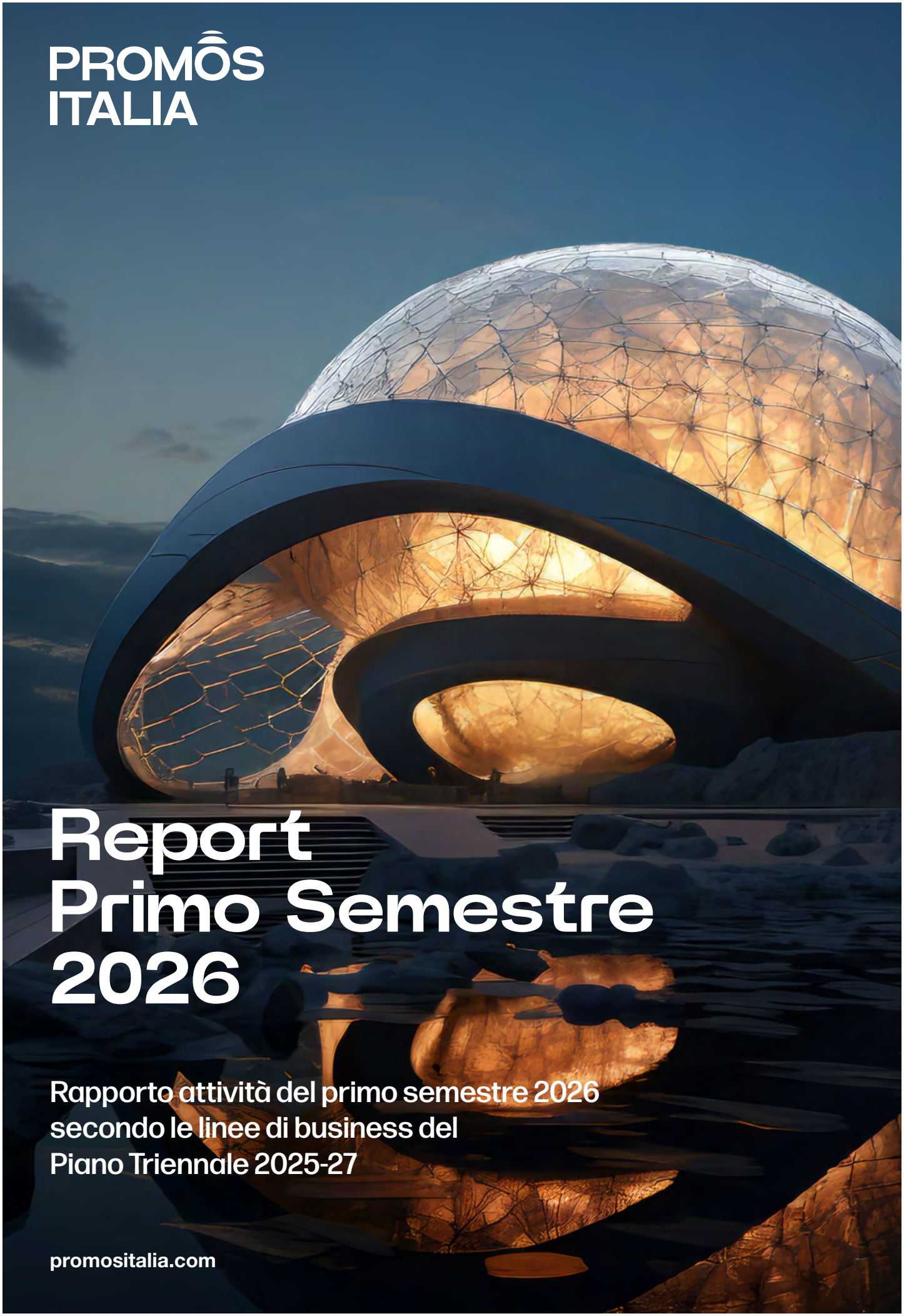
PROMOS ITALIA



Report Primo Semestre 2026

Rapporto attività del primo semestre 2026
secondo le linee di business del
Piano Triennale 2025-27

promositalia.com



Report Primo Semestre 2026

Rapporto attività del primo semestre 2026
secondo le linee di business del
Piano Triennale 2025-27

Indice del documento

Executive summary 03
01. Advisory 06
02. Matching 07
03. Opportunità 09
04. Attrattività 10
05. Eventi 11
06. Servizi erogati per Socio 12

Executive Summary

Nel primo semestre 2026, Promos Italia ha dato seguito alle azioni previste all'interno del Piano Strategico 2025-2027, concentrandosi su leve strategiche quali produttività, innovazione, rafforzamento del brand e incremento delle relazioni nazionali e internazionali.

L'attuazione delle attività programmate si sta tuttavia rivelando particolarmente sfidante alla luce dell'attuale contesto geo-politico internazionale, caratterizzato da crescenti elementi di instabilità e incertezza. Tale scenario sta incidendo sia sulla realizzazione di iniziative in alcune aree geografiche e in determinati mercati, sia sulle scelte operative delle imprese, che manifestano maggiore prudenza nella partecipazione ad attività all'estero. A ciò si aggiungono criticità legate all'aumento dei costi di trasferta, tra cui il sensibile incremento dei biglietti aerei, che rende più complessa la programmazione di missioni, incontri B2B e iniziative promozionali internazionali. Tali fattori stanno avendo un impatto sulle attività di Promos Italia, la cui effettiva portata potrà essere valutata con maggiore evidenza nel corso dell'autunno.

L'obiettivo principale resta comunque l'erogazione di 13.000 servizi entro fine 2026. Al momento sono stati erogati 8.423* servizi: 7.100 ad aziende dei territori delle Camere Socie, 1.323 ad aziende delle Camere non Socie, più 103 nuove aziende estere entrate in assistenza con l'attivazione di almeno un servizio presso l'Area Attrattività.

