

## ALLEGATO A/2015 RELAZIONE DESCRITTIVA

Al fine di valutare l'ammissibilità e il merito dell'iniziativa è obbligatorio completare, con soddisfacente svolgimento, TUTTI i punti indicati di seguito.

### 1 TITOLO DEL PROGETTO/INIZIATIVA:

Vitamine per la Comunicazione

#### Breve sintesi/descrizione della iniziativa:

L'iniziativa già proposta in precedenti edizioni, vuole ritornare sui concetti base della comunicazione del brand, con un taglio ancora più connesso alle tecniche ed opportunità offerte dal web. Saranno pensati oltre a seminari base, specifici appuntamenti per le aziende più strutturate, ma anche approfondimenti per professionisti che a loro volta lavorano nel settore marketing e comunicazione

### 2 SOGGETTO ATTUATORE (chi richiede il contributo)

CONFESERCENTI RAVENNA

### 3 PERIODO E LUOGO DI SVOLGIMENTO (luogo di svolgimento e data di avvio e di termine dell'iniziativa - L'iniziativa deve effettuarsi nel corso dell'anno di concessione del contributo)

Lugo Aprile/ Maggio

## OBIETTIVI DEL PROGETTO

Aiutare le imprese a capire l'importanza strategica della comunicazione nei confronti di un consumatore multicanale e che ha ridefinito il suo rapporto di consumo da consumer a user a prosumer.

esplicitando in particolare:

- 3.1 Dimensione territoriale dell'impatto del progetto/iniziativa (locale/provinciale/regionale/nazionale/internazionale)  
provinciale
- 3.2 Prodotti e/o servizi che si intende realizzare  
Ciclo di seminari profilati per la dimensione delle aziende e tipologia di business B2B o B2C
- 3.3 Enti e soggetti istituzionali ed economici sul territorio coinvolti come partner nel progetto/iniziativa  
Camera di Commercio  
Unione dei Comuni della Bassa  
Comune di Lugo  
Cescot Ravenna
- 3.4 Numero di imprese che si intende coinvolgere direttamente e indirettamente nel progetto/iniziativa  
40/50
- 3.5 Eventuali elementi di incidenza diretta e duratura sul sistema economico provinciale piuttosto che elementi indiretti o solo temporanei  
Fornire nozioni e spunti utili al ripensamento dei propri processi interni di gestione del marketing e di selezione dei partner per la comunicazione dei propri prodotti, per quanto riguarda le aziende più grandi.  
Fornire nozioni di primo livello più alcuni appuntamenti di upgrade per le aziende più piccole e professionisti
- 3.6 Ricadute previste sull'economia ravennate e sulla promozione del territorio  
Da quanto la nostra associazione ha cominciato diversi anni fa a proporre questo tipo di eventi, oggi possiamo dire che molte altre iniziative simili sono state intraprese, dimostrando che c'è un imprenditoria ricettiva da questo punto di vista sul territorio. Questo è un momento di rapide evoluzioni dei mercati e degli stili di consumo, meglio quindi continuare ad offrire opportunità di

## ALLEGATO A/2015 RELAZIONE DESCRITTIVA

Al fine di valutare l'ammissibilità e il merito dell'iniziativa è obbligatorio completare, con soddisfacente svolgimento, TUTTI i punti indicati di seguito.

aggiornamento ed approfondimento che possano anche uscire dagli schemi più standard della formazione alle aziende.

### 4 DESCRIZIONE AZIONI PREVISTE

#### 4.1 Progettazione e analisi del contesto

Abbiamo scelto per questa terza edizione di proporre l'iniziativa a Lugo per essere logisticamente più vicini alle imprese medio grandi dell'economia di quel territorio ed a diversi consorsi di commercianti dei centri cittadini nati negli ultimi anni a Lugo, Fusignano, Russi e altri

#### 4.2 Fasi della realizzazione del progetto

1. Profilazione delle necessità di formazione da parte delle aziende
2. Organizzazione contenuti e calendario eventi
3. Promozione dell'iniziativa
4. Seminari e raccolta feed back per la creazione di corsi di approfondimento specifici su singoli temi toccati nei seminari

#### 4.3 Promozione/comunicazione (descrivere anche le azioni di promozione del contributo camerale)

Giornali, newsletter, campagna social

#### 4.4 Valutazione dei risultati (metodologie utilizzate per la valutazione qualitativa e quantitativa dei risultati).

Numero di partecipanti

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

Ravenna, 27 febbraio 2015

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