

# ALLEGATO A) CATALOGO DEI SERVIZI

CATALOGO DEI SERVIZI AVANZATI E QUALIFICATI  
PER LE PMI SARDE DELL'INDUSTRIA, ARTIGIANATO  
E SERVIZI ALLA PRODUZIONE

## Indice

Disposizioni generali

### A. Servizi avanzati di primo livello

- A.1. Servizi di audit e assessment del potenziale
- A.2. Check up tecnologico

### B. Servizi avanzati specializzati

#### B.1 Servizi avanzati di supporto alla **innovazione tecnologica** di prodotto e processo

- B.1.1 Servizi di supporto alla innovazione di prodotto nella fase di concetto
- B.1.2 Servizi di supporto all'introduzione di nuovi prodotti
- B.1.3 Servizi tecnici di progettazione per innovazione di prodotto e di processo produttivo
- B.1.4 Servizi tecnici di sperimentazione (prove e test)
- B.1.5 Servizi di assistenza e informazione in tema di proprietà intellettuale

#### B.2. Servizi avanzati di supporto alla **innovazione organizzativa** e alla introduzione di tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT)

- B.2.1 Approvvigionamento
- B.2.2 Produzione
- B.2.3 Progettazione, dimensionamento e organizzazione del sistema logistico aziendale, interno ed esterno.
- B.2.4 Analisi e progettazione dell'Assetto organizzativo e della struttura funzionale
- B.2.5 Progettazione, implementazione e certificazione del sistema di qualità aziendale secondo le norme UNI EN ISO 9001:2008
- B.2.6 Progettazione, implementazione e certificazione del sistema di gestione ambientale secondo le norme UNI EN ISO 14000 o regolamento EMAS
- B.2.7 Servizi per l'efficienza ambientale ed energetica
- B.2.8 Certificazione di prodotto
- B.2.9 Definizione e implementazione del sistema di customer satisfaction
- B.2.10 Progettazione, dimensionamento e organizzazione di sistemi informativi aziendali

- B.2.11 Analisi dei costi e preventivazione commesse
- B.2.12 Progettazione e implementazione di un sistema di contabilità industriale
- B.2.13 Progettazione e implementazione del sistema di controllo di gestione
- B.2.14 Servizi di supporto all'innovazione organizzativa mediante gestione temporanea di impresa (Temporary management)

### B 3. Servizi avanzati di supporto **all'innovazione commerciale** per il presidio strategico del mercato nazionale

- B.3.1 Piano strategico di marketing
- B.3.2 Progettazione e adeguamento del materiale promozionale e packaging
- B.3.3 Organizzazione della funzione commerciale
- B.3.4 Creazione di reti di vendita e assistenza
- B.3.5 Definizione e implementazione del sistema di Customer Relationship Management
- B.3.6 Azioni di direct marketing
- B.3.7 Progettazione di azioni promozionali presso i punti di vendita
- B.3.8 Organizzazione e realizzazione di educational tour (missione operatori in Italia)
- B.3.9 Organizzazione e partecipazione a manifestazioni fieristiche
- B.3.10 Piano di comunicazione: Progettazione e realizzazione di azioni promozionali e pubblicitarie

### B 4 Assistenza all'**internazionalizzazione** ed all'**esportazione**

- B.4.1 Piano di marketing strategico per l'estero
- B.4.2 Organizzazione di un ufficio export
- B.4.3 Assistenza all'avvio dei contatti e alla gestione dei rapporti con partner esteri
- B.4.4 Servizi per l'individuazione e l'adeguamento dei prodotti a normative tecniche estere
- B.4.5 Servizi per la costituzione e il funzionamento all'estero di rappresentanze permanenti
- B.4.6 Organizzazione e partecipazione a manifestazioni fieristiche
- B.4.7 Azioni di sensibilizzazione verso la stampa locale

## Disposizioni generali

La Regione Sardegna, in linea con gli indirizzi per lo sviluppo delle politiche comunitarie delineati nel Programma Operativo Regionale (POR) FESR 2007-2013, intende avviare una serie di azioni a sostegno dei processi di innovazione del sistema produttivo regionale.

Nell'ambito di queste azioni rientrano quelle finalizzate a:

- (a) sostenere la domanda di servizi avanzati da parte delle PMI, come elemento cruciale dell'innescò e della implementazione di processi duraturi di cambiamento organizzativo e di aumento di competitività attraverso l'innovazione;
- (b) contribuire alla razionalizzazione e alla qualificazione dell'offerta di servizi avanzati alle imprese in Sardegna, favorendo la specializzazione delle competenze distintive e la crescita delle professionalità interne, aprendo il mercato dei servizi alle imprese alla concorrenza, inducendo effetti virtuosi di selezione e qualificazione.

Per il raggiungimento di questi obiettivi la Regione Sardegna intende costruire un sistema di aiuti diretto alle imprese, singole o associate, per il sostegno degli investimenti innovativi immateriali, ed in particolare per quelli finalizzati all'acquisizione, prioritariamente in forma aggregata, di servizi di supporto all'innovazione, finalizzati al miglioramento del loro assetto gestionale, produttivo, tecnologico e/o organizzativo.

Il sistema di aiuti prevede la possibilità, per ogni impresa, di richiedere una serie di servizi avanzati in modo da costituire un intervento strutturato nell'ambito di un Progetto integrato di servizi.

La gamma e le tipologie di servizi che potranno essere utilizzati per la costruzione del Progetto Integrato di Servizi sono quelli individuati nell'ambito del presente "Catalogo dei Servizi avanzati per le PMI Sarde".

L'elencazione in esso contenuta è esaustiva.

I servizi richiesti non devono essere continuativi o periodici, né connessi alle normali spese di funzionamento dell'azienda.

Vengono di seguito definiti una serie di servizi suddivisi in Aree tematiche e tipologiche, progettati sulla base di una attenta analisi dei processi innovativi.

Per ogni tipologia di servizi è stato individuato il massimale di costo ammissibile, valutato in funzione della complessità aziendale espressa in termini di fatturato (si farà riferimento all'importo del fatturato dichiarato nell'ultimo bilancio approvato).

Qualora in sede di valutazione si rilevi una sovrapposizione nei contenuti di uno o più dei servizi richiesti dalla stessa impresa si procede ad un adeguamento del costo ammesso per il singolo servizio o all'eliminazione dello stesso.

La misura concedibile del contributo espressa in percentuale di investimento ammissibile, per i servizi avanzati non può superare il 50% del costo ammesso.

Nell'ambito di ogni servizio sono, infine, indicati i requisiti minimi dei fornitori di servizi, scelti liberamente dall'impresa tra quelli presenti sul mercato. Il soggetto incaricato di fornire i servizi dovrà, realizzarli utilizzando la propria struttura organizzativa.

Al fine di assicurare la qualità del servizio avanzato, il fornitore dovrà autocertificare l'esperienza maturata indicando, previa acquisizione di autorizzazione al trattamento dei dati personali, il nominativo di almeno tre clienti dell'ultimo triennio e la descrizione dell'attività svolta per gli stessi, che deve essere dello stesso tipo e/o simile a quella richiesta dal soggetto proponente.

L'impresa richiedente ed i fornitori di servizi non devono avere alcun tipo di partecipazione reciproca a livello societario e/o rapporti di parentela entro il terzo grado. Inoltre, non viene riconosciuta, ai fini della determinazione del contributo, la consulenza specialistica rilasciata da amministratori, soci e dipendenti del soggetto beneficiario del contributo nonché di eventuali partner, sia nazionali che esteri. Sono esclusi i fornitori che fanno parte dello stesso gruppo, (società controllate e collegate, o controllanti), rispetto alla impresa che effettua la domanda.

## A. Servizi avanzati di primo livello

### Obiettivi

I servizi avanzati di primo livello sono finalizzati ad aiutare le imprese a mettere a fuoco la propria posizione competitiva, tecnologica, organizzativa, gestionale, con una valutazione del proprio potenziale e primi studi di fattibilità. Questa prima linea dovrà essere offerta da fornitori in grado di effettuare una rapida diagnostica e di suggerire dei piani di azione. Sulla base di questo primo intervento le imprese saranno meglio in grado di definire il proprio percorso successivo, anche selezionando i fornitori migliori.

Tale linea di servizi si rivolge, quindi, soprattutto alle imprese che non hanno già chiarito completamente il proprio fabbisogno e non hanno una attitudine consolidata a servirsi di servizi esterni, a causa peraltro dell'eccessiva incertezza delle prestazioni e dei risultati che scoraggia le imprese a investire risorse proprie in tali attività.

### Requisiti del fornitore dei servizi

Centri servizi, consorzi tra imprese, società di consulenza ed eventualmente Dipartimenti Universitari e/o Istituti di ricerca se non in ATI con l'impresa proponente. Tali fornitori devono impegnarsi a svolgere presso la sede del cliente un numero di giornate e/o ore uomo non inferiore ad 1/3 del totale entro la durata del progetto e devono possedere i seguenti requisiti:

- qualificazione del personale utilizzato per il progetto (esperienza minima triennale);
- esperienza documentata almeno triennale in progetti simili;
- autocertificare l'esperienza maturata indicando il nominativo di almeno tre clienti dell'ultimo triennio e la descrizione dell'attività svolta per gli stessi;

### Tipologia di servizi

1. Servizi di audit e assessment del potenziale
2. Studi di check up tecnologico

## A.1. Servizi di audit e assessment del potenziale

### Obiettivi

Servizi finalizzati alla diagnosi della situazione competitiva di una impresa, sotto il profilo del mercato, della tecnologia di prodotto e di processo, delle strategie e della organizzazione.

Vengono svolti da team multidisciplinari e/o da consulenti o manager con prolungata esperienza. Utilizzano metodi di audit tecnologico, audit competitivo e strategico, analisi dei punti di forza e debolezza (analisi SWOT), valutazione del potenziale innovativo. Richiedono visite ripetute presso la sede dell'impresa. I risultati sono formulati in piani di azione in grado di orientare le scelte successive dell'impresa, anche in riferimento alla domanda di servizi qualificati specializzati.

