



Ministero dello Sviluppo Economico

Direzione Generale per le politiche di internazionalizzazione e la promozione degli scambi
Div. I I Affari Generali, Personale, Gestione Amministrativa

PROCEDURA DI COTTIMO FIDUCIARIO PER L'AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO RELATIVO ALLA INDAGINE PER LA VALUTAZIONE DELLA QUALITÀ DEI SERVIZI OFFERTI DA AGENZIA ICE, SIMEST E SACE AGLI UTENTI (INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION).

CAPITOLATO TECNICO

PREMESSA: IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

Il Sistema pubblico per il sostegno all'internazionalizzazione è stato oggetto di un processo di ristrutturazione caratterizzato, nell'ultimo triennio, dalla soppressione dell'Istituto per il Commercio Estero, dalla costituzione di ICE Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, dalla modificazione dei soggetti principali azionisti di SIMEST SpA - Società Italiana per le Imprese all'Estero - e di SACE SpA - Società per l'Assicurazione per i crediti con l'estero - dalla riorganizzazione, ancora in corso, dello stesso Ministero dello Sviluppo Economico, dall'istituzione della Cabina di regia per l'internazionalizzazione.

Il sistema di sostegno pubblico all'internazionalizzazione è il risultato di un orientamento di politica economica ispirato da due considerazioni di fondo:

- le PMI sono la componente preponderante del sistema produttivo italiano e per tale ragione vanno sostenute nella loro attività con l'estero.
- per le PMI l'accesso ai mercati esteri è particolarmente oneroso, per l'acquisizione di informazioni affidabili e per i rilevanti costi fissi di penetrazione e di sostegno nel tempo della loro attività all'estero.

Si è reputato quindi vitale per il sistema economico italiano creare una strategia di supporto all'internazionalizzazione delle imprese attraverso politiche pubbliche in grado di promuovere la competitività internazionale.

Il sistema di sostegno pubblico all'internazionalizzazione prevede, come attori, varie strutture (ICE/Agenzia, SIMEST SpA, SACE SpA, FinestSpA, Camere di Commercio, società regionali).

Per quanto concerne gli strumenti, se essi inizialmente hanno riguardato soprattutto la concessione di crediti all'esportazione e di finanziamenti per programmi di penetrazione commerciale, dai primi anni novanta il sostegno è stato esteso ad alcune forme di internazionalizzazione produttiva, mediante l'assunzione di partecipazioni nel capitale di *joint ventures* all'estero.

Nell'ultimo decennio il legislatore è intervenuto sulle tipologie e le modalità di funzionamento degli interventi, privilegiando iniziative promozionali specifiche e ampliando le forme di agevolazione all'internazionalizzazione produttiva. In questo quadro in evoluzione, si è inserito poi il processo di decentramento di competenze a favore delle Regioni, che ha aumentato il numero di attori e di livelli coinvolti, rendendo così necessaria l'individuazione di forme di coordinamento.

Con particolare riguardo a questi ultimi anni di crisi, il nostro *export* è stato l'unica voce che ha contribuito a contrastare la caduta degli investimenti e dei consumi interni.

Il valore dei beni e dei servizi esportati dal nostro Paese ha quasi raggiunto i 500 miliardi di euro (un terzo del PIL), raggiungendo e superando nuovamente il livello registrato negli anni pre-crisi.

Negli ultimi tre anni l'*export* di beni italiani è cresciuto mediamente più di quello francese e di quello tedesco, con un saldo commerciale per i prodotti manifatturieri che ha quasi raggiunto i 100 miliardi di euro nel 2013.

Nuovi settori, rispetto a quelli tradizionali del *Made in Italy*, stanno mostrando segnali di forte dinamismo nelle esportazioni (ICT, biomedicale, tecnologie della filiera *green*).

Sono però ancora troppo poche le imprese italiane internazionalizzate: appena 170 mila. Un sistema come il nostro basato su milioni di PMI non può fare a meno di un supporto pubblico ai processi di internazionalizzazione, soprattutto quando i mercati si fanno sempre più distanti sia geograficamente sia culturalmente.

In questo senso, il sistema a supporto dell'internazionalizzazione del nostro sistema d'impresa è chiamato ad integrare l'offerta di servizi e strumenti di informazione e promozione per incrementare il numero, oggi ancora basso, delle imprese in condizione di cogliere le opportunità offerte dai mercati internazionali.

