
- ✓ formazione obbligatoria ai sensi della normativa vigente;
- ✓ spese per shooting fotografici di prodotti adibiti all'inserimento di un catalogo/banner e display fieristici offline;
- ✓ spese per riprese video e relativi costi di attrezzatura/personale;
- ✓ canoni per l'inserimento dei prodotti dell'azienda in piattaforme e-commerce/marketplace o di prenotazione online
- ✓ qualsiasi altra spesa non riconducibile a quanto sopra elencato.

---

test di verifica dell'apprendimento online, sui temi esposti nei moduli didattici. L'esito del test non avrà alcun effetto sulla concessione del contributo già approvata. Al corso dovrà partecipare il referente interno di progetto<sup>12</sup> indicato dal legale rappresentante dell'impresa richiedente nel modulo di domanda. Il corso dovrà essere fruito dopo l'assegnazione del contributo e prima di presentare la rendicontazione delle spese sostenute. La mancata partecipazione al corso di formazione entro il mese di luglio 2024 e la mancata esecuzione del test di chiusura, determinerà la revoca automatica del contributo.



## Osserva

Sono ammissibili solo i costi direttamente relativi alla fornitura di beni e servizi previsti dal presente bando, con esclusione delle spese di trasporto, vitto e alloggio e generali sostenute dalle imprese beneficiarie

### **Il contributo**

L'agevolazione consiste nella concessione di un **contributo a fondo perduto pari al 60% delle spese considerate ammissibili, al netto di Iva, fino ad un massimo di 10.000,00 euro.**

I **progetti dovranno prevedere un investimento minimo di 5.000,00 euro.** Non è previsto, invece, un tetto massimo di investimento, che viene lasciato alle stime della singola impresa.

Il contributo viene erogato al raggiungimento dell'investimento minimo previsto sulla base delle spese preventivamente approvate ed effettivamente realizzate e pagate.

## Osserva

Si osservi che **le imprese assegnatarie dei contributi devono dimostrare l'avvenuto pagamento delle spese presentando le fatture quietanzate.** Nel caso in cui non si possa provare il pagamento con le fatture, possono essere presentati documenti contabili aventi forza probatoria equivalente.

**Tutte le spese si intendono al netto dell'IVA,** il cui computo non rientra nelle spese ammesse ad eccezione del caso in cui il soggetto beneficiario sostenga realmente ed effettivamente il costo dell'IVA senza possibilità di recupero.

### **Presentazione della domanda**

**Le richieste di contributo potranno essere presentate:**

- ✓ dalle ore 10.00 del giorno 15 febbraio 2024;
- ✓ fino ad esaurimento delle risorse e comunque entro e non oltre le ore 14.00 del giorno 19 aprile 2024.

## Osserva

Qualora, prima della scadenza del termine previsto, l'ammontare dei contributi richiesti raggiungesse il 150% dei fondi disponibili (euro 2.500.000,00), il bando verrà chiuso anticipatamente.

**Le domande di contributo possono essere inoltrate esclusivamente in via telematica** attraverso il sito **<http://webtelemaco.infocamere.it>**, a cui le imprese possono accedere con SPID, CNS, CIE, o attraverso le proprie credenziali (username e password).

**I documenti inviati per la richiesta del contributo, invece, devono obbligatoriamente essere firmati digitalmente dai legali rappresentanti dell'impresa richiedente e/o del fornitore.**

**Fine della Circolare N° 08/2024**