### Contenuto

L'Audit Tecnologico è realizzato in stretta collaborazione con il personale e il management dell'impresa. In generale, la struttura classica di un processo di audit è la seguente:

Analisi:

- a) assetto organizzativo aziendale (oggetto sociale, evoluzione dell'azienda, il management e la compagine sociale, l'organigramma e il mansionario attuale: punti di forza e debolezza dell'assetto aziendale: possibili modifiche e soluzioni alle problematiche emerse);
- b) sul prodotto e la funzione di produzione (struttura fisica della produzione; struttura organizzativa: organizzazione della produzione, strumenti per la programmazione, controllo qualità, struttura dei magazzini, gli acquisti, analisi della produttività, problematiche emerse e possibili linee di intervento);
- c) profilo economico finanziario (analisi patrimoniale, finanziaria, economica e reddituale; analisi per indici e margini della situazione patrimoniale, finanziaria e reddituale, punto di pareggio; problematiche legate al profilo economico, patrimoniale e possibili soluzioni proposte);
- d) grado di competitività (il mercato di riferimento: quota assoluta e relativa, il mercato nazionale e regionale. Trend del mercato: analisi della domanda, analisi della clientela, punti di forza e debolezza dell'azienda, del prodotto e delle politiche commerciali e distributive. La concorrenza: i prodotti, i punti di forza e debolezza, le politiche commerciali, struttura del settore di appartenenza e sue possibili evoluzioni. Strategie di marketing: politiche di prodotto, di prezzo, di distribuzione e promozione, problematiche legate al profilo competitivo e strategie d'intervento);
- e) altri profili (sociale: clienti, fornitori, istituzioni, dipendenti, problematiche e possibili soluzioni)
  - Alternative strategiche per la soluzione dei problemi emersi dal check up (le possibili alternative di sviluppo: commerciale, di prodotto, del mercato, nuovi investimenti, analisi della redditività e del punto di pareggio)
  - Valutazione dei punti di forza e debolezza, nonché del potenziale innovativo e valutazione del rischio delle singole strategie di sviluppo
  - Piano d'azione

**Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato**

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
SERVIZI DI AUDIT E ASSESSMENT DEL POTENZIALE	<b>2.000</b>	<b>4.000</b>	<b>5.000</b>	<b>6.000</b>

**Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto**

- Copia check up e piano di azione aziendale.



## A.2. Check up tecnologico

### Obiettivi

Il servizio di check up tecnologico mira a individuare i punti di forza e di debolezza circa l'utilizzo delle tecnologie all'interno del processo produttivo dell'impresa; ciò attraverso la conoscenza e la valutazione del potenziale innovativo di processo, di prodotto e di management, in base alle reali condizioni ed esigenze delle imprese e del loro mercato di riferimento, nonché delle tendenze evolutive in atto nel settore. Il principale scopo del check-up tecnologico è, dunque, la valutazione della capacità dell'impresa di utilizzare nuove tecnologie nella progettazione, nella produzione e nella logistica nonché l'identificazione di criticità per l'introduzione e l'integrazione di tali innovazioni. L'obiettivo è quello di generare e valutare una serie di possibili soluzioni non convenzionali ed innovative da implementare a livello di prodotto e processo, prospettando azioni di miglioramento in termini di utilizzo efficace ed efficiente delle nuove tecnologie (produttive ed informatiche) che, in coerenza con la strategia e gli assetti organizzativi dell'impresa, permettano di incrementare le performance aziendali e, quindi, migliorare il livello di competitività.

### Contenuto

Il servizio dovrà permettere di:

- analizzare l'azienda in termini di struttura produttiva e struttura organizzativa adottata;
- misurare, con metodo oggettivo, i livelli di automazione raggiunti dall'impresa in relazione alle attività di progettazione, produzione e gestione aziendale;
- misurare, con metodo oggettivo, le tecnologie utilizzate nelle pratiche aziendali
- valutare la propensione aziendale all'introduzione delle tecnologie con particolare riferimento alle tecnologie IT.
- approfondire le potenzialità di nuove tecnologie da utilizzare;
- verificare il valore aggiunto e il grado di innovatività rispetto alle tecnologie in uso;
- valutare le modalità di gestione dell'introduzione dell'innovazione in azienda.

Nel dettaglio il check up rende possibile la definizione dei fabbisogni di sviluppo dell'impresa, sotto differenti punti di vista:

- le funzioni o problemi di natura generale che richiedono attenzione strategica (produttività, qualità, risorse umane, flessibilità, ecc.);
- le aree tecnologiche e gli strumenti di produzione e/od organizzativi che richiedono soluzioni nuove.

I risultati ottenuti potranno anche essere utilizzati, in una fase successiva, per:

- definire le modalità di trasferimento tecnologico come formazione, partnership per lo sviluppo tecnologico (nazionali ed europee), assistenza tecnica;
- individuare le fonti ed i canali di innovazione che possono essere utilizzati e le relazioni che possono essere attivate con i clienti ed i fornitori, centri di trasferimento tecnologico, università, laboratori di ricerca, etc.

**Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato**

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
CHECK UP TECNOLOGICO	6.000	8.000	12.000	16.000

**Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto**

- check up tecnologico e proposta operativa di introduzione tecnologie nuove o sostitutive con carattere di innovatività.

## B. Servizi avanzati specializzati

### B.1. Servizi avanzati di supporto alla innovazione tecnologica di prodotto e processo

#### Obiettivi

Tali servizi supportano i processi di innovazione tecnologica, dalla fase di generazione delle idee fino alla progettazione, prototipazione, test e prove, ricerche di mercato e comunicazione. Sono volti a migliorare la capacità delle imprese nel gestire in modo evoluto i processi di innovazione di prodotto e processo partendo dalla competenza tecnica e tecnologica e coniugandola con le attività volte a conservare, proteggere e promuovere il valore economico dell'innovazione prodotta.

#### Requisiti fornitore dei servizi

Studi tecnici, società di ingegneria, centri servizi, consorzi tra imprese, società di ricerche di mercato, Dipartimenti Universitari e/o Istituti di ricerca se non in ATI con l'impresa proponente. Tali fornitori devono possedere i seguenti requisiti:

- qualificazione del personale impegnato nel progetto (esperienza minima triennale);
- esperienza del fornitore di servizi documentata almeno triennale in progetti simili;
- dotazione di apparecchiature e software adeguate ai servizi da erogare;
- autocertificare l'esperienza maturata indicando il nominativo di almeno tre clienti dell'ultimo triennio e la descrizione dell'attività svolta per gli stessi

#### Tipologia di servizi

- Servizi di supporto alla innovazione di prodotto nella fase di concetto
- Servizi di supporto all'introduzione di nuovi prodotti
- Servizi tecnici di progettazione per innovazione di prodotto e di processo produttivo
- Servizi tecnici di sperimentazione (prove e test)
- Servizio di informazione ed assistenza in tema di proprietà intellettuale

## B 1. 1 Servizi di supporto alla innovazione di prodotto nella fase di concetto

### Obiettivi

Servizi finalizzati all'accompagnamento dell'impresa nella fase che va dalla generazione di nuove idee di prodotto, alla esplorazione delle alternative tecnologiche e di design, prima di intraprendere la progettazione concreta e dettagliata. Utilizzano di norma metodi di creatività e problem solving applicati alla innovazione di prodotto. Possono includere metodi cooperativi di sviluppo idee e prodotti, anche attraverso l'uso di piattaforme digitali (c.d. Virtual Professional Community, Learning Lab o simili).

### Contenuto

- servizi di supporto allo sviluppo di nuove idee e di concetti di prodotto
- metodi di creatività e problem solving applicati alla innovazione di prodotto
- metodi cooperativi di sviluppo di idee e prodotti

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
SERVIZI DI SUPPORTO ALLA INNOVAZIONE DI PRODOTTI NELLA FASE DI CONCETTO	6.000	8.000	12.000	16.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

- Relazione dettagliata dell'attività svolta
- Materiale elaborato (es. Rapporto, Documenti, Test, etc...)

## B 1. 2 Servizi di supporto all'introduzione di nuovi prodotti

### Obiettivi

Servizi finalizzati alla riduzione della incertezza e del rischio associati alla introduzione di nuovi prodotti, in modo da aumentare la probabilità di successo di mercato. Sono svolti da società specializzate che utilizzano metodi di ricerche di mercato qualitative e quantitative, metodi di previsione a lungo termine delle vendite, tecniche di test di concetto di prodotto. Restituiscono rapporti dettagliati in grado di orientare le scelte successive delle imprese.

### Contenuto

- ricerche di mercato per nuovi prodotti
- previsione delle vendite
- test concetti di prodotto

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
SERVIZI DI SUPPORTO ALL'INTRODUZIONE DI NUOVI PRODOTTI	6.000	8.000	12.000	16.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

- Materiale elaborato (es. Rapporti, Documenti, Test, ecc.)

### B.1.3 Servizi tecnici di progettazione per innovazione di prodotto e di processo produttivo

#### Obiettivi

Servizi orientati alla realizzazione di progetti dettagliati di prodotti e di processi produttivi. In relazione alla fase del ciclo di sviluppo dei prodotti, possono consistere nella definizione e stesura delle specifiche tecniche, produzione e gestione della documentazione tecnica, disegno, calcolo tecnico, modellazione, simulazione.

Possono includere metodi avanzati di progettazione orientate (c.d. metodi di design for).

Restituiscono all'impresa committente disegni e calcoli in forma grafica o numerica, su supporto digitale.

#### Contenuto

- definizione delle specifiche
- gestione della documentazione tecnica
- disegno e calcolo
- modellazione
- simulazione
- metodi di design for

#### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
SERVIZI TECNICI DI PROGETTAZIONE PER INNOVAZIONE DI PRODOTTO E DI PROCESSO PRODUTTIVO	15.000	20.000	25.000	30.000

#### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

- Copia degli elaborati progettuali, disegni e calcoli in forma grafica o numerica, su supporto digitale, etc..

## B 1.4 Servizi tecnici di sperimentazione (prove e test)

### Obiettivi

Servizi di supporto alle fasi successive alla progettazione dettagliata, nelle quali i prodotti assumono configurazione materiale. Sono svolti da soggetti dotati di adeguate attrezzature tecniche e adeguate competenze ed esperienze professionali. Possono includere la definizione e studio di rendimenti, prestazioni e tolleranze, prototipazione, prove tecniche e test di varia natura. Restituiscono rapporti tecnici secondo norme tecniche ufficialmente riconosciute.

