

PROPOSTE PER L'ATTUAZIONE DEI PROGRAMMI

Denominazione RIR / Distretto _____ Euteknos _____

Soggetto giuridico rappresentante _____ Coop. Services _____

(nota: Compilare una scheda per progetto)

PROGETTO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

ID. Progetto PR6__ Denominazione/titolo: “**eCommerce Artistic Manufacturing**”

Ambito di specializzazione di riferimento per il progetto	<input type="checkbox"/> Smart Agrifood <input type="checkbox"/> Sustainable living <input type="checkbox"/> Smart Manufacturing <input checked="" type="checkbox"/> Creative industries
Macro categoria d'intervento	<input checked="" type="checkbox"/> Studi e ricerche di mercato <input checked="" type="checkbox"/> Promozione dei prodotti/servizi attraverso la partecipazione a fiere <input checked="" type="checkbox"/> Attività volte alla creazione di canali d'incontro tra domanda e offerta <input checked="" type="checkbox"/> Introduzione/rafforzamento dell'e-commerce <input type="checkbox"/> Acquisizione di figure specialistiche per l'orientamento e la promozione nei mercati (es. Temporary “export” Manager).
Motivazioni e presupposti all'attuazione del progetto con identificazione della problematica o opportunità da sviluppare	Il presente progetto denominato “eCommerce Artistic Manufacturing” (d'ora in poi eCAM) va inquadrato nell'ambito di una serie di iniziative proposte dalla RIR che sottendono una strategia di espansione nei mercati internazionali incardinata nella partecipazione a manifestazioni fieristiche internazionali, momenti di assoluta rilevanza per i settori del mobile-arredamento di lusso, che rappresenta il mercato di riferimento per molte realtà presenti in Euteknos. Complementarmente alla strategia suddetta, l'iniziativa eCAM introduce una nuova esperienza di internazionalizzazione, questa volta basata sulla creazione di un canale eCommerce della RIR.
Obiettivi previsti con la realizzazione del progetto	Obiettivo principale è creare un canale di eCommerce che può diventare quella piattaforma, visibile globalmente, capace di rappresentare sia l'immagine della RIR sia, distintamente, ogni suo partecipante; in questa direzione si deve considerare che il tasso medio di conversione del settore eCommerce è del 2,04% e che il settore con il tasso di conversione medio più elevato è proprio quello dell'artigianato al 4,01% (Growcode), rappresentato in tutte le sue dimensioni all'interno della RIR. L'analisi di fattibilità propedeutica alla scelta di investire nel canale di eCommerce, ha evidenziato i diversi rischi di un percorso che ha naturalmente dei tempi fissi di sviluppo e maturazione del servizio: a tal fine, si è deciso, con questo progetto, di

	<p>sviluppare l'iniziativa prevalentemente in un mercato esplorativo (quello europeo di area DACH, conosciuto anche nelle sue dinamiche fortemente legate a un flusso turistico costante che certamente favorisce un processo di <i>place branding</i>) e individuare una serie di aziende campione che, attraverso attività individuali e collettive, permetteranno di sviluppare una strategia commerciale nei loro paesi obiettivo integrata al canale dell'eCommerce. Inoltre, avendo ben chiaro in Euteknos l'importanza di una <i>brand identity</i> legata al territorio, è necessario curare gli asset territoriali in cui le aziende operano e dalle iniziative di incoming che la RIR propone sia in questo progetto che negli altri citati in premessa.</p>
Descrizione operativa del progetto	<p>Operativamente il progetto intende consolidare:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la consapevolezza che l'Italia rappresenta un peculiare mix di cultura, benessere, autenticità e produzione materiale; - il legame semplice ma forte tra artigianato e design, entrambi parte della cultura materiale ed entrambi territori culturali, estetici e produttivi. E' questo rapporto bidirezionale che deve essere valorizzato in primis, e quest'organica simbiosi fra territorio e PMI, unita dalla prospettiva dello sviluppo territoriale attraverso l'alta qualità dei prodotti, deve determinare un simmetrico indotto sul piano dei servizi (all'impresa, al turismo, al commercio, alla promozione) dalle importanti ricadute occupazionali per i piccoli centri urbani, o per settori sensibili della popolazione, quali giovani e donne.
Eventuali criticità ostative alla realizzazione del progetto	<p>Individuazione prodotti idonei ad una vendita in e-commerce, garanzia reispettivi approvvigionamenti e spedizioni</p>
[Nel caso di partecipazione a manifestazione fieristica] Identificazione della fiera/evento	
Definizione della partnership partecipante	<p>Individuazione del n. di imprese attuatrici del progetto: almeno 10 imprese coinvolte</p>

Durata complessiva del progetto	Mesi totali 24		
Fasi del progetto (articolazione)	<p>WP 1 Raccolta informazioni aziendali e programmazione delle azioni Preparazione della Imprese alle attività di progetto, condivisione degli obiettivi progettuali e suddivisione responsabilità operative</p> <p>task 1 Kick off di progetto task 2 Analisi aziendale e verifica dei processi interaziendali</p> <p>WP 2 Iniziative di internazionalizzazione Lancio dei prodotti/servizi nei mercati target, ricerca di partner commerciali e buyers</p> <p>task 3 Definizione strategia export</p> <p>WP 3 Realizzazione eCommerce Realizzazione Piattaforma di eCommerce con offerta di prodotti relativi alla RIR per mercati prova DACH (mercato di di esplorazione)</p> <p>task 4 Sviluppo SW eCommerce task 5 Profili amministrativi e localizzazione task 6 Loading dei dati di prodotto Test Infrastruttura task 7 Start Ambiente di Produzione</p>		
Piano di spesa previsionale	Quota imprese	Quota pubblica	Importo totale
	250.000	250.000	500.000
	Ripartizione percentuale tra voci di costo		
	Voce di costo 1 (es. personale) 30 %	Voce di costo 2 (es. strumenti attrezzature) 40 %	Voce di costo 3 (consulenti / costi esterni) 30 %