In collaborazione con il Centro Studi Tagliacarne, è stato finalizzato il progetto Impact, che ha rilevato l'impatto dei servizi di Promos Italia su 8.500 imprese clienti che ne hanno beneficiato tra il 2020 e il 2024.

Per farlo, sono state misurate - in maniera diacronica - le caratteristiche strutturali delle aziende e le loro performance in termini di crescita del fatturato; dell'export; della diversificazione geografica e merceologica dell'export e dei dati occupazionali, con un benchmark con un campione di controllo.

Lo studio condotto ha evidenziato come le imprese che hanno usufruito dei servizi di Promos hanno mostrato un effetto incrementale medio del livello delle proprie esportazioni post-intervento pari al +21,8% rispetto al campione di controllo delle imprese che non ne hanno usufruito. Inoltre, hanno mostrato una maggiore diversificazione, esportando in media verso un Paese in più, e una più alta probabilità del 41,4% di entrare nei mercati esteri nel caso delle imprese che prima non esportavano. A fronte di un investimento camerale in Promos Italia pari a 12,2 milioni di euro, le imprese clienti hanno registrato un incremento complessivo dell'export pari a circa 800 milioni di euro.

Questo significa che ogni euro investito dal sistema camerale ha attivato circa 70 euro di export aggiuntivo per le imprese italiane, evidenziando un effetto leva significativo dell'azione di Promos Italia a supporto dell'internazionalizzazione. Questo impatto risulta ancora più rilevante nel Mezzogiorno, dove l'incremento dell'export delle imprese beneficiarie ha raggiunto il 65%, un valore pari a circa tre volte il dato medio complessivo.

Inoltre, Promos Italia ha dato vita anche a "Export Compass", un'analisi - sviluppata congiuntamente da Unioncamere, Centro Studi Tagliacarne e Promos Italia – realizzata con l'obiettivo di declinare a livello provinciale la matrice prodotti-mercati individuata dal Piano d'Azione per l'Export promosso dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale. "Export Compass" mira a fornire a ciascun territorio una lettura puntuale delle proprie opportunità di sviluppo internazionale, individuando le combinazioni di prodotto e mercato che presentano i maggiori potenziali di crescita per il sistema imprenditoriale locale. Inoltre, l'analisi offre spunti per piani di azione personalizzati per ogni territorio per sviluppare il potenziale inespresso, declinando così le attività che Promos Italia può offrire sia all'interno della Consortile sia alle Camere non socie.

* Dato al 26 giugno.

Sul fronte dell'innovazione, prosegue la trasformazione digitale dei servizi che ha portato alla realizzazione di Find Your Tender, il primo servizio di Promos Italia interamente digitale, con un algoritmo proprietario basato su intelligenza artificiale che analizza le informazioni trasmesse dalle imprese e propone automaticamente le gare europee più coerenti con l'attività aziendale. Inoltre, FYT sarà il primo servizio di Promos Italia venduto tramite il carrello che è in fase di sviluppo e che sarà attivo sul sito aziendale nel corso del secondo semestre. Infine, è in fase di conclusione lo sviluppo della piattaforma e-learning per la formazione NIBI.

Per quanto concerne le azioni di business matching all'estero, si segnala la realizzazione di numerose iniziative in mercati strategici, inseriti anche nel Piano per l'Export del MAECI, tra i quali Stati Uniti, Brasile, Svizzera, India e Corea del Sud. Alcune di queste iniziative sono state realizzate nell'ambito del Bando “Export su Misura”, commissionato a Promos Italia da Regione Lombardia e Unioncamere Lombardia, per favorire i processi di export delle aziende lombarde.

Promos Italia ha continuato a sviluppare la sua funzione di ricerca e supporto agli investimenti esteri, in particolare in Lombardia, ma anche con azioni mirate sui territori di Genova e Modena. A partire da gennaio 2026, sono state assistite sul territorio lombardo 103 aziende estere, con l'erogazione di almeno un servizio. Inoltre, nello stesso periodo di riferimento, 9 aziende hanno già concretizzato un investimento sul territorio, con un impatto stimato a 3 anni dalla realizzazione dei progetti pari a 12,4 miliardi di euro in CAPEX e oltre 4.300 nuovi posti di lavoro.

Le relazioni con i Soci sono state ulteriormente potenziate, grazie a un piano d'azione dedicato e all'invio di reportistica periodica seguita da un confronto diretto per analizzare i dati, e di un magazine periodico informativo dedicato “Kaleidos”. Inoltre, è stato finalizzato l'ingresso nella Consortile del diciottesimo Socio: la Camera di commercio di Varese.

In ambito di razionalizzazione e semplificazione sono state adottate procedure ad hoc con riguardo al processo di formulazione delle Offerte e proposte commerciali nei confronti dei Soci ed altri soggetti terzi; le Condizioni generali per la partecipazione ai servizi di Promos Italia, con revisione integrale degli standard contrattuali; le procedure ed i format in materia di contratti di sponsorizzazioni e accordi di partenariato con soggetti terzi.