### Contenuto

- prototipazione
- prototipazione rapida
- prove tecniche
- test

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
SERVIZI TECNICI DI SPERIMENTAZIONE	15.000	20.000	25.000	30.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

- Relazione dettagliata dell'attività svolta
- Rapporti tecnici relativi alla sperimentazione.

## B 1.5 Servizio di Assistenza e informazione in tema di Proprietà Intellettuale

Il Centro di documentazione di Polaris, il Parco tecnologico regionale, è accreditato dal Ministero dello Sviluppo Economico per le ricerche brevettuali, in quanto fa parte della rete PATLIB: una rete di centri di informazione brevettuale estesa in tutta Europa. Lo stesso Centro di documentazione di Polaris è a disposizione di ricercatori, imprenditori, inventori di tutta la Sardegna per:

- ricerche di anteriorità brevettuale;
- monitoraggi tecnologici;
- ricerche di marchi e ricerche documentali.

Attraverso la sua attività di sensibilizzazione e di accompagnamento alla tutela della proprietà intellettuale, consente ad esempio di verificare le antecedenze di un'idea, di individuare tecnologie innovative oppure di verificare l'utilizzabilità di tecnologie protette da brevetti oramai scaduti, e ancora di effettuare ricerche di screening fra marchi o di verificare lo stato legale di un brevetto o di un marchio. I servizi del Centro rientrano tra le attività di Polaris per la diffusione dell'innovazione tecnologica nel sistema economico regionale e si suddividono in servizi gratuiti e a pagamento (dettagliati di seguito).

Per accedere ai servizi è sufficiente inviare tramite mail o fax il modulo di richiesta reperibile all'indirizzo <http://www.sardegna ricerche.it/biblioteca/centrodocumentazione>

Fissando un appuntamento, è possibile, in assoluta riservatezza, avere un incontro per focalizzare la propria necessità informativa.

Centro di documentazione Sardegna Ricerche

E-mail: [centrodoc@sardegna ricerche.it](mailto:centrodoc@sardegna ricerche.it) ;

Sardegna Ricerche, Edificio 2

Loc. Piscinamanna - 09010 Pula (CA) - Italia

Tel. +39 070 9243.2204 - Fax +39 070 9243.2203

Sede di Nuoro:

Tel +39 0784 260803 - Fax +39 0784 203336



## Dettaglio dei Servizi per la tutela della proprietà intellettuale

### Obiettivi

Sono servizi che mirano ad individuare, tutelare e valorizzare le opere dell'ingegno e della creatività sviluppata all'interno di un'organizzazione imprenditoriale. Sono servizi svolti da società specializzate nella proprietà intellettuale in cui operano dei mandatari, regolarmente iscritti ai relativi albi professionali.

### Contenuto:

- Stesura e deposito di brevetti per invenzione industriale, incluso Stesura e deposito provisional patent (US)
- Modelli, marchi, design
- Tutela del know-how
- Traduzioni per estensione/nazionalizzazione
- Contradditorio e memorie di risposta con ufficio brevetti per i principali paesi (EU, JP, US, AU, NZ, eccetera)
- Tutela delle opere dell'ingegno di carattere creativo, dei segni distintivi (quali il marchio), protezione banche dati, software open source
- Tutela dei diritti digitali
- Stesura contratti di cessione/acquisizione di know how accordi di segretezza, contratti di ricerca e sviluppo)

TIPOLOGIA DI PRESTAZIONE	MASSIMALE
Stesura e deposito brevetto nazionale (Italiano)	2.500,00
Stesura e deposito brevetto EPO (ESTENSIONE da brevetto nazionale preesistente)	3.500,00
Stesura e deposito brevetto PCT (ESTENSIONE da brevetto nazionale preesistente )	3.500,00
Stesura e deposito brevetto EPO (EX NOVO)	5.000,00
Stesura e deposito brevetto PCT (EX NOVO)	5.000,00
Stesura e deposito brevetto US (EX NOVO o in presentazione di PPA) inclusi i costi per corrispondente studio americano	10.000,00
Stesura e deposito brevetto US (a partire da altra priorità) inclusi i costi per corrispondente studio americano	8.000,00
Stesura e deposito provisional patent (US)	3.000,00
Stesura di brevetto da depositare in paesi diversi da Italia a partire da brevetto italiano o altra priorità	2.500,00
Stesura e deposito di brevetto in altri paesi diversi da Italia in assenza di priorità (escluso US)	3.500,00
Traduzioni per estensione/nazionalizzazione (valore/pagina)	75,00
Contradditorio e memorie di risposta con ufficio brevetti per i principali paesi (EU, JP, US, AU, NZ, eccetera)	3.000,00

Spese per esame aggiuntivo	2.000,00
Revisione di documentazioni tecniche o di pubblicazioni scientifiche i cui contenuti possono inficiare la tutela degli IPR	700,00
Stesura contratti di cessione/acquisizione di know how accordi di segretezza, contratti di ricerca e sviluppo)	3.500,00
Consulenza per deposito marchio nazionale	400,00
Consulenza per deposito marchio comunitario	600,00
Consulenza per deposito marchio internazionale	1.000,00
Consulenza per deposito design nazionale (singolo – multiplo)	400,00 – 800,00
Consulenza per deposito design comunitario (singolo – multiplo)	600,00 – 1.200,00
Consulenza per deposito design internazionale (singolo – multiplo)	1.000,00 – 2.000,00

**Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto**

- Materiale elaborato (testi completi di brevetto, certificati di deposito, rapporti, Documenti, ecc.)

## **B 2. Servizi avanzati di supporto alla innovazione organizzativa e alla introduzione di tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT)**

### **Obiettivi**

In quest' area rientrano tutti i servizi orientati a supportare le imprese nella adozione di nuove procedure gestionali e nel cambiamento delle strutture organizzative.

Si tratta di attività che sovente le PMI non realizzano internamente, rinunciando a grandi opportunità in termini di efficienza, efficacia e competitività. È noto che le PMI hanno grandi difficoltà ad investire proprie risorse in attività immateriali, che non si traducono in impianti e macchinari, ma in procedure, software di gestione, regole di funzionamento. Con tali servizi viene sostenuta l'innovazione dentro le imprese e tra le imprese finalizzata ad aumentare la capacità di competere.

### **Requisiti fornitore dei servizi**

Società di consulenza, centri servizi, consorzi tra imprese, ed eventualmente Dipartimenti Universitari e/o Istituti di ricerca se non in ATI con l'impresa proponente.. Tali fornitori devono possedere i seguenti requisiti:

- qualificazione del personale impegnato nel progetto (esperienza minima triennale);
- esperienza del fornitore di servizi documentata almeno triennale in progetti simili;
- nel caso di temporary management esperienza professionale del fornitore di almeno cinque anni nel settore;
- esperienza almeno pluriennale del capo-progetto in campo organizzativo;
- autocertificare l'esperienza maturata indicando il nominativo di almeno tre clienti dell'ultimo triennio e la descrizione dell'attività svolta per gli stessi

### **Tipologia di servizi**

- Supply Chain (approvvigionamento, produzione, progettazione, dimensionamento e organizzazione del sistema logistico aziendale ed extra aziendale)
- Analisi e progettazione dell'Assetto organizzativo e della struttura funzionale
- Sistemi per la gestione della qualità e dell'ambiente
- Gestione dei sistemi informativi aziendali (progettazione di un sistema di customer satisfaction, , progettazione di un sistema informativo aziendale, analisi dei costi e preventivazione delle commesse, progettazione di un sistema di contabilità industriale, progettazione di un sistema di controllo di gestione)

## B.2.1 Approvvigionamento: Definizione del sistema di gestione degli approvvigionamenti

### Obiettivi

Consentire la rilevazione ed elaborazione delle operazioni di gestione degli approvvigionamenti, sia in entrata (materie prime) che in uscita (prodotti finiti), garantendo un controllo aggiornato delle giacenze e la formulazione di ordini aderenti al reale andamento della produzione e delle vendite. Con l'implementazione del servizio in oggetto l'azienda potrà snellire i tempi di consegna, abbattere i costi relativi a questo processo ed elevare il livello di servizio.

### Contenuto

Analisi preliminare dei flussi di movimentazione delle merci

Definizione e individuazione della tecnica di gestione delle merci e dei materiali più adatta tra le possibili esistenti.

Suddivisione dei materiali per fase a ciclo (materie prime, semilavorati, componenti finiti) e per categoria di utilizzo (consumo corrente, per commessa, ricambistica, articoli declassati e scarti, ausiliari, ecc.).

Definizione dei valori dei parametri caratteristici (consumo annuo, giacenza media, classificazione ABC, Lead Time di approvvigionamento, unità di imballaggio, lotto di approvvigionamento o di produzione, livello di scorta di sicurezza, punto di riordino, eccetera), secondo gli algoritmi di calcolo e di contabilizzazione standard proposti da qualsiasi procedura informatica dedicata.

Progettazione ed implementazione del database, dell'architettura hardware e software aderente alle reali esigenze della struttura aziendale.

Presentazione del sistema di gestione degli approvvigionamenti e definizione dei momenti formativi.

Verifica dell'efficacia e della efficienza del sistema gestionale.

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
DEFINIZIONE DEL SISTEMA DI GESTIONE DEGLI APPROVVIGIONAMENTI	6.000	8.000	12.000	16.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Report dettagliato del sistema di gestione del magazzino implementato e copia del software di supporto.

### Note

Il servizio può essere erogato solo alle imprese di produzione, secondo la vigente classificazione ISTAT (ramo C Codice ATECO) e che non lavorano per commessa.

## B.2.2 Produzione: Organizzazione della funzione di produzione

### Obiettivi

Razionalizzazione del lay-out del processo produttivo e dei relativi flussi logistici della produzione in relazione alla tipologia del sistema produttivo (sistema su commessa, produzione di grande serie e di massa, produzione continua su processo) finalizzato ad ottimizzare le risorse produttive, migliorare le prestazioni ed incrementare la flessibilità nella risposta al mercato.

Il servizio consente all'azienda di aumentare il vantaggio competitivo e di incrementare l'efficienza e la flessibilità del sistema produttivo attraverso la riduzione dei costi di manodopera, l'ottimizzazione dei tempi di lavorazione, la massimizzazione del rendimento dei fattori produttivi e l'organizzazione delle risorse umane.

