



**Richiesta di offerta per attività di consulenza
nell'ambito del progetto**

*"Ricerca, formazione, assistenza e promozione aziendale per il rafforzamento della filiera
produttiva nel settore tessile-abbigliamento in Campania"*

Progetto T/A CAMP



INDICE

1. Sintesi del progetto TA CAMP	3
1.1 Partners	3
1.2 Obiettivo del progetto.....	3
1.3 Descrizione del progetto	3
1.4 Ricadute progettuali	4
2. Oggetto della richiesta di offerta.....	6
3. Termini e modalità di presentazione delle offerte	7

1. Sintesi del progetto TA CAMP

1.1 Partners

1. Consorzio Universitario per l'Economia Industriale e Manageriale (CUEIM)
2. Camera Nazionale della Moda Italiana (CNMI)
3. Centro Regionale Information Communication Technology (CeRICT)
4. Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa di Salerno (CNA)
5. Confartigianato Avellino
6. Istituto di Studi per lo Sviluppo Economico (ISVE)

1.2 Obiettivo del progetto

Il Progetto, è finalizzato a rilanciare la competitività internazionale delle imprese campane del settore T/A attraverso l'analisi e l'individuazione di percorsi innovativi di sviluppo, in grado di generare ricadute positive sulle imprese e sul territorio di riferimento.

Le attività di ricerca sono connesse ad uno specifico intervento formativo finalizzato all'addestramento di giovani laureati da inserire nel mercato del lavoro.

In tale ottica, si svilupperà un progetto integrato e sinergico di ricerca, formazione, assistenza e promozione aziendale.

1.3 Descrizione del progetto

Il Progetto TA CAMP si articola nei seguenti 5 Obiettivi Realizzativi:

1. Obiettivo Realizzativo 1 (OR.1): Internazionalizzazione

Nell'ambito dell'OR1 si intende promuovere l'internazionalizzazione produttiva e commerciale delle PMI campane operanti nel settore del T/A, attraverso una ricerca volta ad analizzare le potenzialità di internazionalizzazione delle stesse, nonché ad individuare soluzioni e traiettorie strategico-organizzative da testare su una serie di azioni pilota. Si renderà necessario, inoltre, uno studio finalizzato a qualificare il concetto di dotazione (sia rispetto agli aspetti economici e tecnici, sia organizzativi), rendendola più adeguata a favorire l'espansione delle PMI sui mercati extra nazionali; ciò in funzione del fatto che la dimensione insufficiente, le difficoltà di accesso al credito, la scarsa capitalizzazione, non consentono alle PMI l'avvio di programmi di espansione in ottica internazionale.

2. Obiettivo Realizzativo 2 (OR.2): Finanza

Nell'ambito dell'OR2 si promuoverà lo studio, la ricerca e l'analisi delle criticità e delle esigenze finanziarie delle PMI, in relazione all'avvio di programmi di internazionalizzazione ed allo sviluppo di una serie di iniziative finanziarie "pilota" di supporto alla realizzazione di operazioni di espansione sui mercati internazionali. L'obiettivo è quello di definire le azioni specifiche concernenti l'individuazione degli strumenti finanziari a sostegno delle strategie di internazionalizzazione.

3. Obiettivo Realizzativo 3 (OR.3): Innovazione di prodotto

La leva di maggiore successo, dell'industria italiana della moda, è l'innovazione di prodotto, attraverso la quale le imprese contrastano la crescente concorrenza di Paesi a basso costo del lavoro. La finalità dell'OR 3, dunque, è di favorire l'introduzione della ricerca e dell'innovazione nel quadro delle priorità delle imprese del territorio, con l'obiettivo di assistere queste ultime nella costruzione di un *framework* diagnostico ed operativo funzionale alla creazione di un processo di innovazione del valore, attraverso il quale le imprese potranno competere in aree di mercato a maggior valore aggiunto.

4. Obiettivo Realizzativo 4 (OR.4): Realizzazione del Portale

Il portale verrà a configurarsi come un Sistema Informatico di Supporto, visto dalle aziende come uno strumento che permette di utilizzare servizi innovativi e rivolto ad obiettivi di sviluppo verso altri mercati e di espansione delle aziende del settore e della loro capacità di offering.

