

# 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:

**I MESI DEL COMMERCIO**

### Descrizione sintetica della iniziativa:

In premessa è necessario fare presente che la 19<sup>a</sup> edizione de “I mesi del commercio” sarà necessariamente diversa da quelle conosciute fino ad ora. La pandemia riscontrata in primavera e l’incertezza sulle modalità organizzative da utilizzare nei prossimi mesi ci portano a prevedere prioritariamente l’organizzazione degli appuntamenti in modalità webinar considerando tuttavia la possibilità di dare vita ad incontri in presenza (o adottando entrambe le modalità). Si conferma un ricco calendario di appuntamenti rivolti alle aziende con iniziative di informazione, assistenza, formazione e supporto alle piccole e medie imprese, 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 del social media marketing. Il Covid-19 ha lasciato un segno nelle abitudini e modi dei consumatori (basta pensare alle consegne a domicilio per qualsiasi prodotto ed in particolare per quelli della ristorazione), per questo “I mesi del Commercio” del 2020 assumono una particolare importanza. Per gli stessi motivi il calendario degli appuntamenti potrebbe conoscere alcune variazioni.

## 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 2021)

### Luogo di svolgimento:

**Diversi luoghi e zone della Provincia.**

### Data di avvio e termine della iniziativa:

**Da metà settembre 2020 a fine novembre 2020.**

## 4 OBIETTIVI DEL PROGETTO

Si tratta di 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 accentuata dal Covid-19, 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 del Digital Innovation Hub Confesercenti come le “Vitamine per l’e-commerce”.

Filo conduttore che accompagna simbolicamente tutte le iniziative sarà la campagna "Plastic free", attraverso la consegna ai partecipanti ai vari convegni di una borraccia per acqua lavabile e riutilizzabile. Al tema "Plastic free" sarà dedicato anche uno specifico convegno.

### esplicitando in particolare:

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

# ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

- 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

Come sopra descritto, si tratta di focus, workshop, incontri e confronti aperti alle imprese. In particolare, vogliono essere momenti di confronto e aggiornamento degli stessi operatori di diverse tipologie merceologiche su tematiche molto attuali e sentite (normative sul lavoro, sulla sicurezza dei dati nelle trasmissioni telematiche e in rete, l'innovazione digitale, il credito, l'animazione nei centri storici, il turismo, le politiche finanziarie) o per tematiche specifiche di settore.

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 particolare a Ravenna, Cervia, Faenza, Lugo. Si ribadisce che a causa della situazione sanitaria, buona parte degli appuntamenti potrebbero essere in modalità webinar.

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

Il programma, ancora in corso di definizione, allo stato attuale è il seguente:

- DIH Digital Innovation Hub - Le Vitamine per l'e-commerce: appuntamenti per le imprese con focus la customer care digitale ed il social media marketing
- LE IMPRESE DELLA SOMMINISTRAZIONE ALIMENTI E BEVANDE NEL POST-LOCKDOWN: i risultati di un questionario sottoposto alle imprese: presentazione pubblica dei risultati. Conferenza stampa e appuntamento/i on line per

# ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

- aziende del settore. Approfondimenti in videoconferenza (tavola rotonda on line) con imprenditori e fornitori: riflessioni sulla mutate condizioni del settore.
- AMOR DI PANE: iniziative di valorizzazione dei prodotti della panificazione e della piadina romagnola nella Giornata Mondiale dell'Alimentazione (16 Ottobre 2020)
  - CONTRASTO ALLO SPRECO ALIMENTARE: Iniziative volte alla sensibilizzazione degli imprenditori del settore alimentare riguardo al recupero delle eccedenze alimentari, anche attraverso meccanismi e piattaforme d'intermediazione che mirino a collegare produttori ed enti donatori.
  - Gestione delle risorse umane nelle p.m.i: nuovi strumenti e nuovi contratti di lavoro con l'avvento del covid-19
  - I reati fiscali: conseguenze tributarie e penali
  - Arte floreale in musica. Workshop di aggiornamento per fioristi in 2 giornate
  - La criminalità al tempo dell'emergenza: i rischi che corre il nostro territorio (con la partecipazione di partner ed associazioni (SOS impresa, Associazione Pereira, ecc...))
  - Analisi della stagione turistica con focus sui dati 2020 (incontro con gli operatori del turismo)
  - Dalla crisi alle opportunità per il futuro del turismo; i modelli di riferimento sono cambiati, come comportarsi? Incontro per imprenditori del ricettivo
  - E-Commerce: opportunità e strategia non più rinviabile, per creare un negozio on-line di successo
  - Occhio alle truffe. Gli accorgimenti per difendersi dalle truffe
  - Plastic free: un contributo per un ambiente sano. Progetto con presentazione di un decalogo di "buon prassi" per la tutela ambientale nelle aziende
  - Iniziativa sul welfare aziendale

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

##### **Soggetti Pubblici**

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

##### **Soggetti Privati**

Vari consulenti ed esperti ed 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.

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

Le imprese verranno coinvolte direttamente negli incontri, ma anche con l'informazione ed attraverso i mezzi informativi dell'Associazione. Particolarmente utilizzati i mezzi di comunicazione giornalistica e on-line esistenti in provincia.

# ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

(Modello in allegato alla pratica Telematica)

E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.

## 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. In seguito al Covid-19 è ancora più importante monitorare l'andamento del mercato e proporre nuove modalità di approccio alla vendita di beni e servizi.

Così come è diventato fondamentale saper curare la clientela in negozio e on-line con strategie integrate e campagne specifiche veicolate tramite la messaggistica istantanea (es. WhatsApp Business).

Il Digital Innovation Hub Confesercenti rimodula le Vitamine per l'e-commerce per offrire una serie di webinar con gli esperti della comunicazione e del web con le imprese di Federpubblicità.

## 5 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

### 5.1 Progettazione e analisi del contesto

Questo nutrito appuntamento che si ripropone da 19 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 canali interni (periodici, social, posta) così come quelli esterni (locandine, inviti, spazi su TV, quotidiani e radio locali, ecc.) e in rete (sarà utilizzata un'unica immagine grafica).

Saranno predisposte anche apposite azioni pubblicitarie con la documentazione necessaria.

### 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)

# **ALLEGATO A/2020 RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO**

**(Modello in allegato alla pratica Telematica)**

*E' obbligatorio completare tutti i punti indicati di seguito.*

...

**Ravenna, 30 luglio 2020**

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