### Contenuto

Analisi del processo e del lay-out produttivo al fine di evidenziare le criticità e razionalizzare l'utilizzo dei fattori produttivi.

Individuazione dei criteri di definizione del Piano Aggregato di Produzione e il dimensionamento della capacità produttiva.

La formulazione del Piano di produzione e dei tempi e metodi di produzione (il Piano di Produzione consente all'impresa di conoscere in anticipo i fabbisogni di manodopera e dei materiali, il carico macchina ed eventuali saturazioni, per eliminare ad es. potenziali colli di bottiglia che potrebbero diminuire l'efficienza del processo produttivo).

L'individuazione delle migliori tecniche di gestione dei materiali per contenere gli investimenti in scorte e mantenere elevato il livello di servizio. Detto obiettivo si raggiunge mediante la pianificazione dei fabbisogni dei materiali (MRP), la pianificazione della capacità produttiva e il controllo degli avanzamenti.

Utilizzo di metodologie di schedulazione delle operazioni e di controllo degli avanzamenti di produzione, finalizzate a saturare la capacità produttiva e a consentire il governo dei flussi operativi per il rispetto delle date di consegna previste.

Individuazione di tecniche per la riduzione dei tempi di attraversamento in fabbrica e dei lead time complessivi all'interno del sistema produttivo, dei tempi di attrezzaggio degli impianti e delle macchine.

Individuazione di sistemi per il monitoraggio costante di tutte le voci di costo che intervengono nel processo produttivo e analisi degli scostamenti al fine di individuare eventuali cause di inefficienza della funzione.

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
ORGANIZZAZIONE DELLA FUNZIONE DI PRODUZIONE	6.000	8.000	12.000	16.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Copia del piano di produzione e del manuale operativo.

### Note

Il servizio può essere erogato solo alle imprese di produzione, secondo la vigente classificazione ISTAT (ramo C Codice ATECO).

## B.2.3 Progettazione, dimensionamento e organizzazione del sistema logistico aziendale, interno ed esterno.

### Obiettivi

Ottimizzare il sistema logistico aziendale per raggiungere la massima soddisfazione del cliente finale (riducendo contestualmente i costi operativi e il capitale impegnato) attraverso la pianificazione e l'organizzazione dei processi, la gestione e il controllo del flusso di beni (trasporto, movimentazione impianti, stoccaggio materie prime, prodotti in corso di lavorazione, prodotti finiti) – e delle relative informazioni; il coordinamento tra fornitori, clienti e distribuzione (creazione di un “sistema”) al fine di generare “valore aggiunto”.

### Contenuto

Check up logistico; mappatura geografica dei clienti e segmentazione della clientela; analisi dei sistemi di trasporto utilizzati e adattamento del processo logistico-distributivo ai diversi segmenti di clientela; Analisi della domanda (vendite, prodotti, mercati) e del livello di servizio richiesto al fine di pianificare i fabbisogni materiali ed evitare la distorsione delle informazioni riguardanti gli ordini di approvvigionamento; Gestione ottimale di scorte, magazzino e imballaggi; Analisi della localizzazione delle funzioni aziendali; Gestione delle informazioni attraverso un adeguato sistema informativo; Misurazione del livello di servizio e del costo relativo; Piano di riorganizzazione logistica; Verifica dell'efficacia e della funzionalità del nuovo sistema.

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE, DIMENSIONAMENTO E ORGANIZZAZIONE DEL SISTEMA LOGISTICO AZIENDALE, INTERNO ED ESTERNO	6.000	8.000	12.000	16.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Report dettagliato delle attività completate.

### Note

Il servizio può essere erogato solo alle imprese di produzione, secondo la vigente classificazione ISTAT (ramo C Codice ATECO).

## B 2.4 Analisi e progettazione dell'Assetto Organizzativo e della struttura funzionale

### Obiettivi

Definizione del sistema organizzativo e della struttura funzionale più adeguata alle esigenze aziendali (dalle strutture più tradizionali a quelle più evolute). Individuazione delle mansioni all'interno dell'impresa, della tipologia degli assetti e delle strutture e della loro connessione con il mercato; individuazione dello stile di direzione adeguato alla gestione aziendale, miglioramento del clima relazionale, accrescimento dell'efficienza e della flessibilità organizzativa.

### Contenuto

Il servizio prevede:

- La lettura e analisi delle aree di business aziendale;
- La diagnosi delle interazioni e interdipendenze tra i vari sottosistemi: direzione, servizi, reparti;
- L'elaborazione del modello e dell'assetto organizzativo;
- La determinazione delle professionalità e competenze necessarie e la verifica di quelle esistenti; determinazione ruoli e mansioni;
- La verifica della coerenza delle altre variabili organizzative; la definizione della nuova struttura organizzativa e dello stile di direzione.

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 A 1,5 MLN €	DA 1,5 A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
ANALISI E PROGETTAZIONE DELL'ASSETTO ORGANIZZATIVO E DELLA STRUTTURA FUNZIONALE	6.000	8.000	12.000	16.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Piano organizzativo, mappa delle competenze e mansionario.

### Note

Il servizio "Analisi e progettazione dell'assetto organizzativo e della struttura funzionale" presenta significative sinergie e sovrapposizioni con il servizio "Organizzazione della funzione di produzione". Si ritiene pertanto che le due prestazioni non possano essere riconosciute congiuntamente. In tal caso si riconosce per intero l'importo del servizio "Analisi e progettazione dell'assetto organizzativo e della struttura funzionale", e si riduce al cinquanta per cento l'importo del servizio "Organizzazione della funzione di produzione".

Considerate le caratteristiche del servizio "Analisi e progettazione dell'assetto organizzativo e della struttura funzionale", si evidenzia che esso può essere richiesto solo da quelle imprese che abbiano almeno sei dipendenti.

## B.2.5 Progettazione, implementazione e certificazione del sistema di qualità aziendale secondo le norme UNI EN ISO 9001:2008

### Obiettivi

Conseguire la certificazione del sistema di qualità aziendale secondo le norme UNI EN ISO 9001:2008.

### Contenuto

Esame della situazione tecnico organizzativa dell'azienda.

Mappatura dei processi per la qualità: analisi del processo produttivo ed identificazione tutti i processi operativi e gestionali da mettere sotto controllo, attraverso l'individuazione di input, output, risorse, responsabilità e modalità di misurazione dei vari processi.

Definizione della Politca Qualità, obiettivi, traguardi e programma di miglioramento

Preparazione del manuale per la qualità.

Sviluppo del Sistema di Gestione per la Qualità: definizione dei ruoli e delle responsabilità per la gestione dei processi qualitativi critici dell'organizzazione, sviluppo delle procedure gestionali, predisposizione del manuale del Sistema di gestione per la Qualità.

Preparazione delle procedure gestionali.

Formazione e sensibilizzazione del personale e del management dell'organizzazione sulle tematiche del Sistema di Gestione per la Qualità e su altri eventuali aspetti specifici

Preparazione istruzioni operative.

Assistenza e verifica all'applicazione del Sistema di Gestione per la Qualità.

Assistenza durante l'iter di richiesta della certificazione e le relative visite ispettive.

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE, IMPLEMENTAZIONE E CERTIFICAZIONE DEL SISTEMA DI QUALITÀ AZIENDALE SECONDO LE NORME UNI EN ISO 9001:2008	10.000	12.000	15.000	18.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Manuale qualità, manuale procedure, copia del certificato.



**Note**

È necessario che il certificato venga rilasciato da un ente di certificazione, accreditato secondo le Norme Europee della serie UNI CEI ISO 45000.

Il servizio “Progettazione, implementazione e certificazione del sistema di qualità aziendale secondo le norme UNI EN ISO 9001:2008” presenta significative sinergie e sovrapposizioni con il servizio di “Analisi e progettazione dell’assetto organizzativo e della struttura funzionale”.

Si evidenzia che le due prestazioni non possono essere riconosciute congiuntamente. In tal caso si riconosce per intero l’importo del servizio “Progettazione, implementazione e certificazione del sistema di qualità aziendale secondo le norme UNI EN ISO 9001:2008” e al cinquanta per cento l’importo del servizio “Analisi e progettazione dell’assetto organizzativo e della struttura funzionale”. Analoghe sinergie si verificano nel caso in cui il servizio “Progettazione, implementazione e certificazione del sistema di qualità aziendale secondo le norme UNI EN ISO 9001:2008” venga richiesto congiuntamente al servizio “Organizzazione della funzione di produzione”, pertanto anche in questo caso l’importo del servizio relativo alla "Organizzazione della funzione di produzione" sarà riconosciuto al cinquanta per cento del costo ammissibile.

Nell’ipotesi in cui l’impresa intenda progettare ed implementare un sistema integrato conforme alle norme UNI EN ISO 9001: 2008 e UNI EN ISO 14000 i massimali di costo ammissibili sono i seguenti:

**Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato**

Servizio	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 A 1,5 MLN €	DA 1,5 A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE, IMPLEMENTAZIONE E CERTIFICAZIONE DI UN SISTEMA DI GESTIONE INTEGRATO SECONDO LE NORME UNI EN ISO 9001:2008 E UNI EN ISO 14000	<b>15.000</b>	<b>18.000</b>	<b>22.000</b>	<b>25.000</b>

## B.2.6 Progettazione, implementazione e certificazione del sistema di gestione ambientale secondo le norme UNI EN ISO 14000 o regolamento EMAS

### Obiettivi

Conseguire la certificazione del sistema di gestione ambientale secondo le norme UNI EN ISO 14000 o regolamento EMAS.

### Contenuto

Esame della situazione organizzativa e gestionale, con particolare riferimento all'attuale condizione d'impatto ambientale sull'area in cui l'impresa è insediata.

Studio e valutazione delle possibili soluzioni relativamente alle problematiche ambientali emerse.

Valutazione del livello di conoscenza in materia ambientale da parte dell'organico aziendale, con l'obiettivo di predisporre un adeguato piano formativo.

Progettazione del sistema di gestione ambientale in armonia con le esigenze produttive aziendali ed in conformità alla norma UNI EN ISO 14000 o regolamento EMAS.

Redazione del manuale per la qualità ambientale.

Implementazione del sistema di gestione ambientale attraverso un'attenta politica rispettosa delle norme vigenti in merito.

Valutazione della conformità del sistema di gestione ambientale implementato, alla norma UNI EN ISO 14000 o regolamento EMAS e rispetto agli obiettivi che la direzione si era proposta di raggiungere.