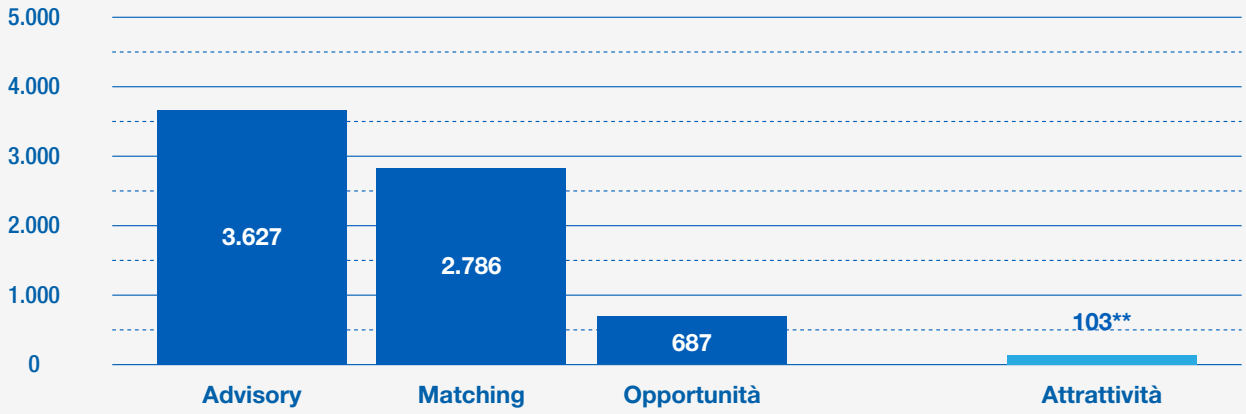
Per quanto concerne gli aspetti normativi e di compliance integrata, è stato implementato il Modello Organizzativo Privacy (MOP) in conformità a quanto previsto dal GDPR, con adozione di uno strumento gestionale per il Registro del trattamento. Nel frattempo, sono stati completati gli adeguamenti legati all'inserimento nell'elenco ISTAT, tra cui l'adesione a PagoPa, l'introduzione della procedura per il controllo ed il monitoraggio dei debiti commerciali registrati presso la Piattaforma dei Crediti Commerciali (PCC) del Ministero dell'Economia e delle Finanze (MEF), gli altri adempimenti derivanti dalle comunicazioni del medesimo Ministero, ed infine, è proseguita la progettazione del nuovo sistema ERP. Inoltre, d'intesa con i Soci, è stato introdotto il sistema di controlli preventivi di ammissibilità delle imprese agli incentivi secondo quanto previsto dal D.Lgs. 184/2025, con revisione integrale degli Avvisi e Bandi di selezione. Sono stati ridefiniti, altresì, i modelli contrattuali degli incarichi professionali, secondo quanto previsto dal Regolamento per il conferimento di incarichi ad esperti esterni adottato nel Dicembre 2025, con contestuale adozione di una procedura ad hoc e dello strumento gestionale di controllo e monitoraggio del valore economico complessivo entro i limiti di spesa aziendali, in ossequio alla normativa vigente ed alle più recenti disposizioni relative ai controlli sui pagamenti a favore dei professionisti.

Sempre in materia di compliance, approfondimenti sono stati svolti rispetto la verifica dei requisiti di conformità rispetto la normativa del commercio elettronico con riguardo alla vendita di servizi online di Promos Italia, così come con riguardo all'integrazione di strumenti di IA ad uso aziendale in conformità a quanto previsto dalla Legge 132/2025.

Infine, anche a seguito delle raccomandazioni formulate dagli Organi di controllo con riguardo al sistema di controllo e rischi, è stata implementata la policy aziendale in materia di Incident Management System (IMS) & Business Recovery e definito il sistema di Enterprise Risk Management (ERM) che verrà adottato nel corso del secondo semestre 2026.



Servizi erogati nel primo semestre 2026 ai Soci*



Nel primo semestre 2026 sono stati erogati complessivamente 7.100 servizi. Advisory e Matching rappresentano le aree prevalenti, con 3.627 e 2.786 servizi, pari a oltre l'80% del totale. Opportunità ed Attrattività completano il quadro, confermando un avanzamento significativo verso l'obiettivo annuale e la centralità dei servizi a supporto dell'internazionalizzazione delle imprese e nell'attrazione degli investimenti esteri.

---

* Dato al 26 giugno (esclusa Area Attrattività che conta 103 servizi e gli eventi).

** Nuove aziende estere entrate in assistenza con l'attivazione di almeno un servizio.



01. Advisory

Orientamento, Informazione, Formazione e Digitale

	Altro	Assessment Digitali	Corsi	Fiere	Missioni Imprend.	Partner	Assistenza	Servizi digitali	Totale
DigIT Export		619	154				41		**814**
Formazione			1.378						**1.378**
Prima Assistenza							543		**543**
Progetto SEI							125		**125**
Progetti specifici								1	**1**
Servizi digitali	566		44					156	**766**
TOTALE	**566**	**619**	**1.576**	**0**	**0**	**0**	**709**	**157**	**3.627**

La linea di attività “Advisory” offre alle imprese un'ampia gamma di servizi di assistenza, formazione sull'export e soluzioni per l'export digitale. Tra le principali attività rientrano: assistenze individuali e collettive; assessment per valutare la propensione all'export e all'export digitale; formazione specializzata erogata da NIBI; servizi digitali ad alto valore aggiunto finalizzati a migliorare la competitività delle imprese e ad aumentare le vendite sui mercati internazionali attraverso i canali online.

Nel corso del primo semestre 2026, la linea di attività “Advisory” ha avuto un impatto significativo nel supportare le imprese nei processi di internazionalizzazione e nell'adozione di soluzioni digitali per l'export, analizzando e adattando l'offerta all'evoluzione digitale. Grazie all'ampia gamma di servizi offerti - dagli assessment personalizzati alla formazione specializzata, passando per webinar, seminari e assistenza su misura - è stato possibile fornire un accompagnamento concreto alle aziende in tutte le fasi del loro percorso di crescita sui mercati esteri.

Un focus specifico è stato dedicato anche al ruolo dell'Intelligenza Artificiale nei processi di internazionalizzazione, con particolare attenzione alle applicazioni utili per migliorare l'efficacia delle strategie export: dall'analisi dei mercati esteri alla profilazione dei clienti, dall'ottimizzazione dei contenuti digitali alla gestione più efficiente delle

attività commerciali e promozionali. L'AI è stata presentata come uno strumento in grado di supportare le imprese nell'assunzione di decisioni più rapide e data-driven, favorendo una maggiore personalizzazione dell'offerta e un presidio più mirato dei canali online.

