

# ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

## 1 TITOLO DEL PROGETTO/INIZIATIVA:

“Valorizzazione del Centro Commerciale Naturale di Lugo e dei centri urbani della Bassa Romagna. Promozione dell’incremento dei flussi turistici”

### Descrizione sintetica della iniziativa:

Coerentemente con le politiche di sviluppo dei comuni della **Bassa Romagna** messe in atto negli ultimi anni, il **Consorzio AnimaLugo** e le altre sei forme aggregative d'impresa costituite negli altrettanti comuni del nostro territorio **ViviConselice, CotignolainVita, Alfonsiné, Bagnacavallo fa Centro, Fusignano è Più, InMassa**, intendono proseguire nel lavoro di sviluppo delle progettualità ed azioni, in sinergia con le Amministrazioni pubbliche e le Associazioni di categoria, finalizzate a veicolare ed incrementare i flussi di utenti e fruitori dei contenuti d’attrattività e dei servizi dei centri storici e in modo ampio diffusi pure sull’intero territorio.

Il frutto di questo lavoro congiunto ha condotto a mettere a sistema iniziative e attività per creare un’immagine inedita e forte della Bassa Romagna come territorio unico e ricco di sfaccettature e realtà da scoprire, in grado di attirare flussi di persone dall’esterno e risorse economiche.

Il *Consorzio AnimaLugo*, oltre al sostegno degli aderenti (situati nel territorio lughese), svolge il ruolo di promozione e supporto alla comunicazione delle attività di tutte le reti d’impresa della Bassa Romagna.

In particolare:

- svolge attività di comunicazione, informazione e ufficio stampa sulle iniziative che le singole reti organizzano nei propri territori;
- redige, coordina e attua “Fate i buoni”: strumento di sviluppo “promocommerciale” con l’obiettivo di canalizzare consumi e risorse economiche nelle imprese locali della Bassa Romagna.
- svolge attività di social media marketing con monitoraggio delle iniziative e dei servizi delle reti che compongono “InBassaromagna” (ViviConselice, CotignolainVita, Alfonsiné, Bagnacavallo fa Centro, Fusignano è Più, InMassa)

## 2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

AnimaLugo – Consorzio di promozione territoriale del centro commerciale naturale di Lugo e della Bassa Romagna

## 3 PERIODO E LUOGO DI SVOLGIMENTO (l’iniziativa dovrà essere conclusa e rendicontata entro il 31 marzo 2021)

### Luogo di svolgimento:

La Bassa Romagna (ovvero il territorio occupato dai 9 comuni: Lugo, Bagnacavallo, Cotignola, Fusignano, Conselice, Massa Lombarda, Alfonsine, Bagnara di Romagna, Sant’Agata sul Santerno).

### Data di avvio e termine della iniziativa:

Dal 1 giugno al 31 dicembre 2020

# ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

## 4 OBIETTIVI PREVENTIVATI DEL PROGETTO

- Definizione di progettualità di natura promo-commerciale e di comunicazione con caratteristiche tali da permetterne la continuità e lo sviluppo negli anni;
- Valorizzazione delle eccellenze locali in ambito culturale, ambientale, storico ed economico;
- Favorire e sviluppare la vocazione all'accoglienza, anche turistica del territorio;
- Incrementare il senso di appartenenza dei soci alle forme aggregative d'Impresa e la consapevolezza del proprio ruolo come portavoce di un territorio che si promuove attraverso "quello che fa";
- Sostenere e ampliare i progetti di promo-commercializzazione in grado di trattenere, veicolando opportunamente, risorse economiche altrimenti destinate a disperdersi fuori dal territorio di riferimento.

**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;
- 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

Il progetto si propone di promuovere le imprese e il territorio in oggetto, all'interno e fuori dai propri confini, con la finalità di stimolare continuità e crescita del tessuto economico locale. La Bassa Romagna deve essere maggiormente conosciuta e promossa anche fuori dai i suoi confini, attraverso il digitale e il web marketing.

Le eccellenze locali, in ambito culturale, naturalistico, storico-artistico e dei contenuti dell'offerta dei servizi da parte delle imprese del territorio.

La Bassa Romagna dimostrerà di sapersi promuovere sviluppando contenuti e narrazione degli elementi di attrattività che la caratterizzano attraverso i nuovi media e strumenti digitali.