Risoluzione di eventuali non conformità emerse sulla base della valutazione di cui sopra.

Assistenza per la scelta dell'ente di certificazione e gestione della visita ispettiva.

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE, IMPLEMENTAZIONE E CERTIFICAZIONE DEL SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE SECONDO LE NORME UNI EN ISO 14000	10.000	12.000	15.000	18.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Manuale gestione ambientale e copia del certificato.

### Note

Nel caso di sistema ambientale realizzato secondo gli standard del regolamento EMAS, i massimali sopra indicati sono incrementati del venti per cento. È necessario che il certificato sia rilasciato da un ente di certificazione, accreditato secondo le Norme Europee della serie UNI CEI ISO 45000.

Nell'ipotesi in cui l'impresa intenda progettare ed implementare un sistema integrato conforme alle norme UNI EN ISO 9001: 2008 e UNI EN ISO 14000 i massimali di costo ammissibile sono indicati nella pagina precedente.

## B.2.7 Servizi per l'efficienza ambientale ed energetica

### Obiettivi

Supportare l'innovazione in campo ambientale ed energetico delle PMI regionali applicando i parametri per la partecipazione a programmi di riduzione d'impatto di attività e prodotti sull'ambiente (quali ad es. il programma Responsible Care).

Adottare e implementare sistemi organizzativi e gestionali aziendali per l'ottimizzazione dell'utilizzo di fonti energetiche rinnovabili e differenziate all'interno dei processi produttivi aziendali (ad esempio sui parametri di cui al Regolamento REACH).

### Contenuto

- Analisi, misurazione e diagnosi della situazione dei processi produttivi in riferimento alle emissioni ambientali e alla efficienza energetica.
- Progettazione e selezione delle fonti e dei fornitori per l'implementazione di soluzioni ambientalmente ed energeticamente superiori.
- Introduzione delle soluzioni tese al miglioramento energetico ed ambientale. (Rientrano in questa categoria inoltre i servizi per l'implementazione dei sistemi di gestione del rischio delle sostanze chimiche e la trasmissione dell'appropriata informativa sulla sicurezza agli utilizzatori professionali ed ai consumatori di cui al Regolamento REACH anche mediante i servizi di check up del posizionamento dei prodotti nei confronti della normativa UE e di assistenza per la riduzione dei costi di registrazione delle sostanze chimiche).

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
SERVIZI PER L'EFFICIENZA AMBIENTALE ED ENERGETICA	5.000	8.000	11.000	14.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Relazione dettagliata dell'attività svolta e Piano di miglioramento

## B.2.8 Certificazione di prodotto

### Obiettivi

La certificazione di prodotto è l'attestazione che assicura la conformità di prodotti ai requisiti stabiliti da Regole Tecniche necessarie per verificare la conformità ai requisiti di sicurezza e affidabilità previsti dalla legge (certificazione obbligatoria) e/o Norme Tecniche o documenti equivalenti (certificazione volontaria).

La certificazione di prodotto, soprattutto la certificazione su base volontaria, assicura all'azienda vantaggi in termini di immagine, perché immette sul mercato prodotti più sicuri; inoltre rappresenta un'importante strumento di tutela legale circa la responsabilità per eventuali danni da prodotto.

### Contenuto

Prove per verificare che il prodotto sia conforme a norme nazionali o internazionali o, in caso di loro assenza, a protocolli di prova dedicati (purché conformi a standard internazionali); valutazione dei processi e del sistema qualità utilizzati dal costruttore per garantire il mantenimento nel tempo delle caratteristiche riscontrate sul campione presentato per le prove (procedure di fabbricazione, controllo, verifica delle apparecchiature di collaudo).

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
CERTIFICAZIONE DI PRODOTTO	8.000	10.000	12.000	14.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Copia della certificazione di prodotto

**Note:** Il massimale di costo ammissibile si riferisce esclusivamente ai costi di consulenza necessari per implementare i sistemi di certificazione e controllo; sono pertanto esclusi i costi degli apparecchi di controllo ed il costo del certificato.

## B.2.9 Definizione e implementazione del sistema di customer satisfaction

### Obiettivo

Dotare l'azienda degli strumenti necessari per il monitoraggio della qualità attesa e percepita dai clienti (livello di soddisfazione) al fine di migliorare la qualità dei prodotti e servizi offerti.

### Contenuto

Individuazione degli obiettivi del sistema di rilevazione della soddisfazione del cliente e delle determinanti della qualità del prodotto o servizio, definizione di indici che rilevino con chiarezza i fattori della qualità del servizio che causano soddisfazione o insoddisfazione; definizione delle priorità di miglioramento organizzativo.

Costruzione del questionario per la rilevazione del livello di soddisfazione, realizzazione degli strumenti per analisi e monitoraggio del livello di customer satisfaction; evidenziazione dei primi risultati e suggerimenti per la definizione di adeguate azioni correttive.

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
DEFINIZIONE E IMPLEMENTAZIONE DEL SISTEMA DI CUSTOMER SATISFACTION	3.000	5.000	8.000	10.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Copia del Manuale per la Gestione della Customer Care;

Copia del questionario di Rilevazione della Customer Satisfaction;

Copia delle elaborazioni dei dati ottenuti dai questionari e report sulle azioni correttive adottate.

## B.2.10 Progettazione, dimensionamento e organizzazione di sistemi informativi aziendali

### Obiettivi

Definizione dei fabbisogni informativi, dei relativi flussi e degli strumenti necessari alla loro gestione.

### Contenuto

I sistemi informativi aziendali gestiscono tutte le informazioni (cartacee ed elettroniche) scambiate all'interno della azienda o con l'esterno per fornire servizi agli utenti esterni o far collaborare in modo efficace gli utenti interni.

Il servizio prevede la progettazione del sistema informativo aziendale e del software di supporto attraverso le seguenti azioni:

**Studio di fattibilità:** serve a definire in maniera per quanto possibile precisa i costi delle varie alternative possibili e stabilire le priorità della realizzazione delle varie componenti del sistema. **Raccolta e analisi dei requisiti:** consiste nell'individuazione e nello studio delle proprietà e delle funzionalità che il sistema informativo dovrà avere. Questa fase richiede un'interazione con gli utenti del sistema e produce una descrizione completa ma generalmente informale dei dati coinvolti. Vengono inoltre stabiliti i requisiti software e hardware del sistema informativo. **Progettazione dei dati** (la struttura e l'organizzazione che i dati dovranno avere); **progettazione delle applicazioni** (si definiscono le caratteristiche dei progetti applicativi) e **progettazione dell'architettura tecnica di sistema.** (rappresenterà l'infrastruttura individuandone le caratteristiche in termini di sistemi – server-, connettività, sicurezza fisica e logica). **Implementazione:** consiste nella realizzazione del sistema informativo secondo la struttura e le caratteristiche definite nella fase di progettazione. Viene costruita e popolata la base di dati e viene prodotto il codice dei programmi. **Validazione e collaudo.** La sperimentazione deve prevedere, per quanto possibile, tutte le condizioni operative.

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE, DIMENSIONAMENTO E ORGANIZZAZIONE DI SISTEMI INFORMATIVI AZIENDALI	4.000	6.000	8.000	10.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Copia del progetto realizzato e del software di supporto

## B.2.11 Analisi dei costi e preventivazione commesse

### Obiettivo

Introduzione di un sistema di analisi di preventivazione dei costi aziendali necessari per la verifica della redditività delle commesse.

### Contenuto

Analisi dei costi: analisi delle attività e dei processi aziendali; definizione e individuazione del portafoglio prodotti compresi nelle diverse aree di attività; analisi e classificazione dei costi aziendali rispetto ai prodotti e alle aree individuate; scelta della configurazione di costo più idonea da adottare (full costing, direct costing semplice od evoluto); rilevazione dei costi diretti e definizione della modulistica; scelta della metodologia di imputazione dei costi indiretti e applicazione della metodologia prescelta per determinare il costo di prodotto o di commessa. Preventivazione delle commesse: Organizzazione e responsabilità nel processo di preventivazione, definizione dei centri di responsabilità aziendali definizione dello schema di preventivo di commessa; individuazione dei flussi finanziari e definizione del Budget di commessa: verifica della fattibilità finanziaria della commessa ipotizzata. Consuntivazione delle commesse: rilevazione dei dati consuntivi e analisi degli scostamenti: calcolo dei margini e della redditività di commessa.

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
ANALISI DEI COSTI E PREVENTIVAZIONE COMMESSE	9.000	SERVIZIO NON AMMESSO	SERVIZIO NON AMMESSO	SERVIZIO NON AMMESSO

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Copia del sistema di analisi e preventivazione anche su supporto informatico. La verifica aziendale riguarderà anche l'implementazione informatica del sistema in azienda e il collegamento con la contabilità generale ed analitica.

### Note

Tale servizio è adatto per le imprese che lavorano su commessa ed in particolare imprese di piccole dimensioni (fatturato sino a 0,5 MLN di euro). Per le imprese più strutturate è consigliabile un sistema di controllo di gestione. Si potrà accedere al servizio solo nel caso in cui il beneficiario gestisca direttamente la sua contabilità generale in azienda.

## B.2.12 Progettazione e implementazione di un sistema di contabilità industriale

### Obiettivi

Fornire all'azienda procedure e strumenti per la rilevazione, rielaborazione e rappresentazione delle operazioni di gestione al fine di controllare i costi aziendali.

### Contenuto

Definizione della finalità della contabilità industriale. Definizione ed individuazione degli oggetti di calcolo (prodotto, cliente, centro di responsabilità, ecc.). Analisi delle attività e dei processi aziendali. Classificazione dei costi aziendali rispetto agli oggetti di costo prescelti. Scelta della configurazione di costo più idonea da adottare (full costing, direct costing semplice o evoluto). Rilevazione dei costi diretti: definizione della modulistica. Scelta della metodologia di imputazione dei costi indiretti (base semplice, base multipla, centri di costo, A.B.C.). Applicazione della metodologia prescelta e determinazione del costo di prodotto o del costo degli oggetti di calcolo prescelti. Scelta della metodologia e impostazione del sistema informativo per la contabilità industriale (unico contabile, duplice contabile, integrato) e suo eventuale collegamento con la contabilità generale. Implementazione informatica del sistema di contabilità industriale.