Gli elementi prioritari di tale sforzo aggiuntivo sono quelli orientati all'acquisizione di competenze specifiche da parte delle imprese; la maggiore integrazione degli strumenti finanziari ed assicurativi e l'allargamento della platea di imprese raggiunte; il miglioramento e potenziamento degli strumenti di promozione delle eccellenze del *Made in Italy*; la maggiore capacità di attrazione degli investimenti internazionali.

Rispetto a tale scenario si deve constatare che, ad oggi, non esistono analisi empiriche consolidate sull'efficacia delle politiche di sostegno all'internazionalizzazione in Italia, sebbene indagini focalizzate sui servizi finanziari e promozionali per l'internazionalizzazione suggeriscano una scarsa familiarità delle PMI con gli strumenti finanziari più complessi.

In tale contesto, si rende particolarmente necessario misurare il grado di soddisfazione delle imprese clienti/utenti al fine di rendere i servizi erogati dalle società oggetto dell'indagine quanto più possibile in linea con le aspettative.

In particolare, le indagini di *customer satisfaction* sono considerate uno strumento efficace per recepire i bisogni, le osservazioni e i suggerimenti degli utenti, verificare l'efficacia dei servizi e dell'organizzazione, individuare la necessità di avviare nuovi servizi, promuovere azioni di miglioramento per i servizi esistenti, dimensionare e tarare le caratteristiche tecniche dei servizi sulle esigenze dell'utente.

La realizzazione di indagini di *customer satisfaction* rientra tra le misure previste dal DM 14 novembre 2013, avente ad oggetto il Piano di promozione straordinaria del Made in Italy ó annualità 2013, nell'ambito di una più ampia esigenza del Ministero dello sviluppo economico, per quanto di propria competenza, di riordino e potenziamento dei meccanismi e strumenti di monitoraggio e valutazione dei costi, dei rendimenti e dei risultati dell'attività in oggetto.

Nel presente Capitolato vengono descritte le attività che costituiscono l'oggetto del servizio. Per quanto non espressamente indicato, si rimanda a quanto previsto dalla normativa di riferimento.

ART. 1 ó OGGETTO DELL'APPALTO

L'appalto è riferito al servizio di realizzazione di un'indagine di *customer satisfaction* e di valutazione della qualità dell'attività finalizzato alla verifica dell'accessibilità e dell'efficacia dei servizi e degli strumenti offerti alle imprese, per favorirne l'internazionalizzazione, da parte di ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, di SIMEST SpA e di SACE SpA.

L'indagine dovrà essere ripetuta nei termini di cui all'art.4 del presente capitolato.

Il servizio oggetto dell'appalto è strutturato in 2 componenti tematiche:

- A) Indagine di *customer satisfaction* sui servizi prestati alle imprese da ICE Agenzia, da SIMEST SpA e da SACE SpA;
- B) Elementi, sulla base dell'indagine di cui al punto precedente, per una valutazione dell'attività svolta da ciascuno dei tre soggetti.

L'indagine è finalizzata alla verifica della qualità delle prestazioni rese alle imprese allo scopo di verificarne il livello di gradimento da parte delle stesse, nonché di verificare la necessità di eventuali interventi di ridefinizione, miglioramento e/o riorganizzazione delle modalità di erogazione dei servizi, sulla base delle indicazioni fornite dagli intervistati.

Per la componente tematica A) l'indagine, riguardante ciascuno dei 3 soggetti dedicati all'internazionalizzazione delle imprese, sarà effettuata mediante l'utilizzazione di un questionario da somministrare alle imprese. Essa prevede **una analisi articolata nei seguenti punti:**

1. **Conoscenza**, da parte della clientela, dei servizi offerti.

2. **Utilizzo** dei diversi servizi offerti:

AGENZIA ICE

- informazioni di orientamento circa i mercati esteri;
- rapporti monografici settoriali/di paese;
- attività promozionale;
- ricerca di clienti e partner esteri;
- assistenza sui mercati;
- attività di formazione.

SACE S.P.A.

- attività assicurativa;
- attività finanziaria, intesa quale prestazione di garanzie per accesso a finanziamenti.

SIMEST S.P.A.

- partecipazioni al capitale di società estere;
- attività relativa alle agevolazioni finanziarie.

3. **Utilità:** giudizio sulla utilità dei diversi servizi prestati.
4. **Soddisfazione** per il servizio fornito.
5. **Approfondimento sull'efficacia della comunicazione** (nella gestione del rapporto con il cliente e nella comunicazione istituzionale).
6. **Conoscenza e utilizzo** di altre strutture pubbliche e private che offrono servizi a supporto del commercio estero (Analisi del mercato competitivo interno).

