|  |
| --- |
| **Promozione dello smercio: domanda di aiuto finanziario per un'iniziativa legata all'esportazione****Prospezione di mercato - piano d'affari/business plan** |
|  |  |
|  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Titolo del progetto: |  |   |
|  |  |  |  |  |  |
| ID del progetto: |  |   |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Domanda di aiuto finanziario per l’anno: |   |  |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Richiedente (organizzazione): |  |   |
|  |  |  |  |  |  |
| Gruppo di prodotti o gruppo specifico: |  |   |
|  |  |  |  |  |  |
| Direzione del progetto (nome): |  |   |
|  |  |  |  |  |  |
| Indirizzo:  |  |   |
|  |  |  |  |  |  |
| NPA, luogo: |  |   |
|  |  |  |  |  |  |
| Telefono: |  |   |
|  |  |  |  |  |  |
| E-mail: |  |   |

Indice

[1 Analisi comparativa del portafoglio dei Paesi per stabilire i mercati bersaglio strategici 3](#_Toc378053640)

[2 Considerazioni strategiche per l'esportazione - contesto iniziale e idea di progetto 3](#_Toc378053641)

[3 Strategia della prospezione di mercato dal punto di vista della categoria 4](#_Toc378053642)

[4 Obiettivi specifici della categoria 4](#_Toc378053643)

[4.1 Obiettivi qualitativi 4](#_Toc378053644)

[4.2 Obiettivi quantitativi 4](#_Toc378053645)

[5 Impresa / categoria / organizzazione 5](#_Toc378053646)

[6 Analisi situazionale 5](#_Toc378053647)

[7 Descrizione del mercato bersaglio 5](#_Toc378053648)

[7.1 Panoramica del mercato 5](#_Toc378053649)

[7.2 Strutture di distribuzione 5](#_Toc378053650)

[7.3 Propria posizione sul mercato 5](#_Toc378053651)

[7.4 Analisi della concorrenza 5](#_Toc378053652)

[7.5 Analisi SWOT 5](#_Toc378053653)

[8 Strategia di marketing 5](#_Toc378053654)

[8.1 Indirizzo strategico della strategia d'esportazione 5](#_Toc378053655)

[8.2 Segmentazione del mercato 6](#_Toc378053656)

[8.3 Definizione dei gruppi bersaglio 6](#_Toc378053657)

[8.4 Obiettivi marketing 6](#_Toc378053658)

[8.4.1 Obiettivi marketing sul piano quantitativo 6](#_Toc378053659)

[8.4.2 Obiettivi marketing sul piano qualitativo 6](#_Toc378053660)

[8.5 Marketing mix 6](#_Toc378053661)

[8.5.1 Strategia in materia di prezzi 6](#_Toc378053662)

[8.5.2 Strategia di vendita 6](#_Toc378053663)

[8.5.3 Politica in materia di prodotti 6](#_Toc378053664)

[8.5.4 Strategia di comunicazione 6](#_Toc378053665)

[9 Tempistiche / tappe 6](#_Toc378053666)

[10 Finanze 6](#_Toc378053667)

[10.1 Piano quinquennale incl. calcolo del punto di pareggio 6](#_Toc378053668)

[10.2 Finanziamento del progetto (mezzi propri) 6](#_Toc378053669)

[10.3 Controlling / controllo dei risultati 6](#_Toc378053670)

**Parte I - Strategia di esportazione della categoria**

*(va compilata dalla categoria / dall'organizzazione richiedente)*

# Analisi comparativa del portafoglio dei Paesi per stabilire i mercati bersaglio strategici

*(nell'analisi del portafoglio dei Paesi vanno illustrati gli indicatori che hanno portato alla definizione del mercato bersaglio e i motivi per cui viene richiesto un aiuto finanziario per questo o quel Paese)*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Condizioni quadro** | **Indicatore** | **Paese 1** | **Paese 2** | **Paese 3** |
| Situazione economica | PIL |  |  |  |
| Potere d'acquisto |  |  |  |
| ….. |  |  |  |
| Accessibilità del mercato | Prossimità del mercato |  |  |  |
| Condizioni quadro di politica commerciale |  |  |  |
| Ostacoli tariffari |  |  |  |
| Ostacoli al commercio non tariffari |  |  |  |
| ….. |  |  |  |
| Strutture di mercato | Dimensione del mercato |  |  |  |
| Evoluzione del mercato |  |  |  |
| Strutture commerciali  |  |  |  |
| Intensità della concorrenza |  |  |  |
| Grado di autoapprovvigionamento  |  |  |  |
| ….. |  |  |  |
| Consumatori | Esigenze dei consumatori |  |  |  |
| USP |  |  |  |
| Immagine della Svizzera come Paese d'origine dei prodotti |  |  |  |
| ….. |  |  |  |

# Considerazioni strategiche per l'esportazione - contesto iniziale e idea di progetto

*(antefatti, situazione della categoria, considerazioni strategiche, motivazione dell'iniziativa legata all'esportazione [creazione di valore, sovrapproduzione, ecc.])*

# Strategia della prospezione di mercato dal punto di vista della categoria

*(principi strategici, singole imprese o strategia di marchio mantello, ecc.)*

# Obiettivi specifici della categoria

## Obiettivi qualitativi

## Obiettivi quantitativi

**Parte II - Progetto di prospezione di mercato**

*(va compilata dalla categoria / dall'organizzazione richiedente e / o dalle imprese partecipanti / responsabili)*

# Impresa / categoria / organizzazione

*(nome, forma giuridica, indirizzo, categoria, ecc.)*

# Analisi situazionale

*(antefatti, situazione odierna)*

# Descrizione del mercato bersaglio

## Panoramica del mercato

## Strutture di distribuzione

## Propria posizione sul mercato

## Analisi della concorrenza

## Analisi SWOT

# Strategia di marketing

## Indirizzo strategico della strategia d'esportazione

* *Sviluppo di prodotti (ingresso con nuovi prodotti su mercati già sondati, innovazioni, use extensions)*
* *Sviluppo del mercato (accesso a nuovi segmenti di mercato o a nuove regioni geografiche)*
* *Diversificazione (ingresso con nuovi prodotti su nuovi mercati)*
* *Integrazione / legame con la strategia della categoria*

## Segmentazione del mercato

## Definizione dei gruppi bersaglio

## Obiettivi marketing

### Obiettivi marketing sul piano quantitativo

### Obiettivi marketing sul piano qualitativo

## Marketing mix

### Strategia in materia di prezzi

### Strategia di vendita

### Politica in materia di prodotti

*(descrizione dei prodotti, adempimento delle "norme swissness")*

### Strategia di comunicazione

*(branding, labelling, rapporto con la strategia della qualità)*

#### Pubblicità di base / sui media

#### Promozione delle vendite

#### Fiere / esposizioni

#### Evento

#### Media elettronici

#### Altri / diversi

# Tempistiche / tappe

# Finanze

## Piano quinquennale incl. calcolo del punto di pareggio

## Finanziamento del progetto (mezzi propri)

## Controlling / controllo dei risultati