5. Obiettivo Realizzativo 5 (OR.5): Formazione

L'area Formazione del progetto si propone due obiettivi di fondo:

- **formare figure professionali di livello medio** (*middle management*), sviluppando le conoscenze fondamentali di management di un'impresa del settore Tessile Abbigliamento, insieme alla capacità di implementare progetti di sviluppo internazionale;
- **rafforzare le competenze specifiche di manager/imprenditori operanti nel settore tessile abbigliamento** con lo scopo di rafforzare le competenze esistenti e sviluppare processi economici già in essere.

1.4 Ricadute progettuali

Attraverso il perseguimento degli obiettivi esposti, il Progetto TA CAMP si propone di generare talune ricadute positive sulle imprese e sul territorio di riferimento, in termini di:

- 1) "Sviluppo del grado di competitività delle imprese"

CARTA INTESTATA DEL SOGGETTO CHE PRESENTA L'OFFERTA

- Il Progetto fornirà una conoscenza approfondita delle situazioni imprenditoriali del T/A a livello locale, che permetterà di porre le basi per il *miglioramento della competitività internazionale a livello di singole imprese e di distretti*. Ciò sarà possibile grazie alle diverse attività complementari realizzate in ambito di Progetto, quali: l'individuazione di una tassonomia dei modelli di sviluppo internazionale perseguiti dalle imprese del T/A; l'individuazione dei fattori di successo e delle problematiche incontrate nel processo di internazionalizzazione; l'identificazione dell'offerta e della domanda di servizi reali e finanziari all'internazionalizzazione; l'elaborazione di un modello teorico della competitività internazionale delle imprese del T/A; l'elaborazione di un sistema di soluzioni applicative aventi contenuti di natura reale e finanziaria; la sperimentazione delle soluzioni applicative, con un successivo *feedback* e conseguente affinamento delle soluzioni;
- *Rilancio del comparto T/A*. L'idea è quella di individuare le imprese che possano rappresentare dei soggetti guida per rilanciare la competitività del settore. Tali imprese, palesando maggiori capacità di presenza ed espansione sui mercati internazionali, dovranno coinvolgere nel processo di internazionalizzazione i distretti fisici e/o virtuali costituiti dai propri fornitori dislocati nelle varie parti del Paese e richiederanno, pertanto, un'attenzione particolare, anche da parte dei *policy maker*;
- *Individuazione dei percorsi di consolidamento patrimoniale e finanziario delle imprese del T/A*, in particolare in vista dell'entrata in vigore dell'Accordo di Basilea 2 che comporterà, senza dubbio, effetti restrittivi sull'accesso al credito. In tale ambito, il progetto intende definire modelli e strumenti di ausilio alle imprese nella difficile fase di adattamento alle regole di Basilea 2;
- *Aumento della visibilità delle imprese del T/A campane sui mercati internazionali*. Il concetto di visibilità va inteso in senso estremamente ampio, non solo come capacità di raggiungere nuovi mercati e nuovi clienti, ma soprattutto in riferimento agli *stakeholders* aziendali, ovvero agli altri attori del sistema e dei sovrasistemi con cui l'impresa interagisce. Tale ricaduta si concretizzerà attraverso una molteplicità di attività, tra cui: la definizione delle soluzioni applicative relative agli incontri con i *buyer* internazionali; la partecipazione a fiere nazionali ed internazionali ed ai *road show* per la comunicazione dello sviluppo internazionale delle imprese; l'organizzazione di eventi. In sostanza, le azioni poste in essere dal Progetto consentiranno di creare e far percepire un maggior valore, nonché di sviluppare una maggiore visibilità; ne conseguiranno l'aumento del numero di soggetti con cui l'impresa si relaziona, l'incremento della considerazione che tali soggetti ripongono nell'impresa (la sua *reputation*) e, conseguentemente, l'aumento della propensione di questi ultimi a mettere a disposizione dell'impresa le risorse e le competenze di cui ha bisogno. Infine, tali risorse e competenze permetteranno un ulteriore incremento del valore creato, riavviando, quindi, nuovamente il ciclo.

2) "Sviluppo dell'attrattività del territorio di riferimento"

- I risultati del Progetto, risolvendosi nella indicazione di servizi a supporto di strategie di internazionalizzazione, rafforzamento patrimoniale e processi di innovazione, diverranno economie esterne che arricchiranno il territorio, assumendo, quindi, valore anche per imprese operanti in altri settori.

