**ALLEGATO B1**

**RELAZIONE INIZIATIVA**

|  |
| --- |
| **TITOLO DEL PROGETTO: CRESCIMPRESA 2019: Il Futuro in Pillole**  **SOGGETTO PROPONENTE: Confcommercio “Imprese per l’Italia” della regione Umbria**  **SOGGETTO ATTUATORE: Confcommercio “Imprese per l’Italia” della regione Umbria** |

**Obiettivi realizzati (quantitativi e qualitativi)**

Le attività di **Crescimpresa 2019** si sono sviluppate come di consueto con la formula road show che ha coinvolto gli imprenditori dei principali territori regionali ed anche nel 2019 abbiamo scelto di inserire il seminario più rilevante al centro della programmazione.

Il seminario di punta del 2019 è stato “**Neuromarketing nel negozio: cervello, emozioni e comportamenti d’acquisto”** che ci ha visti collaborare con **Ainem, l’Associazione Italiana di Neuromarketing** e che ha portato in Umbria per la prima volta la **Presidente di AINEM Associazione Italiana di Neuromarketing**, docente del Laboratorio di marketing presso lo IUSTO a Torino, Curatore della materia Marketing delle Emozioni al Politecnico di Milano, **Dr.ssa Caterina Garofalo e Francesco Gallucci, Vice-Presidente di AINEM** e Direttore Scientifico del Neurolab della Fondazione Organismo di Ricerca GTechnology, nonché Professore di Marketing delle Emozioni presso il Politecnico di Milano.

L’incontro si è svolto a Perugia ed ha registrato da subito grande interesse con 75 adesioni e più di 50 presenze effettive; a seguito dell’interesse suscitato, probabilmente calendarizzeremo un ulteriore momento formativo sulle tematiche del Neuromarketing nella prossima programmazione 2020.

Di seguito indichiamo tutte le tappe del Road Show evidenziando i seminari di maggiore successo di pubblico e di gradimento

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **ARGOMENTO** | **LUOGO** | **DATA** | **NR. PARTECIPANTI** |
| 1 | **Web marketing: gli step per sviluppare una strategia di successo** | 28/02/2019 | Foligno | **45** |
| 2 | **Ristorazione e bar: scopri i trend più attuali e nuove tendenze** | 04/03/2019 | Terni | **36** |
| 3 | **Pagamenti elettronici e digitali: conoscili e fatti pagare!** | 28/03/2019 | Perugia | **29** |
| 4 | **Ristorazione e bar: scopri i trend più attuali e nuove tendenze** | 04/04/2019 | Perugia | **31** |
| 5 | **Animazione del punto vendita: organizza piccoli eventi per attrarre clienti!** | 11/04/2019 | Perugia | **34** |
| 6 | **Neuromarketing nel negozio: cervello, emozioni e comportamenti d’acquisto** | 13/05/2019 | Perugia | **58** |
| 7 | **Non sono storie: instagram per il business funziona! 10 consigli per utilizzarlo in modo strategico** | 23/05/2019 | Spoleto | **56** |
| 8 | **Non sono storie: instagram per il business funziona! 10 consigli per utilizzarlo in modo strategico** | 13/06/2019 | Città di Castello | **41** |
| 9 | **Non sono storie: instagram per il business funziona! 10 consigli per utilizzarlo in modo strategico** | 17/09/2019 | Assisi/Bastia Umbra | **86** |
| 10 | **Non sono storie: instagram per il business funziona! 10 consigli per utilizzarlo in modo strategico** | 26/09/2019 | Todi | **37** |
| 11 | **Non sono storie: instagram per il business funziona! 10 consigli per utilizzarlo in modo strategico** | 21/10/2019 | Terni | **31** |
| 12 | **Non sono storie: instagram per il business funziona! 10 consigli per utilizzarlo in modo strategico** | 24/10/2019 | Castiglion del Lago | **38** |
| 13 | **Non sono storie: instagram per il business funziona! 10 consigli per utilizzarlo in modo strategico** | 14/11/2019 | Città della Pieve | **37** |
|  | **Totali** | | **559** | |

Il numero delle imprese partecipanti continua a premiare Crescimpresa, come importante momento di crescita imprenditoriale delle aziende del territorio umbro, evidenziamo in merito un incremento delle partecipazioni del **28%** rispetto all’anno precedente.

