

**PROGETTO**

***STEp-IN-UP***

*Servizi Trasfrontalieri per l'INnovazione e  
le startUP*

# **Piano d'Azione Congiunto**

***Prodotto T3.1.1***

***A cura di Chambre de Commerce et  
d'Industrie Nice Côte d'Azur (in  
collaborazione con tutti i partner)***

***Coordinamento : Lucca Innovazione e  
Tecnologia Srl***



# Interreg



UNION EUROPÉENNE  
UNIONE EUROPEA



STEP-IN-UP

MARITTIMO-IT FR-MARITIME

Fonds européen de développement régional  
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale

## Indice

<b>Introduzione.....</b>	<b>3</b>
<b>1. Obiettivi del Piano d’Azione Congiunto.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Principali fabbisogni espressi dalle imprese target .....</b>	<b>4</b>
<b>3. Identificazione dei servizi orizzontali .....</b>	<b>5</b>
<b>4. Indicazioni per la definizione ed individuazione dei servizi verticali .....</b>	<b>7</b>
<b>5. Conclusioni e raccomandazioni.....</b>	<b>8</b>
<b>Allegati: Piano degli esperti.....</b>	<b>9</b>

## Introduzione

Il progetto **STEp-IN-UP**, acronimo di Servizi Trasfrontalieri per l'INnovazione e le startUP, ha l'obiettivo di rafforzare il tessuto imprenditoriale dell'area transfrontaliera nelle filiere della green e blu economy attraverso il sostegno alla crescita delle startup. Per raggiungere questo obiettivo, sarà formulato un piano d'azione congiunto e transfrontaliero al fine di erogare servizi trasversali e specialistici ad un gruppo di imprese target (nuove imprese costituite da non più di 2 anni e imprese innovative costituite da non più di 3), che intendono proporre, in modo innovativo e collaborativo, soluzioni destinate a mercati della *blue&green economy*.

I partner del progetto **STEp-IN-UP** sono: capofila Lucca Innovazione e Tecnologia- Polo Tecnologico Lucchese (Lucca - Toscana), Chambre de Commerce et d'industries Nice-Cote d'Azur (Nizza - Francia), Fondazione ISI - Innovazione Sviluppo Imprenditoriale (Pisa, Toscana) e Sardegna Ricerche (Cagliari, Sardegna).

Il prodotto intende presentare il modello di analisi dei bisogni e dei servizi orizzontali e verticali individuati dagli esperti italiani e francesi.

## 1. Obiettivi del Piano d'Azione Congiunto

**L'obiettivo generale di questo Piano d'Azione Congiunto è di fornire alle imprese un'analisi della loro situazione attuale, di identificare le azioni da attuare per sviluppare la loro competitività e seguire l'attuazione di tali azioni. Questo documento permetterà di coordinare tutte le azioni da attuare per raggiungere gli obiettivi fissati dalle imprese nelle loro diverse fasi di sviluppo e favorire la cooperazione transfrontaliera.**

Un primo obiettivo specifico è quello di individuare le esigenze di ciascuna delle 22 imprese coinvolte nel progetto. Questa azione è stata affidata a 4 esperti: 3 esperti italiani (2 per la Toscana e 1 per la Sardegna) e 1 esperto francese per la Regione Sud. Ogni esperto ha eseguito una diagnosi delle aziende per la sua area di riferimento.

Questa prima fase consentirà di mettere a punto un piano comune di formazione in funzione delle esigenze e delle aspettative delle imprese.

Questo piano di formazione comune sarà realizzato in videoconferenza, le imprese francesi e italiane potranno scambiare e condividere le proprie esperienze.

Questo momento di scambio permetterà di avviare le prime discussioni tra imprenditori per sviluppare le potenziali opportunità di affari o di partenariati e favorire così la cooperazione transfrontaliera. È stato, inoltre, concordato con le imprese, che la formazione si svolgerà in lingua inglese.

Questo accompagnamento comune sarà rafforzato da un accompagnamento individuale che consenta di approfondire le azioni che le imprese dovranno attuare per svilupparsi. L'ultima fase sarà la concessione di un voucher. Questo voucher permetterà all'impresa di accedere a un servizio complementare individuale in funzione delle esigenze che saranno state rilevate nelle fasi precedenti.

## 2. Principali fabbisogni espressi dalle imprese target

Il primo passo è stato quello di selezionare gli esperti incaricati di eseguire le attività di audit presso ciascuna impresa selezionata nell'ambito del progetto.