### 4.3 Dimensione territoriale del progetto/iniziativa:

- X  locale/provinciale       nazionale       internazionale

# ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

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

Il progetto è declinato nella dimensione territoriale dei comuni della Bassa Romagna: contenuti, azioni, iniziative sono promossi in quanto riferiti ad una realtà articolata ma coerente, attraverso strumenti cartacei, digitali e social e rivolti ai cittadini del territorio e in generale a chiunque risulti interessato a visitarlo. Ugualmente, contenuti e metodi delle azioni di promo commercializzazione sono proposti in modo unitario: un progetto unico per la Bassa Romagna.

## 4.5 Prodotti e/o servizi/iniziativa che si intende realizzare

Il programma comprende la realizzazione di strumenti divulgativi atti a

- promuovere il territorio e le iniziative delle forme aggregative d'impresa, attraverso mezzi e contenuti informativi cartacei e digitali;
- svolgere attività di promozione e divulgazione di eventi/manifestazioni dei singoli comuni della Bassa Romagna;
- sviluppare una promozione collettiva dei contenuti d'offerta di beni e servizi alle persone da parte del sistema dell'imprenditoria diffusa sul territorio, anche attraverso il confezionamento di contenuti digitali, in una logica di integrazione dei canali *off e on line*:

1. proposta di Virtual tour delle realtà locali, consentendo di "entrare" nel punto vendita attraverso lo smartphone. Lo strumento rappresenta il primo passo nel processo di digitalizzazione delle singole imprese locali (commerciali e di artigianato di servizio). In un secondo tempo i negozi potranno integrare e-commerce e servizi innovativi.
2. shopping card (fisica o virtuale) in grado di generare ad ogni acquisto cashback immediatamente utilizzabile o dare titolo a buoni spesa spendibili nel circuito, al raggiungimento di saldi prestabiliti della card, la quale è in grado di generare report delle attività di spesa;
3. individuazione di servizi e o punti di ritiro delle merci acquistate, per offrire agli acquirenti una maggior flessibilità e permettere loro di scegliere in totale libertà l'orario di ritiro della merce;
4. sviluppo dell'iniziativa promo-commerciale "Fate i buoni" (buoni spesa, editati anche in convenzione con piattaforme di welfare aziendale, ceduti alle aziende e a privati, da consumare negli esercizi aderenti al circuito delle forme aggregative d'Impresa della Bassa Romagna), in grado di stimolare una sinergia fra imprese strutturate del territorio interessate ad attivare articolati piani di welfare aziendale a favore dei loro dipendenti da una parte e dall'altra gli erogatori di beni e servizi alle persone presenti sul territorio.
5. Formazione all'uso degli strumenti di Digital marketing

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

**Soggetti Pubblici:** Amministrazioni Comunali e Unione dei Comuni della Bassa Romagna  
Associazioni economiche: Confcommercio, Confartigianato, Confesercenti, Cna;

**Soggetti Privati:** Imprese commerciali, artigiane e di servizi aderenti e non al **Consorzio AnimaLugo** e alle forme aggregative d'Impresa **ViviConselice**, **CotingolaInvita**, **Alfonsiné**, **Bagnacavallo fa Centro**, **Fusignano è Più**, **InMassa**.

# ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

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

Si calcolano in circa 300 le imprese facenti parte del sistema a rete che partecipano al progetto in oggetto, concorrendo o aderendo alla realizzazione e promozione delle iniziative con i fini in oggetto, a cui si aggiungono le attività imprenditoriali più strutturate presenti sul territorio basso romagnolo operanti nei più svariati settori. Si conta di trovare il supporto anche di queste ulteriori attività in accordo con la tipologia delle iniziative proposte.

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

Le imprese saranno coinvolte attraverso incontri, in presenza ed in videoconferenza, durante i quali verranno illustrati caratteristiche, contenuti e finalità dei contenuti di progetto descritti nella presente relazione, al fine di sensibilizzarle per un pieno coinvolgimento nei confronti della valorizzazione del territorio attraverso la propria offerta di eventi e iniziative.