In questo quadro si inserisce anche il roadshow DigIT Export Day, realizzato nel primo semestre nelle città di Cosenza, Ferrara e Milano, con l'obiettivo di avvicinare le imprese agli strumenti e alle opportunità dell'export digitale.

Le tre tappe hanno registrato complessivamente 170 partecipanti e 68 appuntamenti individuali 1:1, confermando l'interesse delle aziende verso percorsi di accompagnamento personalizzati e soluzioni operative per rafforzare la propria presenza internazionale attraverso i canali digitali.



02. Matching

Incontri one to one online e in mercati strategici

	Altro	Assessment Digitali	Corsi	Fiere	Missioni Imprend.	Partner	Assistenza	Servizi digitali	Totale
Incoming						2.249			**2.249**
Outgoing					282				**282**
Turismo				255					**255**
TOTALE	**0**	**0**	**0**	**255**	**282**	**2.249**	**0**	**0**	**2.786**

La linea “Matching” offre alle imprese l'opportunità di incontrare controparti estere provenienti da tutto il mondo, sia da remoto, tramite incontri individuali sulla piattaforma dedicata InBuyer, sia attraverso iniziative di business matching in mercati strategici con il supporto di qualificati partner locali. Le agende di lavoro generate dai servizi di matching vengono pianificate in anticipo, garantendo alle imprese la costruzione di incontri d'affari di reciproco interesse tra le parti.

I servizi offerti si dividono in azioni di incoming e outgoing.

Incoming

InBuyer rappresenta il principale strumento di business matching di Promos Italia, offerto alle Camere di Commercio Socie e non Socie per supportare le piccole e medie imprese nei processi di internazionalizzazione e favorire il contatto con potenziali partner commerciali esteri.

Attraverso un calendario annuale di 14 sessioni online dedicate a diversi settori — tra cui Alimentare, Arredo, Cosmetica, Edilizia, Packaging, Subfornitura Meccanica, Vitivinicolo, Turismo e Moda/Accessori — il servizio consente alle aziende italiane di presentare la propria impresa e i propri prodotti all'interno di una piattaforma dedicata, entrando in relazione diretta con operatori internazionali qualificati attraverso incontri B2B one-to-one.

Tra i servizi di incoming rientrano anche i Fam Trip, iniziative dedicate alla filiera turistica e attivate su alcuni territori dei soci. Si tratta di viaggi esclusivi rivolti a buyer internazionali del settore turismo, concepiti per far conoscere le eccellenze italiane, valorizzare destinazioni culturali e turistiche di rilievo e favorire incontri diretti con operatori locali qualificati. Gli itinerari prevedono esperienze personalizzate e momenti di networking, con l'obiettivo di costruire relazioni professionali solide e trasformare gli operatori esteri coinvolti in veri e propri ambassador dei territori italiani.

Nel primo semestre 2026 è stato inoltre avviato lo sviluppo del CRM dei buyer, con l'obiettivo sia di definire un piano operativo di ingaggio di nuovi buyer che partecipino alle attività, sia di gestione e fidelizzazione dei buyer già presenti nei database e nelle piattaforme di Promos Italia.

Outgoing

Attraverso i progetti di Business Matching all'estero, le aziende hanno potuto beneficiare di un percorso strutturato di accompagnamento sui mercati internazionali, finalizzato a favorire l'avvio o il consolidamento di relazioni commerciali con controparti estere selezionate. Il servizio prevede una fase preliminare di orientamento e preparazione, utile a individuare il mercato più adatto al profilo e agli obiettivi dell'impresa, seguita da attività di ricerca partner e dall'organizzazione di agende B2B personalizzate. Gli incontri sono stati organizzati su misura, in presenza o in modalità virtuale, con l'obiettivo di generare opportunità concrete di business e relazioni di valore.

L'attività è stata realizzata in collaborazione con le Camere di Commercio Italiane all'Estero, ITA Agenzia e qualificati soggetti privati operanti nei diversi mercati di intervento, garantendo alle aziende un supporto specialistico sia in Italia sia all'estero.

In particolare, nel corso del primo semestre le iniziative sono state realizzate in alcuni mercati strategici come Brasile, Uzbekistan, Svizzera, Corea del Sud e Stati Uniti, anche nell'ambito del Bando “Export su Misura”, promosso da Regione Lombardia e Unioncamere Lombardia. La scelta di tali mercati ha consentito di intercettare aree ad alto potenziale per le imprese italiane e di promuovere un approccio operativo all'internazionalizzazione, basato su preparazione mirata, incontri qualificati e presenza diretta nei Paesi di interesse.

Nell'ambito dell'offerta dedicata al turismo, i progetti di business matching all'estero hanno inoltre rappresentato uno strumento strategico per sostenere l'internazionalizzazione delle destinazioni e delle imprese della filiera turistica. Attraverso la partecipazione a fiere e workshop internazionali, eventi di networking B2B e sales mission, il servizio ha favorito il contatto diretto tra operatori del territorio e buyer o decision maker internazionali, contribuendo al posizionamento delle destinazioni italiane sui principali mercati turistici esteri.



03. Opportunità

Scouting ed assistenza per finanziamenti e bandi

	FYT	Assessment Digitali	Corsi	Fiere	Missioni Imprend.	Partner	Assistenza	Servizi digitali	Totale
Finanza			70				2		**72**
Gare d'appalto	307		62						**369**
Progetti EU			71		22		39		**132**
Progetto SEI			114						**114**
TOTALE	**307**	**0**	**317**	**0**	**22**	**0**	**41**	**0**	**687**

L'area Opportunità mette a disposizione delle imprese servizi specialistici di financial advisory sui principali strumenti di finanziamento nazionali, europei e internazionali, accompagnandole nell'individuazione delle risorse più coerenti con le proprie strategie di sviluppo sui mercati esteri.