Per la componente tematica B), saranno utilizzati i dati di cui sopra.

Il servizio richiesto, in sintesi, ricomprende:

- ✓ pianificazione dell'indagine;
- ✓ progettazione dell'indagine
- ✓ esecuzione dell'indagine;
- ✓ controllo ed elaborazione dei dati raccolti;
- ✓ analisi dei dati;
- ✓ interpretazione dei risultati;
- ✓ elaborazione e presentazione del report conclusivo.

ART. 2 - DATI RELATIVI ALLE IMPRESE - CAMPIONAMENTO E MODALITÀ DI SOMMINISTRAZIONE DELLE INDAGINI

L'indagine è su base campionaria.

Il campione minimo si deve comporre del seguente numero di imprese:

per Agenzia ICE: 1000

per SACE: 200

per SIMEST: 200

Il campione delle imprese deve essere significativo e rappresentativo con riferimento ai servizi (macrolinee di attività) offerti da ciascuno dei 3 soggetti coinvolti così come individuati nell'art. 1 punto 2.

La struttura campionaria inoltre dovrà considerare le diverse ripartizioni territoriali, i settori di attività economica e le dimensioni aziendali.

L'universo di riferimento per la costruzione del campione è rappresentato dal seguente numero di imprese utenti di ICE Agenzia, SACE SpA e SIMEST SpA, come evidenziato nella seguente tabella:

ENTE	IMPRESE IN BANCA DATI
ICE Agenzia	167.000
SACE Spa	2.000
SIMEST Spa	1.200

La comunicazione, nel presente capitolato, dei dati di cui alla tabella sopra riportata ha la esclusiva finalità di costituire un supporto per la formulazione dell'offerta tecnica da parte dei concorrenti. Sono pertanto possibili scostamenti, in aumento o in diminuzione, rispetto ai dati sopra indicati, anche nella fase di messa a punto dell'impianto dell'indagine di cui al successivo art. 3.

Ai fini dell'esecuzione delle attività oggetto del presente affidamento, il Ministero provvederà a consegnare all'Aggiudicatario i nominativi ed i relativi dati disponibili, acquisiti da Agenzia ICE, Simest S.p.A e SACE S.p.A, concernenti l'universo di riferimento delle imprese utenti sopra citato.

Atteso che non può essere garantito un completo aggiornamento dei dati e che gli stessi, con riguardo alle 3 società i cui servizi sono oggetto di rilevazione, non sono organizzati in modo omogeneo, l'Aggiudicatario dovrà provvedere alla eventuale integrazione dei dati medesimi, nei limiti di quanto necessario ai fini dello svolgimento delle attività.

La tecnica di rilevazione da adottare è la CATI (Computer Assisted Telephone Interviews). Dovranno essere realizzate almeno 1400 interviste, utilizzando 3 distinti questionari in relazione al campione minimo come sopra indicato con riferimento ai 3 Enti sopra citati.

ART. 3 - MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELLE ATTIVITÀ

Al fine di poter eseguire il servizio con la qualità richiesta, la composizione minima del gruppo di lavoro deve comprendere, a pena di esclusione, le seguenti figure professionali:

- A. Un responsabile di progetto con esperienza di almeno tre anni in attività di internazionalizzazione delle imprese, project management e tecniche di ricerca e valutazione.
- B. Un esperto senior con esperienza di almeno tre anni in benchmarking, internazionalizzazione, comunicazione, tecniche di indagine e ricerca, valutazione, campionamenti, predisposizione di questionari ed interviste e rielaborazione delle informazioni.
- C. Due esperti junior con esperienza di almeno due anni in benchmarking, internazionalizzazione, tecniche di indagine e ricerca, valutazione, campionamenti, somministrazione di questionari ed interviste e rielaborazione delle informazioni.

L'esperienza professionale dei componenti del gruppo di lavoro deve essere documentata da idoneo curriculum, opportunamente datato e sottoscritto, a pena di esclusione.

Il gruppo di lavoro indicato in sede di gara non potrà essere modificato senza il preventivo consenso dell'Amministrazione. Qualora l'Aggiudicatario, durante lo svolgimento del servizio, dovesse trovarsi nella necessità di sostituire uno o più componenti del gruppo di lavoro, dovrà preventivamente richiedere l'autorizzazione all'Amministrazione, indicando i nominativi ed i curricula vitae dei componenti che intende proporre in sostituzione di quelli indicati in sede di offerta; in ogni caso i nuovi componenti dovranno possedere requisiti equivalenti o superiori a quelli delle persone sostituite.