Gli esperti selezionati sono:

- Roberta Desogus, Sardegna Ricerche, Sardegna
- Fabio Graziosi, Lucca In-Tec, Lucca
- Matteo Polimeno, Fondazione ISI, Pisa
- Alexis Stenbock- Fermor, CCI Nice Côte d'Azur, PACA

Di seguito, le imprese selezionate, ripartite per filiera, per beneficiare di un accompagnamento nel quadro del progetto.

Filiera	Azienda	Tot. filiera
<b>Biotechologie blu e verdi</b>		<b>3</b>
	ITALY SMART FOOD	
	Miye Care Zenis	
<b>Energie rinnovabili blu e verdi</b>		<b>1</b>
	TioTic	
<b>Nautica e cantieristica navale</b>		<b>5</b>
	Akidaia	
	DIGITFM Pagina 46	

	SEARES	
	Seastar Services	
<b>Turismo innovativo e sostenibile</b>		<b>12</b>
	CARTESIA SOLUTIONS	
	CONSORZIO VINI TERRE DI PISA	
	EUREKA	
	Gatto Bastardo	
	Help Nature Sea Zen	
	O'Bicycle	
	TADAN	
	Toctec	
	Tour my table	
	Umblended	
	WEDU	
<b>Tutti i settori</b>		<b>1</b>
	DECLAR	

L'obiettivo delle attività di audit realizzate: individuare i punti di forza delle imprese e gli assi da migliorare al fine di attuare un accompagnamento in due fasi:

- 1 accompagnamento collettivo attraverso la formazione;
- 1 accompagnamento individuale tramite la concessione del voucher.

Si sono rilevate delle esigenze comuni che saranno meglio precisate nel paragrafo successivo. Queste esigenze sono comuni alle 22 imprese selezionate dal progetto STEp-IN-UP, ma possono essere estese a tutte le imprese giovani:

- Trovare clienti e vendere;
- Intercettare finanziamenti;
- Definire una strategia di sviluppo.

### 3. Identificazione dei servizi orizzontali

Le attività di audit hanno permesso di identificare 5 tematiche di formazione. Non è stata effettuata una classificazione per filiera, poiché tutte le imprese hanno manifestato un forte interesse per ciascuna delle cinque tematiche:

- Strategia aziendale
- Commerciale/Marketing/Comunicazione
- Ricerca finanziamenti/ Preparare la raccolta fondi
- Risorse umane

- Sviluppare la propria strategia a livello internazionale

La tabella che segue presenta le esigenze di formazione delle imprese includendo le sotto-tematiche.

Tematiche principali e sotto tematiche	
Tematica principale	Sotto tematica
Strategia aziendale	Come definire il modello aziendale: Rapporto problema/soluzione, prodotto/mercato e scalabilità
	Forme, settori e procedure della protezione intellettuale in generale, sia a livello nazionale che internazionale
	Analisi dei programmi informatici di gestione d'impresa (contabilità, scorte, CRM...)
	Attuazione e monitoraggio del business plan (KPI...)
	Come rispondere a un'offerta pubblica di acquisto o tender e procedure di certificazione
Marketing e Comunicazione	Strategia commerciale e gestione delle risorse commerciali
	Conoscenza degli strumenti e metodologia di business sviluppo: CRM, mailing, networking pro, acquisizione di lead)
	Strumenti di comunicazione e di promozione e marketing, tradizionali e digitali
	La metodologia e i sistemi di indicizzazione dei siti online (SEO...)
	Come eseguire un'analisi di mercato, dove trovare informazioni, come trasformare l'analisi in un piano di marketing
Preparazione alla raccolta fondi	Ricerca di finanziamenti regionali, nazionali ed europei
	Acquisizione di una metodologia finanziaria per una start-up
	Acquisizione di una metodologia finanziaria per una start-up
	Preparare un "Elevator pitch", un'argomentazione per raccogliere fondi
	Gestione delle relazioni con le banche nella ricerca di finanziamenti

	Panoramica dei possibili interventi di finanziamento privato: Business angel, Venture capital, crowdfunding, ...
Internazionalizzazione del business	Preparare il pitch aziendale per la partecipazione a fiere ed eventi
	Lo sviluppo di reti commerciali internazionali
	Ostacoli normativi alla penetrazione del mercato internazionale nelle aree di interesse dell'impresa
	Ricorso a un responsabile export per l'internazionalizzazione

