

ALLEGATO A/2019 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

1 TITOLO DEL PROGETTO/INIZIATIVA:

I MESI DEL COMMERCIO

Descrizione sintetica della iniziativa:

Un calendario di appuntamenti rivolti alle aziende con iniziative di informazione, assistenza, formazione e supporto organizzativo alle piccole e medie imprese in particolare, per affrontare al meglio i mercati e il rapporto con la clientela, ma anche per un aggiornamento sui nuovi adempimenti che riguardano le imprese e le opportunità nell'e-commerce

2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

CONFESERCENTI Associazione Provinciale di Ravenna – codice fiscale 80005780392

3 PERIODO E LUOGO DI SVOLGIMENTO (l'iniziativa dovrà essere conclusa e rendicontata entro il 31 marzo 2020)

Luogo di svolgimento:

Diversi luoghi e zone della Provincia.

Data di avvio e termine della iniziativa:

Da metà settembre 2019 a fine novembre 2019.

4 OBIETTIVI DEL PROGETTO

Sono appuntamenti di aggiornamento e informazione, ma anche momenti significativi ed emblematici che vogliono riproporre con ancora più forza all'attenzione generale, in un momento caratterizzato dall'impatto con la crisi dei consumi, le esigenze e le tematiche più attuali del mondo commerciale e turistico, il loro ruolo economico e sociale insostituibile di questi settori, il loro presente e futuro, nonché il rapporto tra questi comparti e il resto del tessuto economico e territoriale. Abbiamo consolidato l'inserimento in questo unico contenitore anche delle iniziative delle "Vitamine per l'e-commerce".

esplicitando in particolare:

4.1 Ambito/i di intervento del progetto presentato in riferimento all'art. 2 del bando:

- attività' d'informazione economica e assistenza tecnica alla creazione di imprese e start up, incluso il passaggio generazionale;
- informazione, formazione, supporto organizzativo e assistenza alle piccole e medie imprese per la preparazione ai mercati internazionali, con esclusione delle attività' promozionali direttamente svolte all'estero;
- valorizzazione del patrimonio artistico e culturale;
- sviluppo e promozione dell'intera filiera del turismo;
- iniziative per la tutela ambientale nonché supporto alle piccole e medie imprese per lo sviluppo e il miglioramento delle conoscenze e delle condizioni ambientali;

ALLEGATO A/2019 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

- iniziative e progetti di orientamento al lavoro e alle professioni, alternanza scuola-lavoro;
- informazione e assistenza alle imprese sulla sicurezza, conformità, norme tecniche e legalità dei prodotti per la tutela del consumatore;
- sviluppo della cultura digitale, della digitalizzazione e del web marketing;
- qualificazione aziendale e dei prodotti, anche attraverso progetti di assistenza e benchmarking.

4.2 Motivazioni del richiamo ad uno o più ambiti di intervento di cui all'art. 2 del bando

Come riportato sopra, si tratta di Focus, Worskshop, incontri e confronti aperti alle imprese.

Vogliono in particolare essere momenti di confronto e aggiornamento degli stessi operatori di diverse tipologie merceologiche su tematiche molto attuali e sentite (le normative sul lavoro, sulla sicurezza dei dati nelle trasmissioni telematiche e in rete, la digitalizzazione e l'innovazione digitale, il credito, open days di categoria, l'arenile, l'animazione nei centri storici e la legge 41, il turismo, il neuromarketing, le politiche finanziarie) o per tematiche specifiche di settore (ad esempio workshop fioristi sugli addobbi per i matrimoni in ville, agenti di commercio, pubblici esercizi, operatori turistici, le novità per gli operatori su aree pubbliche).

Trattandosi di aggiornamenti e formazione, nonché di assistenza tecnica, consideriamo la forte integrazione tra i diversi ambiti interessati e previsti dal Bando camerale.

4.3 Dimensione territoriale del progetto/iniziativa:

- locale/provinciale nazionale internazionale

4.4 Elementi per l'identificazione della dimensione territoriale dell'impatto del progetto/iniziativa

Gli eventi e gli incontri si terranno in tutta la Provincia e in ogni caso nelle 4 zone previste (Ravenna, Cervia, Faenza, Lugo e Russi).