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE E IMPLEMENTAZIONE DI UN SISTEMA CONTABILITÀ INDUSTRIALE	SERVIZIO NON AMMESSO	10.000	14.000	18.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Copia del sistema di contabilità industriale anche su supporto informatico. La verifica aziendale riguarderà anche l'implementazione informatica del sistema in azienda e il collegamento con la contabilità generale ed analitica.

**Note** Si potrà accedere al servizio solo nel caso in cui il beneficiario gestisca direttamente la sua contabilità generale in azienda. Il servizio "Progettazione e implementazione di un sistema di contabilità industriale" è compreso nel più ampio servizio di "Progettazione e implementazione di un sistema di controllo di gestione". Pertanto i due succitati servizi non potranno essere finanziati congiuntamente.



## B 2.13 Progettazione e implementazione del sistema di controllo di gestione

### Obiettivi

Fornire all'azienda procedure e strumenti per il controllo di gestione facilitando il conseguimento degli obiettivi formulati in sede di programmazione.

### Contenuto

Analisi di bilancio ai fini gestionali interni: Analisi per indici e per flussi degli ultimi 3 bilanci dell'azienda; definizione degli indicatori chiave di natura economico e finanziaria.

Contabilità industriale: definizione della obiettivi del sistema ed individuazione degli oggetti di calcolo; analisi delle attività e dei processi aziendali; classificazione dei costi aziendali; scelta della configurazione di costo più idonea da adottare; definizione delle procedure per la rilevazione dei costi diretti e indiretti; implementazione informatica del sistema progettato.

Budget: organizzazione del processo di budgeting; definizione degli obiettivi di breve periodo; definizione del budget commerciale, di produzione, degli investimenti e degli altri centri di responsabilità, budget economico, patrimoniale, finanziario e di cassa. Verifica della fattibilità finanziaria del budget ipotizzato.

Analisi degli scostamenti: individuazione degli scostamenti verificatisi tra quanto previsto e quanto rilevato; analisi delle cause degli scostamenti e delle responsabilità.

Reporting: definizione del contenuto del report per la direzione (Tableau de Bord); individuazione dei livelli di report.

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE E IMPLEMENTAZIONE DEL SISTEMA DI CONTROLLO DI GESTIONE	SERVIZIO NON AMMESSO	14.000	18.000	22.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Copia del sistema di controllo di gestione, anche su supporto informatico. La verifica aziendale riguarderà anche l'implementazione informatica del sistema in azienda e il collegamento con la contabilità generale ed analitica.

### Note

Si potrà accedere al servizio solo nel caso in cui il beneficiario operi in regime di contabilità ordinaria, disponga di almeno tre bilanci ufficiali e gestisca direttamente la contabilità generale in azienda.

La richiesta del più articolato servizio "Progettazione e implementazione del sistema di controllo di gestione" esclude la possibilità di richiedere il servizio "Progettazione e implementazione di un sistema di contabilità industriale".

## B.2.14 Servizi di supporto all'innovazione organizzativa mediante gestione temporanea di impresa (Temporary management)

### Obiettivi

Le piccole imprese sono le destinatarie naturali di questo servizio innovativo, poiché spesso non hanno, al proprio interno, le risorse umane idonee a ricoprire incarichi manageriali.

L'obiettivo principale è quello di affiancare o sostituire il management aziendale al fine di risolvere le problematiche direzionali dell'azienda, attraverso l'intervento temporaneo (fino ad un massimo di 12 mesi) di un professionista che abbia maturato comprovate e significative esperienze nella conduzione di aziende.

### Contenuti

Accrescere le competenze manageriali interne o sostituirle temporaneamente mediante l'inserimento temporaneo di professionisti (manager) altamente qualificati e motivati che dovranno gestire specifiche situazioni aziendali.

Si consiglia il ricorso a T. M. in situazioni particolari o di discontinuità, quali ad esempio: A) passaggio generazionale, dove il Temporary Manager può svolgere funzioni di facilitatore del dialogo tra imprenditore uscente e quello entrante o funzioni di "Tutor" dell'imprenditore entrante; B) la "sistemazione" di una business unit nell'ottica di una sua vendita; C) la conduzione di un cambiamento strategico; D) il lancio di nuove attività; E) il governo di periodi di transizione, di crisi o di ristrutturazione; F) lo sviluppo di manager permanenti; G) la mancanza temporanea di management, H) lo start-up.

Il T. M. prevede la stipula di un contratto tra azienda e professionista che ha come oggetto l'elenco delle attività che il manager dovrà espletare in maniera operativa per conto del cliente (incarico), obiettivi, tempi e costi di esecuzione del mandato

### Massimale di costo ammissibile (per 12 mesi di prestazione professionale – costo lordo)

SERVIZIO	FINO A 5 ANNI DI ESPERIENZA	DA 5 ANNI A 10 ANNI DI ESPERIENZA	DA 10 ANNI A 15 ANNI DI ESPERIENZA	OLTRE 15 ANNI DI ESPERIENZA
AFFIANCAMENTO AL MANAGEMENT AZIENDALE TEMPORARY MANAGEMENT	<b>20.000</b>	<b>30.000</b>	<b>40.000</b>	<b>50.000</b>

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

- Copia del conferimento d'incarico contenente l'elenco delle attività che il manager dovrà espletare e l'individuazione degli obiettivi da raggiungere, tempi e costi.
- Relazione dettagliata dell'attività svolta contenente le informazioni sullo stato di realizzazione con riferimento, peraltro, alle dimensioni di performance indicate in sede di domanda.
- Check up strategico, Piano di gestione, altri documenti di pianificazione e revisione

### **Note**

Non potranno essere erogati alla medesima impresa tutti quei servizi previsti nel presente catalogo oggetto delle attività di Temporary Management.

### **B.3. Servizi avanzati di supporto all'innovazione commerciale per il presidio strategico del mercato nazionale**

#### **Obiettivi**

Tali servizi supportano l'introduzione di innovazioni nella sfera commerciale delle imprese per il presidio strategico dei mercati, sviluppando soluzioni nell'ambito della conoscenza del cliente finale e dunque volti all'utilizzo di sistemi di sistemi di market intelligence. Non costituiscono innovazione nella sfera commerciale per il presidio strategico dei mercati i cambiamenti nelle pratiche dell'impresa e nelle relazioni che si basano su metodi organizzativi già utilizzati nelle imprese stesse.

#### **Requisiti fornitore dei servizi**

Centri servizi, consorzi tra imprese, Dipartimenti Universitari e/o Istituti di ricerca se non in ATI con l'impresa proponente, società specializzate nell'innovazione organizzativa e commerciale. Tali fornitori devono possedere i seguenti requisiti:

- qualificazione del personale impegnato nel progetto (esperienza minima triennale);
- esperienza del fornitore di servizi documentata almeno triennale in progetti simili;
- capo-progetto con esperienza pluriennale nell'innovazione organizzativa e commerciale
- autocertificare l'esperienza maturata indicando il nominativo di almeno tre clienti dell'ultimo triennio e la descrizione dell'attività svolta per gli stessi

#### **Tipologia di servizi**

Marketing strategico operativo e vendite (Piano strategico di marketing, progettazione e adeguamento del materiale promozionale e packaging, organizzazione della funzione commerciale, creazione di reti di vendita e assistenza, CRM, Azioni di direct marketing, Progettazioni di azioni promozionali presso i punti vendita, Organizzazione di educational tour, Organizzazione e partecipazione a manifestazioni fieristiche)

Piano di comunicazione: progettazione e realizzazione di azioni promozionali e pubblicitarie

### B.3.1 Piano strategico di marketing

#### Obiettivi

Definizione del posizionamento di mercato ricercato, degli obiettivi di vendita e delle strategie di prodotto, prezzo, comunicazione e distribuzione.

#### Contenuto

Analisi del posizionamento di mercato dell'azienda. Analisi quantitativa del mercato potenziale: dimensioni offerta e domanda potenziale in quantità e valore, quote di mercato, livello dei prezzi locali al consumo nei vari canali commerciali, margini di intermediazione per i vari canali commerciali, costi di distribuzione locali. Analisi qualitativa: processi di acquisto, canali di distribuzione usati per la commercializzazione del prodotto; sistemi di assistenza tecnica postvendita al prodotto se necessari; regolamentazioni relative al prodotto (eventuali limitazioni alle importazioni, permessi o autorizzazioni da ottenere, norme riguardanti il prodotto per esempio su etichettatura, confezione, ecc.); importatori locali o ditte da contattare per una collaborazione nell'importazione. Scelta del target e del canale distributivo e definizione degli obiettivi commerciali.

Progettazione e formulazione delle strategie di posizionamento e di marketing (strategia di prodotto, marketing mix, listini, ecc.). Indicazione di suggerimenti per l'impostazione e realizzazione delle strategie di marketing. Analisi di fattibilità economica e finanziaria; indicazione dei fabbisogni finanziari e relativa copertura.

#### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PIANO STRATEGICO DI MARKETING	9.000	16.000	20.000	24.000

#### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Copia del piano di marketing strategico

**Note** Il "piano di marketing strategico per l'estero" risulta compreso nel servizio più ampio di "Piano strategico di Marketing". Pertanto non potrà essere concesso congiuntamente a quest'ultimo.

## B.3.2 Progettazione e adeguamento del materiale promozionale e packaging

### Obiettivi

Dotare l'azienda di strumenti di comunicazione adeguati ai mercati extra regionali obiettivo.

### Contenuto

Analisi del settore e del posizionamento ricercato

Individuazione delle linee guida da sviluppare nella comunicazione

Progettazione degli strumenti comunicazione: marchio e immagine coordinata; catalogo; depliant; nome prodotto; etichette; manualistica; packaging; sito Internet, ecc.

### Massimale di costo

Servizio	Massimale di costo (in Euro)
Studio e progettazione del marchio aziendale	2.600,00
Studio e progettazione del marchio di una linea di prodotto	1.550,00 (per linea di prodotto)
Studio e progettazione nome del prodotto	260,00 (per prodotto)
Studio e progettazione confezione e del formato ottimale	520,00 (a confezione)
Studio e progettazione delle etichette	520,00 (a etichetta)
Studio e progettazione del depliant	1.550,00
Studio e progettazione del catalogo promozionale	260,00 (a pagina/scheda)
Studio e progettazione immagine coordinata aziendale	1.550,00
Studio e realizzazione del sito Internet dinamico (almeno in due lingue) e individuazione di azioni di web marketing	5.200,00 (per sito Internet)

### Documenti per la valutazione dell'attuazione del progetto

Copia dei materiali realizzati

### Note

Il massimale di costo dei singoli servizi sarà ridotto del cinquanta per cento se si tratta di un intervento di restyling.