2. Oggetto della richiesta di offerta

Nell'ambito degli Obiettivi Realizzativi sopra dettagliati, il CUEIM intende avvalersi di un supporto esterno per sviluppare determinate attività.

Pertanto, si invitano soggetti pubblici e privati, in possesso delle competenze necessarie, a presentare un'offerta economica per una o più delle seguenti attività, secondo il format allegato (ALLEGATO 1).

In particolare, le attività per le quali il CUEIM intende avvalersi di un supporto esterno sono le seguenti:

1) Costruzione della filiera del Tessile/Abbigliamento in Campania

Si dovrà effettuare la ricostruzione della filiera del T/A in Campania e provvedere al suo popolamento identificando tutte le imprese campane presenti nei diversi stadi della filiera.

2) Costruzione di almeno 3 Case History

Si dovranno sviluppare almeno 3 case histories inerenti imprese del T/A Campano che hanno intrapreso con successo percorsi di internazionalizzazione.

3) Analisi sui servizi reali per l'internazionalizzazione delle imprese in Campania e progettazione di una ricerca field ed analisi dei risultati

Si richiede un'analisi approfondita sui SRI nel territorio campano nonché la progettazione di una analisi field che dovrà essere finalizzata all'analisi dei Servizi Reali all'Internazionalizzazione in Campania. In fine si richiede di elaborare una proposta di business model per l'erogazione dei servizi reali alle imprese campane di tessile e abbigliamento

4) Realizzazione di indagini su campione di imprese

Si richiede la realizzazione di indagini su campioni significativi di imprese del TA in Campania

5) Studi mercato e relativi Piani di penetrazione

Si richiede l'esplorazione di 3 mercati esteri (Canada, Stati Uniti, Romania) volta ad identificarne le strategie d'ingresso. Sulla base di tali studi di mercato si dovranno realizzare i relativi Piani di penetrazione per l'internazionalizzazione delle imprese del T/A in Campania.

6) Servizio informativo per l'internazionalizzazione

Si richiede l'individuazione di tutti i servizi che, resi disponibili on line, possano essere di supporto alle imprese per intraprendere percorsi di internazionalizzazione.

7) Produzione di contenuti da rendere disponibili on line

Si richiede l'identificazione e la produzione dei documenti che resi disponibili on line possano supportare le imprese per intraprendere percorsi di internazionalizzazione.

8) Analisi sui modelli di sviluppo internazionale delle imprese italiane di successo.

Si richiede un'analisi sull'internazionalizzazione delle imprese italiane e dei principali fattori di successo

9) Accompagnamento di 2 imprese sui mercati internazionali

Si richiede un intervento volto alla pianificazione e all'accompagnamento di due imprese indicate dal CUEIM su determinati mercati internazionali.

10) Analisi sulle criticità finanziarie delle PMI campane del settore T/A

Si richiede lo sviluppo di un'indagine approfondita sulle criticità finanziarie delle PMI del T/A in Campania tenendo conto delle peculiarità tipiche del settore in oggetto.

11) Progettazione e supporto tecnico scientifico per l'organizzazione di 3 focus group con banche/imprese del settore

Si richiede l'organizzazione di tre tavoli finalizzati all'incontro tra banche e imprese del T/A in Campania

12) Analisi dello stato dell'arte sul sistema di offerta regionale di Servizi Finanziari all'Internazionalizzazione (SFI) alle imprese

Si richiede una dettagliata analisi dei SFI offerti ad oggi nella Regione Campania e, quindi, l'elaborazione di un business model per l'erogazione dei servizi finanziari alle imprese campane di tessile e abbigliamento

13) Analisi sul tema dei possibili scenari di sviluppo del settore T/A campano

Si richiede una approfondita analisi di contesto finalizzata a definire scenari di sviluppo possibili per l'industria campana della moda.

3. Termini e modalità di presentazione delle offerte

Le offerte, indirizzate a CUEIM, Via interrato dell'Acqua Morta n. 26 - 37129 Verona, dovranno pervenire a mano o a mezzo posta, entro le ore 12.00 a.m del 10/04/2009; nel caso di spedizione farà fede la data di ricevimento dell'offerta.

Sulla Busta contenente l'offerta si dovrà specificare il mittente e la seguente dicitura "Offerta economica per attività di ricerca nell'ambito del progetto TA CAMP".