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

- Conservazione e, auspicabilmente, sviluppo e crescita economica delle attività commerciali e di servizio presenti capillarmente nei centri urbani ed in modo diffuso sul territorio, contrastando desertificazione e diminuzione dei livelli di tutela e di servizio sia dei centri che delle periferie, favorendo la conservazione di un buon livello di coesione sociale;
- Promozione del patrimonio storico e culturale dei centri storici, conservando, diffondendo ed aggiornando tradizioni enogastronomiche e sociali del territorio.
- Immissione di valore all'interno del territorio alimentando una stretta sinergia tra imprese più strutturate ed attività commerciali e dell'artigianato di servizio, contrastando la fuga dei consumi verso altre realtà territoriali.

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

- Supporto alle politiche di marketing urbano e territoriale sviluppate dalle Amministrazioni Comunali;
- Supporto alle politiche di marketing territoriale sviluppate dall'Unione dei Comuni;
- Rafforzamento dell'identità Bassa Romagna e della percezione delle opportunità offerte dal territorio "Bassa Romagna";
- Sviluppo di realtà imprenditoriali impegnate nell'accoglienza/turismo;
- Sostegno alla conservazione e sviluppo delle attività produttive, commerciali e artigianali che agiscono sul territorio.

## 5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

### 5.1 Progettazione e analisi del contesto

Alla valorizzazione del nostro territorio può contribuire fortemente la promozione e comunicazione della sua offerta, costituita non solo da alcune eccellenze sotto il profilo culturale, architettonico, storico ed artistico (in grado di generare visitatori e consumi) ma anche dai contenuti in termini di disponibilità di beni e servizi proposti dalle imprese dell'economia diffusa sul territorio.

La progettazione di specifiche azioni od iniziative, può costituire veicolo di traino al progetto di promozione e valorizzazione della Bassa Romagna.

# ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

## 5.2 Fasi della realizzazione del progetto

Il progetto si sviluppa nel corso del 2020, con la progettazione (già avviata), realizzazione e promozione progressiva delle azioni ed iniziative, prevedendosi un continuum ed una crescita, piuttosto che interventi spot, privi di organicità e mancanti di continuità.

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

Le principali iniziative verranno supportate da attività di comunicazione decise, per modalità e pianificazione, di volta in volta. Si tratta di:

- Attività di ufficio stampa;
- Promozione attraverso i canali social (Facebook e siti web a disposizione);
- Eventuali campagne pubblicitarie su testate cartacee e radio;
- Brochure, volantini, locandine. Eventuali affissioni;
- Portale inbassaromagna.it

Tutti i materiali sviluppati recheranno il riferimento al contributo della Camera di Commercio il cui logo sarà sempre presente, insieme a quello delle Associazioni di Categoria promotrici e di eventuali altri sponsor istituzionali (a cui si aggiungeranno i loghi di eventuali sponsor/partner delle singole iniziative).

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

Verranno effettuati periodici monitoraggi sull'andamento del numero di visitatori presso le attività commerciali associate alle forme aggregative d'impresa e numero di utilizzatori dei servizi e fruitori di tutte le opportunità messe a disposizione, sull'andamento degli accessi al portale inbassaromagna.it (aggiornato quotidianamente sui principali eventi del territorio) e utilizzando anche gli strumenti in dotazione delle amministrazioni comunali in grado di valutare incrementi nei flussi di visitatori.

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

ALLEGATO 1: AZIONI, EVENTI DELLE SINGOLE FORME AGGREGATIVE D'IMPRESA IN PROGRAMMA PER IL 2020

ALLEGATO 2: INIZIATIVA DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE

### Luogo e data

Lugo, 29/07/2020

**firma del legale rappresentante  
(documento firmato digitalmente)**

*Nome e Cognome  
SIMONE BAIONI*



## **ALLEGATO 1: EVENTI DELLE SINGOLE RETI D'IMPRESA IN PROGRAMMA PER IL 2020**

Le reti di imprese della Bassa Romagna come ogni anno svolgono varie iniziative a favore del proprio centro commerciale naturale di tipo culturale e a favore dell'aggregazione sociale.

Nel caso delle reti che si riferiscono ai comuni più piccoli parte del loro impegno è rivolto all'organizzazione di eventi di tipo aggregativo e culturale di dimensione locale. Alcune iniziative possono interessare una platea più ampia e, su queste, il consorzio si focalizza per supportare in termini di comunicazione l'iniziativa stessa.

### **Comune: ALFONSINE**

#### **Rete d'impresa: ALFONSINE'**

##### **Eventi in programmazione:**

Iniziativa online "SAGRA DELLE ALFONSINE" (25 maggio, 7 giugno) la rete Alfonsiné collabora nella promozione dell'evento – quest'anno virtuale - incentrato sulla storia della manifestazione.