### B.3.3 Organizzazione della funzione commerciale

#### Obiettivi

Definizione della organizzazione commerciale strutturata all'interno dell'impresa.

#### Contenuto

Individuazione e dimensionamento dell'ufficio commerciale. Definizione delle procedure e della modulistica per le attività commerciali: gestione ordini (flusso attività, fatturazione, documentazione di accompagnamento prodotti, strumenti incasso e pagamento, sistemi logistici, assicurazione merci, listini, ecc.)

Definizione degli strumenti di analisi della clientela e indicazioni per la gestione del portafoglio di clienti.

Definizione di strumenti per la gestione dei dati di vendita (individuazione delle informazioni critiche ed elaborazione dei dati a supporto dei processi di vendita; analisi e scomposizione della quota di mercato; il conto economico di prodotto/cliente).

#### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
ORGANIZZAZIONE DELLA FUNZIONE COMMERCIALE	6.000	8.000	10.000	12.000

#### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Report dettagliato delle attività completate; copia manuale organizzativo area commerciale.

#### Note

Il massimale di costo sarà ridotto del cinquanta per cento se il servizio è richiesto congiuntamente al servizio "Creazione di reti vendita e assistenza". Il massimale di costo sarà ridotto del cinquanta per cento se il servizio è richiesto congiuntamente al servizio "Organizzazione di un ufficio export".

### B.3.4 Creazione di reti di vendita e assistenza

#### Obiettivi

Creazione e sviluppo di una rete di vendita e assistenza.

#### Contenuto

Definizione del modello di rete vendita da costruire. Definizione, ricerca e selezione dei profili professionali. Predisposizione contratti e sistema di incentivazioni. Piano di addestramento agenti di vendita.

Definizione di strumenti di monitoraggio rete vendita.

#### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
CREAZIONE DI RETI DI VENDITA E ASSISTENZA	6.000	10.000	16.000	22.000

#### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Report dettagliato delle attività e rete vendita organizzata.

#### Note

Il massimale di costo sarà ridotto del cinquanta per cento se il servizio viene richiesto congiuntamente al servizio "organizzazione della funzione commerciale".



## B.3.5 Definizione e implementazione del sistema di Customer Relationship Management

### Obiettivi

Sviluppare strumenti avanzati di ottimizzazione nella gestione dei clienti attuali.

Il Customer Relationship Management nasce con l'obiettivo di favorire le aziende nella fidelizzazione dei clienti, intervenendo dove il cliente ha necessità prevedibili e soddisfabili.

Fidelizzare il cliente significa conoscerlo, capire e prevederne i bisogni, capirne i tempi e rispondere alle sue segnalazioni.

Il CRM si articola comunemente in tre tipologie:

- CRM operativo: soluzioni metodologiche e tecnologiche per automatizzare i processi di business che prevedono il contatto diretto con il cliente.
- CRM analitico: procedure e strumenti per migliorare la conoscenza del cliente attraverso l'estrazione di dati dal CRM operativo, la loro analisi e lo studio revisionale sui comportamenti dei clienti stessi.
- CRM collaborativo: metodologie e tecnologie integrate con gli strumenti di comunicazione (telefono, fax, e-mail, ecc.) per gestire il contatto con il cliente.

L'errore più comune quando si parla di Customer Relationship Management è quello di equiparare tale concetto a quello di un software. Il CRM non è una semplice questione di marketing né di sistemi informatici, ma riguarda l'azienda e la sua visione nel complesso. Il CRM è un concetto strettamente legato alla strategia, alla comunicazione, all'integrazione tra i processi aziendali, alle persone ed alla cultura, che pone il cliente al centro dell'attenzione sia nel caso del business-to-business sia in quello del business-to-consumer. Occorre investire prima in strategia, organizzazione e comunicazione, solo dopo nella tecnologia. La scelta del software non ha alcun effetto sulla probabilità di successo. Ciò non significa che i software siano tutti uguali, ma che nessun software porterà al successo un progetto sbagliato.

### Contenuto

Definizione degli obiettivi dell'attività e dei risultati attesi dalle azioni.

Definizione della struttura dei data base relazionali e loro integrazione.

Progettazione della gestione integrata delle attività di data entry, front office e di back office.

Coordinamento della diffusione e gestione delle informazioni e dei servizi attraverso il web.

Studio e realizzazione delle procedure da implementare sul sito Web.

Definizione e implementazione di strategie e strumenti di promozione.

**Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato**

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
DEFINIZIONE E IMPLEMENTAZIONE DEL SISTEMA CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT	<b>7.000</b>	<b>10.000</b>	<b>15.000</b>	<b>20.000</b>

**Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto**

Report dettagliato delle attività completate.

**Note**

Il servizio può essere concesso solo nel caso in cui l'azienda sia dotata o intenda contestualmente dotarsi di un sito web.

## B.3.6 Azioni di direct marketing

### Obiettivo

Il Direct Marketing è uno strumento che permette all'impresa di allargare la propria base clienti, incrementare il valore degli acquisti per cliente e contenere il tasso di abbandono.

### Contenuto

Individuare l'obiettivo di marketing: questa fase prevede la formalizzazione degli obiettivi di marketing che l'organizzazione vuole raggiungere (es. Conoscere meglio i clienti e sapere esattamente cosa si aspettano; acquisire nuovi clienti; coadiuvare l'eventuale rete di vendita nello svolgimento delle attività commerciali; curare la relazione con i clienti già acquisiti).

Sviluppare e interrogare il database: che dovrà contenere: i dati identificativi, dati demografici o dimensionali, le caratteristiche socio/demografiche e comportamentali dei clienti, loro preferenze, quanto sono profittevoli e quando e come interagiscono con l'organizzazione. Definire le azioni e gli strumenti di marketing diretto.

Le principali azioni di marketing diretto sono:

Segmentazione, vale a dire la suddivisione della clientela eterogenea in sottogruppi omogenei.

Vendita incrociata: prodotti/servizi nuovi, simili o del tutto diversi da quelli sino ad ora acquisiti, vengono offerti ai clienti già acquisiti.

Vendita continuata: si offre ai clienti il rinnovo/riacquisto di un determinato prodotto/servizio.

Customer care: si tratta di iniziative miranti a curare e a mantenere una duratura relazione con i clienti (es. progettazione e realizzazione di una ricerca per l'analisi della customer satisfaction, iniziative di cortesia, ecc.).

Misurazione del lifetime value di un cliente: attività di misurazione del valore presente e futuro dei clienti. L'obiettivo è quello di migliorare l'efficienza degli investimenti in attività di comunicazione, dando priorità alla cura della relazione con i clienti più profittevoli.

I principali strumenti di marketing interattivo per attuare le azioni di MKTG diretto sono principalmente:

il telemarketing: identifica le attività telefoniche in entrata ed in uscita, finalizzate alla vendita ed al supporto di attività commerciali.

il mailing: attività di invio messaggi ed offerte attraverso la posta con l'obiettivo di generare una risposta/azione da parte di un cliente attuale o potenziale.

Mettere in atto il piano di direct marketing e misurare i risultati dell'azione

Prima di lanciare la campagna di direct marketing è necessaria un'attività di tempificazione per ciascuna delle fasi di contatto da realizzare, definendo in particolare la data in cui avviare e il periodo di tempo in cui concludere il primo contatto e l'eventuale secondo contatto (follow-up).

Infine, dopo aver attuato il piano di marketing secondo la scansione temporale definita, occorre misurare i risultati ottenuti, valutando in particolare le seguenti variabili:

N. di lettere inviate/N. contatti realizzati (telefonate); N. di contatti ottenuti; N. contratti di vendita conclusi.

#### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
AZIONI DI DIRECT MARKETING	6.000	8.000	12.000	16.000

#### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Relazione conclusiva delle azioni completate e dei risultati raggiunti, copia del materiale di comunicazione progettato.

#### Note

Il massimale di costo sarà ridotto del cinquanta per cento se il servizio viene richiesto congiuntamente al servizio "Customer relationship management".

### B.3.7 Progettazione di azioni promozionali presso i punti di vendita

#### Obiettivo

Ideazione, progettazione e gestione di campagne promozionali rivolte ai consumatori, al trade e alla forza vendita.

#### Contenuto

Definizione degli obiettivi di comunicazione per il lancio di un nuovo prodotto o per incrementare il consumo e la vendita di un prodotto già esistente.

Scelta delle tipologie di evento e dei mezzi di comunicazione da utilizzare.

Gestione dei rapporti di partnership tra sponsor ed aziende.

Gestione di eventuali pratiche di concorsi ed operazioni a premio tramite raccolta punti.

Progettazione dell'allestimento e di espositori pubblicitari all'interno del punto vendita.

Progettazione di cartoline concorso, locandine e cataloghi ad hoc.

Selezione di promoter, modelle, speaker e attori.

Presentazione ed illustrazione alla forza vendita.

Pianificazione tempi e costi.

#### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE DI AZIONI PROMOZIONALI PRESSO I PUNTI DI VENDITA	6.000	8.000	12.000	16.000

#### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Relazione conclusiva delle azioni completate e copia del materiale promozionale progettato.

### B 3.8 Organizzazione e realizzazione di educational tour

#### Obiettivi

Consolidamento contatti e avvio di accordi commerciali o produttivi.

#### Descrizione

A seguito dei contatti attivati in occasione delle azioni promozionali (fiere, missioni all'estero) si prevedono azioni di consolidamento dei rapporti avviati.

Definizione degli obiettivi della missione e caratteristiche degli operatori da invitare.

Individuazione degli operatori.

Predisposizione location e programma degli incontri.

Assistenza interpreti.

Gestione operative e logistica della missione.

Valutazione dei risultati dell'attività.

#### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE DI AZIONI PROMOZIONALI PRESSO I PUNTI DI VENDITA	6.000	8.000	12.000	16.000

#### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Relazione dettagliata dell'attività svolta.