In tale ambito, sono state supportate diverse imprese sui temi della finanza agevolata, anche attraverso percorsi di consulenza individuale e in collaborazione con SIMEST. L'Area offre inoltre attività di assistenza, orientamento e consulenza per facilitare l'accesso alle gare d'appalto europee e internazionali, considerate una leva rilevante di internazionalizzazione attraverso la fornitura di beni e servizi. In particolare, nel primo semestre 2026, Promos Italia ha concluso lo sviluppo e lanciato Find Your Tender, una piattaforma innovativa per le imprese italiane che facilita la partecipazione alle gare d'appalto europee che costituiscono un mercato importante di oltre 800 miliardi di euro l'anno, a cui le imprese italiane accedono poco.

Attraverso FYT e l'algoritmo proprietario che è stato sviluppato le imprese hanno l'opportunità di ricevere in pochi minuti le gare più rilevanti per il proprio profilo. FYT conta già oltre 300 abbonati provenienti da tutte le province dei Soci.

Infine, l'area Opportunità promuove e realizza progetti europei in grado di generare benefici diretti per le imprese, come voucher e grant, e offre servizi a valore aggiunto rivolti alle aziende italiane, con particolare attenzione ai temi dell'internazionalizzazione, della sostenibilità e dell'innovazione. In particolare, i progetti gestiti nell'ultimo triennio da Promos Italia hanno generato progetti per un valore complessivo di oltre 37 milioni di euro in collaborazione con oltre 40 partner esteri.



04. Attrattività

Market Intelligence, lead generation, assistenza e project management

Promos Italia ha continuato a sviluppare la sua funzione di ricerca e supporto agli investimenti esteri, in particolare in Lombardia, ma anche con azioni mirate sui territori di Genova e Modena.

A partire da gennaio 2026, sono state assistite sul territorio lombardo 103 aziende estere, con l'erogazione di almeno un servizio.

Inoltre, nello stesso periodo di riferimento, 9 aziende hanno già concretizzato un investimento sul territorio, con un impatto stimato a 3 anni dalla realizzazione dei progetti pari a 12,4 miliardi di euro in CAPEX e oltre 4.300 nuovi posti di lavoro.

Sul fronte aftercare, Promos Italia ha rafforzato il supporto alle imprese estere già presenti in Lombardia, strutturando una funzione dedicata e avviando nuove attività di ascolto e coinvolgimento delle aziende insediate sul territorio. In tale ambito è stata realizzata, in collaborazione con AICE, una survey rivolta a 85 imprese estere presenti in Lombardia, dalla quale è emerso un tasso di risposta dell'8% e l'individuazione di 2 aziende potenzialmente interessate a nuovi investimenti sul territorio regionale.

Parallelamente, è stato avviato un confronto operativo con Invitalia finalizzato alla definizione di modalità di collaborazione e coordinamento sulle attività di aftercare e accompagnamento ai reinvestimenti.

Nel primo semestre 2026 è stata intensificata l'attività di comunicazione, promozione e valorizzazione dell'attrattività della Lombardia, con l'obiettivo di rafforzarne il posizionamento a livello nazionale e internazionale come destinazione privilegiata per investimenti, innovazione e sviluppo d'impresa. Attraverso una presenza qualificata nei principali eventi globali è stato possibile presentare a investitori e aziende internazionali i punti di forza dell'ecosistema lombardo, le opportunità offerte dal territorio e gli strumenti per supportare nuovi insediamenti e percorsi di crescita.

Particolare rilievo ha assunto l'evento istituzionale di Roma “Lombardia Hub Europeo: la nuova strategia per investimenti e sviluppo”, che ha rappresentato un importante momento di visibilità e confronto con stakeholder istituzionali, imprese e media. Parallelamente, la partecipazione a manifestazioni internazionali quali MIPIM, Swiss Biotech Day e BIO International Convention, insieme all'organizzazione di eventi collaterali, incontri B2B e attività di networking, ha consentito di consolidare la notorietà del brand Lombardia sui mercati esteri, ampliare la rete di relazioni con investitori e operatori internazionali e generare nuove opportunità di investimento e collaborazione per il territorio.

Promos Italia ha perseguito anche l'obiettivo di rafforzare ulteriormente il proprio network globale, rinnovando la Letter of Intent del progetto Business Passport dei 4 Motori, sottoscritta durante la cerimonia di passaggio di Presidenza

dei Quattro Motori per l'Europa tenutasi a Barcellona l'11 giugno.

Infine, nell'ambito del Protocollo di collaborazione sottoscritto da MIMIT e Unioncamere, Promos Italia ha avviato una prassi periodica di scambio e confronto, insieme a Unioncamere, con gli uffici preposti di MIMIT (in particolare l'UMASI - Unità di missione per l'attrazione e lo sblocco degli investimenti) e di Invitalia, volta a rafforzare il collegamento delle politiche e degli strumenti nazionali con i fabbisogni dei territori e gli strumenti del sistema camerale.