4.5 Prodotti e/o servizi/iniziative che si intende realizzare

Il calendario degli eventi con i servizi collaterali e la creazione del materiale promozionale. Il programma, ancora in corso di definizione, allo stato attuale è il seguente:

- Iniziativa con il Prof. Babiloni sul Neuromarketing (terzo incontro - Lugo)
- Incontro sul turismo (Cervia)
- DIH Digital Innovation Hub - L'opportunità di Google My Business per le piccole e medie imprese
- DIH Digital Innovation Hub - Vitamine per l'e-commerce: incontri, seminari sull'email marketing e sviluppo del brand
- E-commerce e innovazione digitale (un incontro in tutte le 4 sedi territoriali Confesercenti)
- Open day agenti di commercio (Ravenna)
- Valorizzazione del centro storico e progetti per la Legge 41 (Ravenna)
- Fioristi – giornate di aggiornamento (Lugo)
- Le normative sul lavoro: agevolazioni e cosa cambia per le imprese (un incontro nelle 4 sedi territoriali)

ALLEGATO A/2019 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

- Il ruolo nuovo della banca e del sistema finanziario e dei confidi (un incontro)
- Le novità legislative per il commercio su aree pubbliche
- La sicurezza dei nostri dati sul web

4.6 Enti e soggetti istituzionali ed economici sul territorio coinvolti come partner nel progetto/iniziativa

Soggetti Pubblici

Saranno coinvolti nelle varie iniziative consulenti esperti, amministratori, esperti del sistema.

Soggetti Privati

Vari consulenti ed esperti ed un Istituto di credito locale.

4.7 Numero di imprese che si intende coinvolgere direttamente e indirettamente nel progetto/iniziativa

Obiettivo de “I Mesi del Commercio” coinvolgere direttamente negli incontri, ma anche con l’informazione e nel passaparola, diverse centinaia di imprese anche non associate trattandosi di incontri pubblici e gratuiti.

Si presenteranno anche nuovi servizi rivolti alle imprese e ai cittadini.

4.8 Modalità di coinvolgimento delle imprese nell’ambito del progetto/iniziativa

Le imprese verranno coinvolte direttamente negli incontri, ma anche con l’informazione e nel passaparola e attraverso i mezzi informativi dell’Associazione.

Particolarmente usati i mezzi di comunicazione giornalistica e online esistenti in provincia.

4.9 Eventuali elementi di incidenza diretta e duratura sul sistema economico provinciale piuttosto che elementi indiretti o solo temporanei

Sempre al fine di fornire elementi duraturi e maggiori alle aziende, con positive ricadute e auspicate sulla loro funzionalità nel territorio come per la loro stessa promozione.

4.10 Ricadute positive previste sull'economia e sulla promozione del territorio di riferimento

Avere aziende strutturate e formate le aiuta a reggere meglio la loro competitività sul territorio.

Le statistiche nazionali ci dicono come i consumatori digitali siano fortemente influenzati dalla rete: infatti, ben l’80% degli acquisti viene fatto in negozio dopo aver cercato informazioni sul prodotto o sul brand direttamente dallo smartphone, è quindi cruciale saper curare contenuti, immagini e video nell’account della propria attività.

Ecco perché dal 2012 la Confesercenti di Ravenna organizza e promuove iniziative come Le Vitamine per l’e-commerce per promuovere la cultura digitale, con approfondimenti dedicati ai social media, e-mail marketing, e-commerce e brand reputation management:

ALLEGATO A/2019 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

tutte le iniziative sono ora confluite nel Digital Innovation Hub, la naturale evoluzione in questo percorso che proponiamo all'interno dei Mesi del Commercio.

5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

5.1 Progettazione e analisi del contesto

Questo nutrito appuntamento che si ripropone da 18 anni coinvolge centinaia e centinaia di aziende.

5.2 Fasi della realizzazione del progetto

Il programma dovrà essere pianificato nella tempistica e nei relatori al fine di tenere il giusto interesse e il giusto feeling con i partecipanti.

5.3 Promozione/comunicazione (descrivere le azioni promozionali previste anche in merito alla evidenza del sostegno camerale di cui all'art. 10 del bando)

Una volta definite le iniziative si procederà con la predisposizione del materiale informativo sia del cartellone generale che delle iniziative specifiche utilizzando in primis canali interni (periodici, social, posta) così come quelli esterni (locandine, inviti, spazi su TV, quotidiani e radio locali, ecc.) e in rete (sarà utilizzata una unica immagine grafica). Saranno predisposte anche apposite azioni pubblicitarie con la documentazione necessaria. Analogamente si predisporranno appositi video da divulgare e condividere, anche in rete.

5.4 Valutazione dei risultati (metodologie che si intende utilizzare ai fini della valutazione qualitativa e quantitativa dei risultati).

Attraverso brevi e sintetici questionari si sonderà il grado di informazione e soprattutto di soddisfazione dei partecipanti.

6 ALLEGATI (documenti uniti in allegato alla relazione – facoltativi)

...

Ravenna, 12 marzo 2019

firma del legale rappresentante
(documento firmato digitalmente)
Monica Ciarapica