### B.3.9 Organizzazione e partecipazione a manifestazioni fieristiche

#### Obiettivi

Partecipazione a manifestazioni fieristiche

#### Contenuto

Scelta delle manifestazioni fieristiche.

Prenotazione spazi espositivi, servizi fieristici.

Promozione partecipazione presso clienti, anche potenziali (diffusione inviti).

Predisposizione stand e materiale fieristico e organizzazione spedizioni.

Assistenza durante lo svolgimento della fiera.

Follow-up dei contatti attivati.

#### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
ORGANIZZAZIONE E PARTECIPAZIONE A MANIFESTAZIONI FIERISTICHE	10.000	15.000	20.000	30.000

#### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Report attività e contatti attivati.

#### Note

Tale servizio può essere richiesto solo alla prima partecipazione di un'impresa ad una determinata fiera o esposizione, come previsto dall' Art. 27 del Regolamento 800/2008 che esplicitamente recita "...i costi ammissibili corrispondono ai costi sostenuti per la locazione, l'installazione e la gestione dello stand in occasione della prima partecipazione di un'impresa ad una determinata fiera o mostra".

### B.3.10 Piano di comunicazione: progettazione e realizzazione di azioni promozionali e pubblicitarie

#### Obiettivi

Pianificare lo svolgimento di attività promozionali e pubblicitarie.

#### Contenuto

Analisi della situazione e definizione degli obiettivi generali della campagna pubblicitaria.

Selezione e l'analisi del pubblico di riferimento (target campagna pubblicitaria).

Definizione della strategia creativa: advertising e copy strategy.

Scelta, pianificazione e acquisto degli spazi pubblicitari (media, planning

Valutazione dei risultati delle azioni promozionali e della campagna pubblicitaria.

#### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DI AZIONI PROMOZIONALI E PUBBLICITÀ	6.000	8.000	12.000	16.000

#### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Relazione conclusiva e copia del piano attuato sui "media".



## B.4. Assistenza all'internazionalizzazione ed all'esportazione

### Obiettivi

Tali servizi supportano l'introduzione di innovazioni nella sfera commerciale delle imprese per il presidio strategico dei mercati extranazionali sviluppando soluzioni nell'ambito della conoscenza del cliente finale e dunque sistemi di market intelligence che le mettano in grado di leggere e analizzare i mercati di riferimento con il dettaglio abituali nei mercati di prossimità o, comunque presidiati in modo diretto.

Non costituiscono innovazione nella sfera commerciale per il presidio strategico dei mercati i cambiamenti nelle pratiche dell'impresa e nelle relazioni che si basano su metodi organizzativi già utilizzati nelle imprese stesse e le attività direttamente connesse alla costituzione e gestione di una rete di distribuzione o altre spese correnti connesse all'attività di esportazione.

### Requisiti fornitore dei servizi

Centri servizi, consorzi tra imprese, società specializzate nell'innovazione organizzativa e commerciale ed eventualmente Dipartimenti Universitari e/o Istituti di ricerca se non in ATI con l'impresa proponente. Tali fornitori devono possedere i seguenti requisiti:

- qualificazione del personale impegnato nel progetto (esperienza minima triennale);
- esperienza del fornitore di servizi documentata almeno triennale in progetti simili;
- capo-progetto con esperienza pluriennale nell'innovazione organizzativa e commerciale
- autocertificare l'esperienza maturata indicando il nominativo di almeno tre clienti dell'ultimo triennio e la descrizione dell'attività svolta per gli stessi

### Tipologia di servizi

Piano di marketing strategico per l'estero, Organizzazione di un ufficio export, Assistenza all'avvio di contatti con partner esteri, adeguamento dei prodotti alle normative tecniche estere, costituzione di rappresentanze permanenti all'estero, organizzazione e partecipazione a manifestazioni fieristiche, azioni di sensibilizzazione verso la stampa locale

## B.4.1 Piano di marketing strategico per l'estero

### Obiettivi

Definizione del mercato obiettivo; studio caratteristiche e segmentazione del medesimo.

Definizione degli obiettivi commerciali nel mercato obiettivo.

Formulazione strategie di posizionamento e di marketing sulla base degli obiettivi prefissati, creazione di un planning di breve, medio e lungo periodo.

### Contenuto

Ricerca di mercato per una corretta definizione delle caratteristiche del mercato obiettivo. Scelta del target e del canale distributivo e definizione degli obiettivi commerciali. Progettazione e formulazione delle strategie di posizionamento e di marketing sulla base degli obiettivi prefissati (strategia di prodotto, marketing mix, listini, ecc.). Analisi di fattibilità economica e finanziaria; indicazione dei fabbisogni finanziari e relativa copertura.

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
PIANO STRATEGICO DI MARKETING PER L'ESTERO	7.000	14.000	18.000	22.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Piano strategico di marketing per l'estero

### Note

Il "piano di marketing strategico per l'estero" risulta compreso nel servizio più ampio di "Piano strategico di Marketing". Pertanto non potrà essere concesso congiuntamente a quest'ultimo.

## B.4.2 Organizzazione di un ufficio export

### Obiettivi

Organizzare l'ufficio export dell'impresa.

### Descrizione

Dimensionamento struttura e definizione profili necessari.

Definizione delle procedure e della modulistica per le attività gestione dell'ordine (flusso attività, fatturazione, documentazione di accompagnamento prodotti, strumenti incasso e pagamento, sistemi logistici, assicurazione merci, listini, ecc.)

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
ORGANIZZAZIONE DI UN UFFICIO EXPORT	4.000	6.000	9.000	12.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Manuale operativo

### Note

Il massimale di costo sarà ridotto del cinquanta per cento se il servizio viene richiesto congiuntamente al servizio "Organizzazione della funzione commerciale".

### B.4.3 Assistenza all'avvio dei contatti e alla gestione dei rapporti con partner esteri

#### Obiettivi

Selezione e contatto di operatori target per la discussione e la definizione di accordi.

#### Descrizione

Individuazione di una lista ridotta di partner potenziali (raccolta e verifica interesse nominativi selezionati).

Predisposizione e invio di materiale informativo e promozionale.

Follow-up telefonico, verifica gradimento e organizzazione incontri.

Assistere l'azienda nella definizione di accordi di collaborazione commerciale o industriale, nell'individuazione di normative per l'adeguamento delle produzioni ai mercati obiettivo, ecc.

#### Massimale di costo ammissibile per classe di fatturato aziendale

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
ASSISTENZA ALL'AVVIO DEI CONTATTI E ALLA GESTIONE RAPPORTI CON PARTNER ESTERI	6.000	10.000	16.000	22.000

#### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Report dettagliato delle attività completate copia degli accordi sottoscritti, eventuali autorizzazioni, ecc..

## B.4.4 Servizi per l'individuazione e l'adeguamento dei prodotti a normative tecniche estere

### Obiettivi

Adeguamento delle produzioni a normative estere.

### Contenuto

Individuazione delle disposizioni e delle norme tecniche relative alle diverse categorie di prodotto oggetto di commercializzazione nei mercati obiettivo.

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
SERVIZI PER L'INDIVIDUAZIONE E L'ADEGUAMENTO PRODOTTI A NORMATIVE TECNICHE ESTERE	8.000	12.000	16.000	22.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Relazione attività svolta.

## B.4.5 Servizi per la costituzione e il funzionamento all'estero di rappresentanze permanenti

### Obiettivi

Dotare l'azienda di una rappresentanza in un paese estero

### Contenuto

Definizione della tipologia di rappresentanza da attivare.

Predisposizione contratti e sistema di incentivazioni.

Formazione agenti e monitoraggio rete vendita.

Supporto allo sviluppo della rete vendita.

Monitoraggio delle attività e supporto alla rete di vendita.

Predisposizione contratti e sistema di incentivazioni.

Formazione agenti e monitoraggio rete vendita.

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 A 1,5 MLN	DA 1,5 A 2,5 MLN	OLTRE 2,5 MLN €
SERVIZI PER LA COSTITUZIONE E IL FUNZIONAMENTO ALL'ESTERO DI RAPPRESENTANZE PERMANENTI	6.000	10.000	16.000	22.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Relazione sull'attività svolta

## B.4.6 Organizzazione e partecipazione a manifestazioni fieristiche

### Obiettivi

Partecipazione a manifestazioni fieristiche

### Contenuto

Scelta delle manifestazioni fieristiche.

Prenotazione spazi espositivi, servizi fieristici.

Promozione partecipazione presso clienti, anche potenziali (diffusione inviti).

Predisposizione stand e materiale fieristico e organizzazione spedizioni.

Assistenza durante lo svolgimento della fiera. Follow-up dei contatti attivati.

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
ORGANIZZAZIONE E PARTECIPAZIONE A MANIFESTAZIONI FIERISTICHE	10.000	16.000	26.000	40.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Report attività e contatti attivati.

### Note

Tale servizio può essere richiesto solo alla prima partecipazione di un'impresa ad una determinata fiera o esposizione, come previsto dall' Art. 27 Regolamento 800/2008 del 6 agosto 2008 che esplicitamente recita "...i costi ammissibili corrispondono ai costi sostenuti per la locazione, l'installazione e la gestione dello stand in occasione della prima partecipazione di un'impresa ad una determinata fiera o mostra".

## B.4.7 Azioni di sensibilizzazione verso la stampa locale

### Obiettivo

Organizzare un'attività di comunicazione aziendale informale.

### Contenuto

Selezione dei principali periodici specializzati e magazine locali.

Composizione del file di lavoro: individuazione e contatto dei responsabili degli spazi di ogni testata.

Predisposizione di comunicati stampa e profili aziendali.

Invio di comunicati stampa ed editoriali.

Organizzazione di conferenze stampa, interviste ed eventi.

Follow-up dei contatti, sensibilizzazione e aggiornamento delle informazioni.

### Massimale di costo ammissibile per classi di fatturato

SERVIZIO	FINO A 0,5 MLN €	DA 0,5 MLN € A 1,5 MLN €	DA 1,5 MLN € A 2,5 MLN €	OLTRE 2,5 MLN €
AZIONI DI SENSIBILIZZAZIONE VERSO LA STAMPA LOCALE	6.000	10.000	16.000	22.000

### Documenti per valutazione dell'attuazione del progetto

Relazione conclusiva delle azioni completate, copia delle uscite sui "media" e del materiale di comunicazione progettato.