L'Aggiudicatario provvederà alla messa a punto dell'impianto dell'indagine, alla elaborazione del piano di lavoro, alla predisposizione del questionario da sottoporre al campione di imprese da coinvolgere nell'indagine ed alla definizione della struttura dei rapporti finali, in conformità della offerta tecnica presentata. Tali elementi saranno contenuti in una specifica relazione al Ministero che l'Aggiudicatario deve presentare entro 20 giorni dal ricevimento della comunicazione con la quale il Ministero comunica l'intervenuta efficacia del contratto. Il Ministero, entro 10 giorni dal ricevimento della relazione, la approva, oppure, può chiedere modifiche o integrazioni, le quali dovranno essere recepite mediante la presentazione di una nuova relazione da presentare entro 7 giorni dal ricevimento della richiesta di modifiche integrazioni. Entro 7 giorni dal ricevimento della relazione, Il Ministero la approva.

L'Aggiudicatario dovrà partecipare a tutti gli incontri ritenuti necessari dall'amministrazione aggiudicatrice, eventualmente anche al fine della messa a punto dell'impianto dell'indagine, come sopra indicato.

L'Aggiudicatario dovrà garantire un riscontro periodico con la stazione appaltante, finalizzato alla definizione ed alla verifica della corretta ed efficace implementazione del piano di lavoro.

L'Aggiudicatario curerà in autonomia la raccolta, l'elaborazione dei dati, l'interpretazione dei risultati e la presentazione nei tempi previsti.

I questionari, così come il contenuto delle indagini e gli elenchi di nominativi, completi di recapiti telefonici, sono di proprietà del Ministero e non potranno essere divulgati, riutilizzati o ceduti a terzi.

L'Aggiudicatario si impegna a garantire, con mezzi propri, strutture e attrezzature adeguate la realizzazione delle indagini oggetto del presente capitolato.

ART. 4 - TERMINE PER L'ESECUZIONE DEL SERVIZIO

Il primo rapporto finale dovrà essere consegnato entro 60 giorni dal ricevimento, da parte dell'Aggiudicatario, della comunicazione con la quale il Ministero informa dell'approvazione della relazione di cui al precedente articolo.

L'indagine verrà ripetuta trascorsi 12 mesi dalla data di consegna del primo rapporto finale e terminerà entro 15 mesi dalla medesima data, con la consegna del secondo rapporto finale.

Per la ripetizione dell'indagine, il campione sarà di pari numerosità e sarà costituito per il 50% dalle imprese già costituenti il campione della prima indagine e per l'altro 50% da imprese non facenti parte del campione relativo alla prima indagine.

ART. 5 - RAPPORTI FINALI

L'Aggiudicatario dovrà presentare due ampi e documentati "Rapporti finali di ricerca" relativi ai servizi indagati di cui all'art.1 punto 2, i quali, dovranno essere analizzati nelle loro diverse articolazioni e tipologie (ad esempio: per il Servizio Attività di agevolazioni finanziarie andranno esaminate le diverse linee di finanziamento x, y, z, í)

I rapporti finali dovranno presentare sia i risultati quantitativi, in forma chiara ed efficace, con l'ausilio di tabelle e grafici, sia una loro rielaborazione qualitativa e la loro evoluzione temporale. Nei predetti rapporti dovranno essere contenute anche prime indicazioni per il miglioramento dei servizi.

Ogni rapporto dovrà essere corredato da un dettagliato "Allegato statistico" e dovrà riportare gli strumenti di indagine utilizzati (questionario e altre eventuali diverse tipologie di strumenti) e le caratteristiche del campione. La ricerca dovrà essere presentata anche in forma sintetica per la presentazione dei risultati ad eventi pubblici.

ART. 6 - PROPRIETA' DELLE RISULTANZE DEL SERVIZIO

L'Amministrazione acquista la proprietà piena ed esclusiva di tutto il materiale utilizzato per l'esecuzione del servizio, di tutti i diritti che ne derivano, nonché la piena ed esclusiva proprietà dei supporti necessari alla stampa ed alla riproduzione delle opere stesse (impianti, dischi, nastri, DVD, ecc.).

L'Aggiudicatario riconosce all'Amministrazione il diritto alla loro tutela, utilizzazione e sfruttamento economico illimitato.

L'Aggiudicatario assume, inoltre, la responsabilità piena ed esclusiva nei confronti dei terzi che dovessero rivendicare diritti di autore su parti e/o elementi del materiale utilizzato.