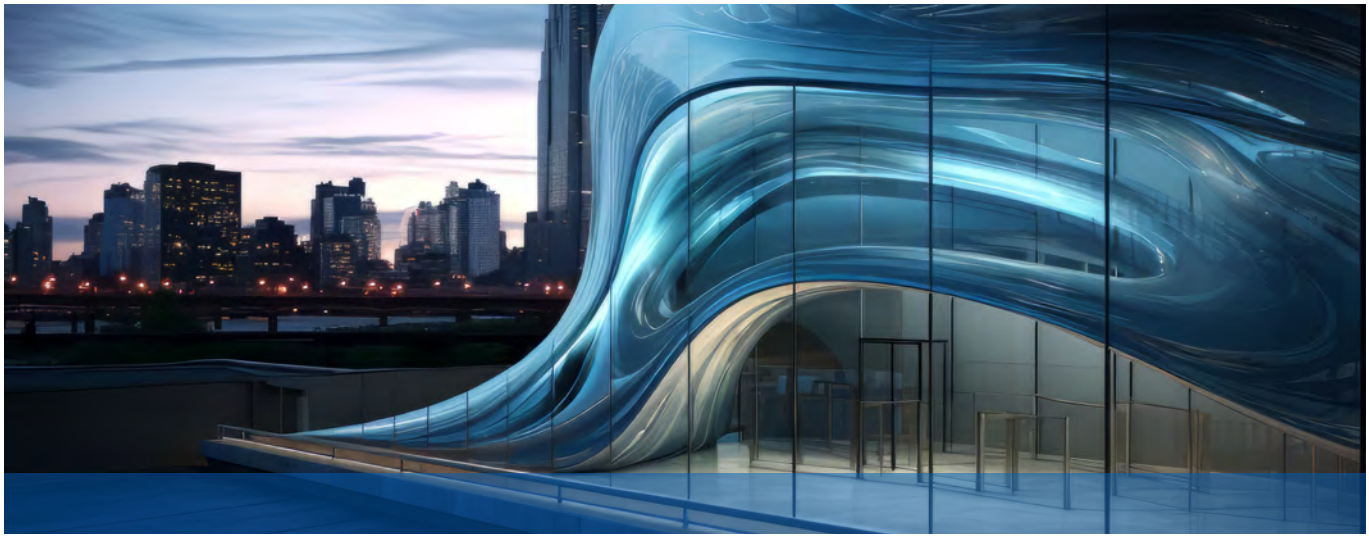
05. Eventi

A) Attività di promozione e aggiornamento (dato riguardante i Soci)

Linea di business	Linea di attività	Numero Eventi	Totale generale
Advisory	DigIT Export	142	142
	Prima assistenza	89	89
	Progetti specifici	26	26
	Servizi digitali	306	306
Totale Advisory		**563**	**563**
Matching	Outgoing	25	25
Totale Matching		**25**	**25**
Opportunità	Prima assistenza	58	58
Totale Opportunità		**58**	**58**
Totale Generale		**646**	**646**

B) Attività di promozione e aggiornamento (dato riguardante i non Soci)

Linea di business	Linea di attività	Numero Eventi	Totale generale
Advisory	DigIT Export	8	8
	Prima assistenza	108	108
	Progetti specifici	9	9
	Servizi digitali	40	40
Totale Advisory		**165**	**165**
Opportunità	Progetti europei e internazionali	4	4
Totale Opportunità		**4**	**4**
Totale Generale		**169**	**169**



05. Servizi erogati

Distribuzione per tipologia di servizio

Durante il primo semestre 2026, Promos Italia ha fornito a tutte le Camere di Commercio Socie una serie di interventi legati ai diversi settori operativi dei Servizi Consortili e dei Servizi Specifici. L'impegno si è concretizzato in un affiancamento costante, che ha coperto sia la promozione e la comunicazione a livello locale, sia l'effettiva realizzazione delle attività.

Per quanto riguarda invece i Servizi Consortili Specifici, definiti attraverso accordi personalizzati con i singoli Soci, l'azienda ha assicurato la pianificazione, la diffusione sul territorio e l'avvio - o l'esecuzione completa - del progetto concordato.

In totale, dal 1° gennaio al 26 giugno, sono stati forniti 7.100 servizi, i cui dettagli sono illustrati in tabella.

Per quanto riguarda l'Attrattività vanno conteggiate 104 nuove imprese estere entrate in pipeline nel primo se interessate ad un progetto di investimento sui territori delle province lombarde, che hanno usufruito di almeno un servizio di Promos.

A) Servizi erogati ai Soci

CCIAA Socia	Altro	Assessment Digitali	Corsi	Fiere	Missioni Imprend.	Partner	Assistenza	Servizi digitali	Totale
BG	14	5	66		24	82	5	0	**196**
CE	3	1	15		0	28	21	8	**76**
CS	3	0	25		35	67	10	2	**142**
CZ-KR-VV	1	0	2		0	37	3	0	**43**
FE-RA	22	3	304		5	88	356	5	**783**
GE	11	1	44		1	94	15	2	**168**
MILOMB	709	518	915	255	170	787	133	102	**3.589**
MO	21	76	157		12	102	96	10	**474**
PN-UD	28	3	114		26	219	46	2	**438**
SA	14	2	33		0	83	1	10	**143**
SO	6	0	40		0	53	0	2	**101**
Sud Est Sicilia	12	4	9		28	105	5	4	**167**
Toscana Nord-Est	16	2	97		2	204	57	7	**385**
Umbria	13	4	72		1	300	2	3	**395**
Totale	**873**	**619**	**1.893**	**255**	**304**	**2.249**	**750**	**157**	**7.100**

B) Servizi erogati ai non Soci

	Altro	Assessment Digitali	Corsi	Fiere	Missioni Imprend.	Partner	Assistenza	Servizi digitali	Totale
NON SOCI	9	12	375		82	748	77	20	**1.323**
Totale	**9**	**12**	**375**		**82**	**748**	**77**	**20**	**1.323**

Totale servizi erogati (A+B)

	Altro	Assessment Digitali	Corsi	Fiere	Missioni Imprend.	Partner	Assistenza	Servizi digitali	Totale
A) SOCI	873	619	1.893	255	304	2.249	750	157	**7.100**
B) NON SOCI	9	12	375		82	748	77	20	1.323
Totale Generale	**779**	**631**	**2.268**	**255**	**386**	**2.997**	**827**	**177**	**8.423**

Forecast 2026 (5+7)