A causa della maturità delle imprese e delle esigenze espresse, ma anche per permettere alle imprese di incontrarsi, il consorzio del progetto ha preso la decisione in concertazione con gli esperti di rendere il blocco di formazione "Strategia d'impresa" obbligatoria per tutte le imprese. Avranno la possibilità di scegliere tra le altre tematiche. Ogni impresa parteciperà ai due moduli di formazione. Dato che pochissime imprese hanno individuato esigenze di risorse umane, questo argomento non sarà trattato tanto più che le principali domande relative ai contratti di lavoro. Poiché le legislazioni francese e italiana non sono le stesse, non è sembrato opportuno trattare questa tematica nell'ambito del progetto.

#### 4. Indicazioni per la definizione ed individuazione dei servizi verticali

L'attività di audit realizzata dagli esperti fornisce una base di partenza per il lavoro con le imprese. Questa prima riflessione sarà affinata nelle sessioni di formazione collettiva.

<b>Servizi verticali</b>	<b>Descrizione sintetica</b>
<b>Azioni di sviluppo tecnologico</b>	<i>Sviluppo di siti web e piattaforme web, software, siti multilingue, integrazione con sistema di pagamento, progettazione di impianti di produzione.</i>
<b>Rafforzamento delle competenze organizzative, manageriali o aziendali</b>	<i>Gestione dei progetti (SCRUM, Agile...), Certificazioni ISO, Cybersecurity, Consulenza legale ed economica/finanziaria, RGPD.</i>

<b>Definizione dei processi di produzione/ modelli di business</b>	<i>Razionalizzazione dei costi di produzione, analisi dei costi di leasing</i>
<b>Strategia commerciale &amp; Internazionalizzazione</b>	<i>Analisi di mercato, piano di marketing strategico e operativo, strategie commerciali, sviluppo del marchio, packaging, visibilità dei prodotti negli scaffali, creazione di siti e-commerce, CRM, consulenza legale, definizione di contratto per l'internazionalizzazione, produzione di video e contenuti</i>
<b>Partecipazione ad eventi/ iniziative/ viaggi d'affari e road trips</b>	<i>Azione con la stampa - Pranzo stampa per il vino, partecipazione a Vinitaly, Fiera nautica di Genova, Fiera dei bovini da latte di Cremona, Fiera di Cibus Parma, Fiera di Montecarlo MYS (Yachting).</i>
<b>Altro</b>	<i>Consulenza legale, RGPD, Brevetti, Blockchain, software di gestione, fund-Raising.</i>

## 5. Conclusioni e raccomandazioni

È indispensabile in un primo tempo passare del tempo con le imprese per capire bene quali sono i loro bisogni e le loro aspettative. La raccolta dei bisogni è un elemento chiave per il successo del piano d'azione comune, poiché ne derivano le azioni che saranno attuate presso ogni impresa per accompagnarle nella loro fase di sviluppo.

Un secondo punto essenziale nella realizzazione delle azioni attuate in questo documento di lavoro è quello di seguire quotidianamente le imprese per assicurarsi che le varie fasi del progetto siano ben comprese e che le azioni raccomandate si mettano in atto. Si tratta di una questione che richiede molto tempo, in quanto l'agenda dei giovani imprenditori è spesso molto tesa. Le azioni messe in atto devono essere mirate e rispondere ad una necessità concreta, da cui l'importanza primaria della raccolta dei bisogni.

È anche importante notare che nell'ambito del progetto Step-IN-UP, 22 imprese dei settori strategici dell'economia blu e dell'economia verde beneficiano di un programma di accompagnamento in 3 fasi: diagnosi, formazione, voucher. Ma che la



ricchezza degli scambi tra le imprese è anche una vera fonte di ricchezza sia in termini di esperienza di capo d'impresa che per avviare potenziali partenariati. Una buona conoscenza delle imprese e dell'ecosistema che li circonda dei membri del consorzio è inoltre un elemento chiave per raggiungere l'obiettivo globale di migliorare la competitività delle imprese e sviluppare le cooperazioni transfrontaliere.



# Interreg



UNION EUROPEENNE  
UNIONE EUROPEA



STEP-IN-UP

## MARITTIMO-IT FR-MARITIME

Fonds européen de développement régional  
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale

## Allegati: Piano degli esperti