Durante il **PERIODO NATALIZIO**, la rete d'impresa organizza alcune iniziative a tema:

- Presenza pista di pattinaggio;
- Natale ad Alfonsine

### **Comune: BAGNACAVALLO**

#### **Rete d'impresa: BAGNACAVALLO FA CENTRO**

##### **Eventi in programma:**

1. **Di martedì sera** : (14,21,28 luglio) apertura straordinaria dei negozi e musica all'aperto.
2. **Luci sulla città** : tradizionale accensione delle luminarie natalizie

### **Comune: CONSELICE**

#### **Rete d'impresa: VIVICONSELICE**

##### **Eventi in programma:**

1. **Conselice Rockabilly festival**: 6-8 settembre 2019. Festival dedicato alla musica e alla cultura dell'America degli anni 50.
2. **La Magia del Natale** : Evento dedicato ai bambini.

### **Comune: COTIGNOLA**

#### **Rete d'impresa: COTIGNOLAINVITA**

##### **Eventi in programma:**

1. **Di balla in balla** : pic nic tra le balle di balla e nel contesto della manifestazione "L'Arena delle Balle di Paglia".
2. **Mutazioni post**: (21 luglio) Concerto Any Other a Barbiano

### **Comune: FUSIGNANO**

#### **Rete d'impresa: FUSIGNANO E' PIU'**

##### **Eventi in programma:**

1. **Lunedì del centro storico** : (21-29 giugno, 6,13,20,27 luglio) Organizzati dall'associazione cultura
2. **Musica Ragazzi** : (14 16 23 luglio), Parco Piancastelli
3. **Natale a Fusignano** : Allestimenti e animazione natalizia

**Comune: LUGO**

**Rete d'impresa: ANIMALUGO**

**Eventi in programma (il consorzio opera come cassa di risonanza e collabora in termini di comunicazione social):**

1. **Lugo cinema estate** (27 giugno-6 settembre). Chiostro del Carmine.
2. **Concerti al Pavaglione** (9 – 10 – 15 - 20): Concerti in collaborazione con La Fondazione Cassa di Risparmio e Banca del Monte di Lugo
3. **Concerto Giovani**: (16 luglio) Organizzato dalle Politiche giovanili dell'Unione dei Comuni della Bassa Romagna presso il Pavaglione
4. **Emilia Romagna Festival**: (10 agosto) Concerto chiostro del Carmine.
5. **Lugo Vintage Festival** (25-27 settembre): edizione di recupero della tradizionale mostra scambio di pezzi vintage.
6. **Mille e un Natale**: Supporto comunicativo sugli eventi e le proposte natalizie di tutto il lughese
7. **Mostre d'arte**: Presso le Pescherie, il Museo Baracca e il Palazzo del Commercio

**Comune: MASSA LOMBARDA**

**Rete d'impresa: INMASSA**

**Eventi in programma:**

- a.i.1. **Festa Mercato** : (venerdì di luglio e agosto). Un calendario di appuntamenti nel segno della gastronomia, della musica e dell'arte. Organizzato e promosso dalla rete InMassa
- a.i.2. **Halloween** : 31 ottobre 2019. "Dolcetto o scherzetto" nelle attività del centro storico e animazione per bambini con spettacolo di giocoleria, gonfiabili, palloncini.
- a.i.3. **Natale in Massa** : Pomeriggio di metà dicembre dedicato ai più piccoli con spettacolo, animazione e Babbo Natale.

## ALLEGATO 2: INIZIATIVA DI VALORIZZAZIONE DEL COMMERCIO LOCALE

### Iniziativa: "Fate i Buoni" (Buoni spesa spendibili nei punti vendita aderenti)

Prosegue l'iniziativa "Fate i buoni", avviata nel 2013 con un investimento minimo e che ora vede coinvolte numerose aziende del territorio, con un largo margine di crescita. L'iniziativa, realizzata dal Consorzio AnimaLugo e dalle forme aggregative d'Impresa della Bassa Romagna "Fusignano è Più", "Alfonsiné", "ViviConselice", "InMassa", "CotignolaInvita", "Bagnacavallo Fa Centro" in collaborazione con le Associazioni di categoria Confcommercio Ascom, Confesercenti, Confartigianato e CNA, consiste nell'emissione di buoni spesa che le imprese possono acquistare per omaggiare clienti e fornitori o per darli come forma di incentivo o produttività ai propri dipendenti, godendo di uno specifico trattamento fiscale.