Conto economico riclassificato*

	Budget 2026	Forecast 5+7	% su Ricavi	For.5+7 vs. Bdg26	Scost. % For.5+7 vs Bdg26
Ricavi	**15.336**	**15.001**	**100**	**-336**	**-2%**
Servizi Consortili	3.500	3.500	23%	0	0%
Servizi Consortili Specifici	9.836	9.725	65%	-110	-1%
Contributo affitto	440	445	3%	5	1%
Servizi Specifici cofinanziamento Terzi	387	461	3%	74	19%
Mercato	1.173	869	6%	-304	-26%
Costi diretti esterni	**5.590**	**5.296**	**35%**	**-294**	**-5%**
Costi produzione - per SCG	995	1.090	7%	95	10%
Costi produzione - per SGS e Terzi in cofinanz.	4.130	3.903	26%	227	-6%
Costi produzione - per Mercato	465	304	2%	162	35%
I Margine	**9.746**	**9.704**	**65%**	**-42**	**0%**
Costi diretti interni	6.012	5.951	40%	-60	-1%
II Margine	**3.735**	**3.753**	**25%**	**19**	**1%**
Costi di struttura	3.603	3.617	24%	14	0%
Margine Operativo Lordo	**131**	**136**	**1%**	**5**	**4%**
Accantonamenti, ammortamenti e svalutazioni	171	152	1%	-20	-12%
Margine Operativo Netto	**-41**	**-16**	**0%**	**25**	**-62%**
Proventi e oneri finanziari	85	61	0%	-24	-28%
Risultato Ante Imposte	**44**	**46**	**0%**	**1**	**3%**
Imposte	16	20	0%	4	25%
Utile (Perdita) dell'esercizio	**28**	**26**	**0%**	**-3**	**-9%**

* Dati in migliaia di €

Forecast Highlights

Il Forecast 2026, elaborato sulla base dei dati consuntivi gennaio-maggio e delle previsioni per i restanti sette mesi, conferma la sostanziale tenuta degli equilibri economici aziendali e recepisce la programmazione condivisa con i Soci.

Nel primo semestre sono stati erogati 8.320 servizi, pari a oltre il 64% dell'obiettivo annuo di 13.000 servizi, e sono state sviluppate importanti iniziative in ambito digitale, attrazione degli investimenti esteri e internazionalizzazione delle imprese, in coerenza con gli obiettivi del Piano Strategico 2025-2027. Inoltre, dal 12 giugno 2026 la compagine sociale si è ulteriormente rafforzata con l'ingresso della Camera di Commercio di Varese, confermando l'apprezzamento del modello operativo di Promos Italia e ampliandone ulteriormente la rappresentatività territoriale.

I ricavi complessivi sono stimati in € 15,0 mln, in lieve diminuzione rispetto al Budget (-2%), con oltre il 95% già contrattualizzato. I servizi consortili sono confermati a € 3,5 mln, mentre i servizi consortili specifici si attestano a € 9,7 mln (-1% vs Budget); il contributo della CCIAA Milano Monza Brianza Lodi risulta in linea con le previsioni e pari a € 0,435 mln.

La principale area di scostamento riguarda i ricavi da terzi, previsti pari a € 1,33 mln (-15% vs Budget). In particolare, i servizi a mercato si attestano a € 0,87 mln (-26% vs Budget), risentendo delle persistenti tensioni geopolitiche internazionali che stanno rallentando i processi di internazionalizzazione delle PMI. In tale contesto, la recente crisi nello Stretto di Hormuz ha contribuito ad accrescere l'incertezza sui mercati internazionali, determinando rallentamenti nei flussi commerciali, incremento dei costi logistici e maggiore prudenza delle imprese nell'avvio di nuovi progetti di sviluppo estero. Risultano invece superiori alle attese i servizi in cofinanziamento (€ 0,46 mln, +19% vs Budget).

Sul fronte dei costi, il contenimento dei costi esterni (€ 5,3 mln, -5% vs Budget) consente di compensare parte della minore contribuzione derivante dai ricavi da mercato. I costi di struttura (€ 3,6 mln) e il costo del personale risultano complessivamente in linea con le previsioni.

Grazie a tali dinamiche, il margine di contribuzione si mantiene in linea con il Budget a € 9,7 mln, con un miglioramento della marginalità dal 64% al 65%.

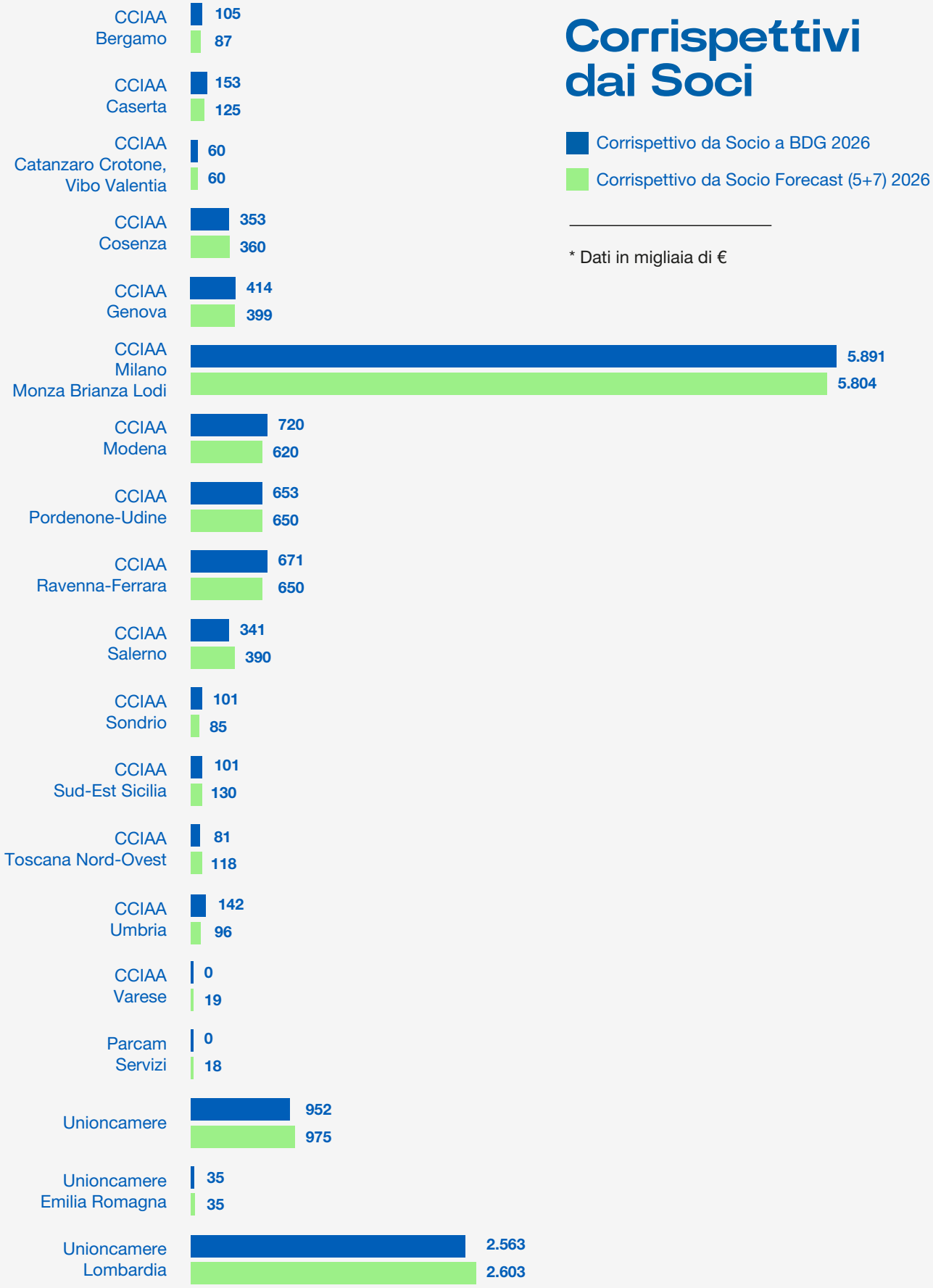
Il Margine Operativo Lordo (MOL) è previsto pari a € 136 mila, in crescita del 4% rispetto al Budget, a conferma dell'efficacia delle azioni di controllo dei costi e del mantenimento della redditività operativa.

L'utile di esercizio previsto si attesta a € 26 mila, confermando la capacità della Società di preservare il proprio equilibrio economico e finanziario anche in un contesto internazionale caratterizzato da elevata volatilità e incertezza.

Nella tabella seguente i corrispettivi dai Soci relativi al preventivo 2026 rispetto al Forecast 5+7.

Per il Socio Camera di Commercio Milano, Monza Brianza, Lodi non è conteggiato il contributo su affitto per l'anno 2026 pari a € 0,445 mln che resta sostanzialmente invariato nelle previsioni di forecast.

Corrispettivi dai Soci



PROMOS ITALIA

VICINI ALLE IMPRESE, CONNESSI AI MERCATI

Promos Italia è l'Agenzia Nazionale del Sistema Camerale per l'Internazionalizzazione, capace di tradurre le opportunità globali in progetti concreti, aiutare le PMI italiane a competere sui mercati internazionali e supportare i territori e le istituzioni locali nell'attrarre investitori esteri.

Promos Italia collabora con il sistema camerale italiano, con Assocamerestero, le Camere di Commercio italiane all'estero e con le agenzie pubbliche del Governo italiano: ICE, Sace e Simest.

Promos Italia fa parte di network internazionali come Enterprise Europe Network (EEN), collabora con Eurochambres e il sistema camerale europeo per progettualità internazionali ed è Private Sector Liaison Officer per Banca Mondiale.

Promos Italia S.c.r.l.
Agenzia italiana per l'internazionalizzazione

Sede legale: Via Meravigli, 9/b - 20123 Milano (MI)
Sede operativa: Via Giosuè Carducci, 16 - 20123 Milano (MI)
Tel: +39 02 8515 5336
Email: info@promositalia.com

Promos Italia è partecipata dalle Camere di Commercio di Bergamo, Caserta, Catanzaro Crotone Vibo Valentia, Cosenza, Ferrara-Ravenna, Genova, Milano Monza Brianza Lodi, Modena, Pordenone-Udine, Salerno, Sud-Est Sicilia, Sondrio, Toscana Nord-Ovest, Umbria e da Unioncamere, Unioncamere Emilia-Romagna, Unioncamere Lombardia.

CAMERA DI COMMERCIO BERGAMO
CAMERA DI COMMERCIO CASERTA
Camera di Commercio Catanzaro Crotone Vibo Valentia
CAMERA DI COMMERCIO COSENZA
CAMERA DI COMMERCIO FERRARA RAVENNA
Camera di Commercio Genova
CAMERA DI COMMERCIO MILANO MONZABRIANZA LODI
CAMERA DI COMMERCIO MODENA
CAMERA DI COMMERCIO PORDENONE - UDINE
CAMERA DI COMMERCIO SALERNO
CAMERA DI COMMERCIO SONDRIO
CAMERA DI COMMERCIO DEL SUD-EST SICILIA
CAMERA DI COMMERCIO TOSCANA NORD-OVEST
CAMERA DI COMMERCIO DELL'UMBRIA
CAMERA DI COMMERCIO VARESE Futuro Impresa Territorio
PARCAM SERVIZI
UNIONCAMERE
UNIONCAMERE EMILIA ROMAGNA
UNIONCAMERE LOMBARDIA

Visita il sito web di Promos Italia
https://promositalia.com

Promos Italia fa parte della Rete EEN Enterprise Europe Network

enterprise europe network

Nel 2025 Promos Italia è stata certificata Great Place to Work

Great Place To Work. Certified 2025 ITALIA