Tali buoni possono essere spesi da chi li riceve all'interno di un circuito di oltre 250 negozi ed esercizi pubblici (associati alle Reti d'Impresa coinvolte), comprendenti una vasta tipologia di categorie merceologiche, in grado di soddisfare ogni desiderio d'acquisto dei beneficiari dei buoni.

Le imprese più o meno strutturate interessate a prenotare i buoni spesa per impiegarli principalmente come fringe benefits a vantaggio del loro personale dipendente saranno molte decine. L'iniziativa ha come obiettivo principale quello di intercettare risorse economiche altrimenti destinate a fuoriuscire dal territorio di riferimento, contrastando la fuga dei consumi a favore della rinascita e dello sviluppo del tessuto commerciale.

### VANTAGGI

Per l'attività fornitrice di beni o servizi i vantaggi più evidenti sono:

- Incremento del business a seguito di entrate aggiuntive rispetto agli obiettivi di ricavo definiti. Nessun investimento in attività di promozione e pubblicità a fronte dell'incremento raggiunto.
- Probabile aumento della frequenza d'acquisto da parte di clienti già acquisiti;
- Probabile aumento dell'importo medio di spesa dei clienti già acquisiti;
- Maggiore visibilità al di fuori del proprio comune, con possibilità di avere clienti prima mai entrati in negozio. Ampliamento mercato clienti di riferimento, anche per effetto della nuova platea potenziale rappresentata dai lavoratori destinatari di piani welfare gestiti attraverso le piattaforme di welfare aziendale via via in fase di convenzionamento da parte di AnimaLugo;
- Promozione e pubblicità: presenza sul materiale di promozione dell'iniziativa (volantini cartacei e strumenti social).

Per le Aziende, i vantaggi più evidenti sono:

- *Risparmio fiscale*: come incentivo al Personale, deducibilità dei costi al 100% ed esenzione IVA (Art. 51, c.3T.U.I.R.) e non imponibilità fiscale e contributiva fino alla concorrenza di un valore annuo di euro 258 di beni e servizi; come omaggio aziendale a Clienti e Fornitori deducibilità dal reddito di impresa sino ad un controvalore nominale di € 50,00 (Art 108, c. 2T.U.I.R);
- *semplicità, praticità*: immediatamente fruibile, nessun problema di logistica, tracciabilità dei flussi amministrativi;
- *ampio spettro di settori merceologici* nei quali è utilizzabile dai beneficiari dell'iniziativa;
- *customizzazione* della comunicazione attraverso *packaging* dedicati/personalizzati
- *convenzioni con società-piattaforma* per la gestione dei piani di welfare aziendale

Con l'obiettivo prioritario di far crescere l'iniziativa "Fate i buoni" in termini di valore circolante, da ultimo, alla modalità di emissione e gestione diretta dei buoni, si è deciso di affiancare il convenzionamento con piattaforme di welfare aziendale, un tema questo sempre più attuale e perseguito dalle aziende di medie e grandi dimensioni (che stanno iniziando a sviluppare piani di welfare applicati al proprio personale), anche nel nostro territorio.

Tra i potenziali partner la scelta privilegia piattaforme che prevedano l'adesione libera e gratuita per i negozi, con un'impostazione diretta a conseguire obiettivi di ricaduta positiva sui territori, evitando di indirizzare gli acquisti verso marchi della grande distribuzione o del commercio elettronico, ma principalmente sui negozi del territorio locale.

L'esperienza di informatizzazione dei buoni che si sta portando avanti, parallelamente alla gestione "tradizionale" dei buoni spesa, si sta rivelando una soluzione ben accolta sia dalle aziende del territorio (che in questo modo maturano una maggiore sensibilità verso la formazione di piani di welfare aziendale sempre più strutturati, con beneficio sia in termini di gradimento del personale dipendente che di incremento dei livelli di produttività) sia dalle attività commerciali che accettano questi buoni emessi telematicamente e che, per farlo, entrano a far parte di piattaforme che allargano la loro visibilità e, di conseguenza, le loro potenzialità di fare business.