Ai nostri seminari continuano a partecipare sia imprenditori di lunga data che vogliono conoscere ed informarsi sulle nuove opportunità di business e che vogliono contaminarsi con i temi dell’innovazione; sia Giovani imprenditori alle prese con la prima attività o con il passaggio generazionale dell’azienda di famiglia. Crescimpresa diventa quel momento per giovani e meno giovani, per imprenditori con esperienza o alle prime armi, di affacciarsi al mondo dell’innovazione digitale, delle nuove strategie di social e neuro marketing, dei pagamenti elettronici e tanto altro.

Il pragmatismo che in questi anni ha sempre contraddistinto i seminari Crescimpresa è senz’altro l’elemento vincente, insieme all’impianto di road show territoriale che permette a questo format di non “invecchiare” mai e di essere sempre molto seguito. La concretezza dei contenuti delle pillole formative e gli esempi pratici che esperti della materia veicolano alle imprese, riescono a rendere più intellegibili anche temi complessi, aumentando l’utilizzo e la conoscenza nelle imprese della nostra regione.

Di seguito il trend del primo quadriennio di iscrizioni e presenze che evidenzia come CRESCIMPRESA si sia affermato negli anni con un ampio e crescente consenso di pubblico che è crescente negli anni; evidenziamo in particolare anche l’attualità dei temi programmati che operano principalmente sulle nuove tendenze ICT della comunicazione e del marketing e sulle opportunità di crescita e sviluppo aziendale legate all’analisi di settori strategici oppure, come nell’utilizzo delle tecniche del neuromarketing, allo sviluppo più attuale delle tecniche di vendita.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | |  | **Crescimpresa 2019** | **DATA** | **SEDE** | **RELATORI** | **ISCRITTI** | **PARTECIPANTI** | **% presenze** | | **1** | **Web marketing: gli step per sviluppare una strategia di successo** | 28/02/2019 | Foligno | **Ing. Andrea Fumanti**  **Adverto** | **75** | **45** | **60%** | | **2** | **Ristorazione e bar: scopri i trend più attuali e nuove tendenze** | 04/03/2019 | Terni | **Dr. Luciano Sbraga**  **FIPE-Confcommercio nazionale** | **50** | **36** | **72%** | | **3** | **Pagamenti elettronici e digitali: conoscili e fatti pagare!** | 28/03/2019 | Perugia | **Dr. Luciano Gaiotti**  **Confcommercio nazionale** | **39** | **29** | **74%** | | **4** | **Ristorazione e bar: scopri i trend più attuali e nuove tendenze** | 04/04/2019 | Perugia | **Dr. Luciano Sbraga**  **FIPE-Confcommercio nazionale** | **46** | **31** | **67%** | | **5** | **Animazione del punto vendita: organizza piccoli eventi per attrarre clienti!** | 11/04/2019 | Perugia | **Dr.ssa Michela Pierotti** | **40** | **34** | **85%** | | **6** | **Neuromarketing nel negozio: cervello, emozioni e comportamenti d’acquisto** | 13/05/2019 | Perugia | **Dr.ssa Caterina Garofalo e Francesco Gallucci Presidente e Vicepresidente Ainem** | **75** | **58** | **77%** | | **7** | **Non sono storie: instagram per il business funziona! 10 consigli per utilizzarlo in modo strategico** | 23/05/2019 | Spoleto | **Ing. Andrea Fumanti**  **Adverto** | **83** | **56** | **67%** | | **8** | **Non sono storie: instagram per il business funziona! 10 consigli per utilizzarlo in modo strategico** | 13/06/2019 | Città di Castello | **Ing. Andrea Fumanti**  **Adverto** | **47** | **41** | **87%** | | **9** | **Non sono storie: instagram per il business funziona! 10 consigli per utilizzarlo in modo strategico** | 17/09/2019 | Assisi/Bastia Umbra | **Dr.ssa Francesca Parretti**  **Trexya** | **119** | **86** | **72%** | | **10** | **Non sono storie: instagram per il business funziona! 10 consigli per utilizzarlo in modo strategico** | 26/09/2019 | Todi | **Dr.ssa Francesca Parretti**  **Trexya** | **47** | **37** | **79%** | | **11** | **Non sono storie: instagram per il business funziona! 10 consigli per utilizzarlo in modo strategico** | 21/10/2019 | Terni | **Ing. Michele Ratini**  **Go Digital** | **65** | **31** | **48%** | | **12** | **Non sono storie: instagram per il business funziona! 10 consigli per utilizzarlo in modo strategico** | 24/10/2019 | Castiglion del Lago | **Dr.ssa Francesca Parretti**  **Trexya** | **65** | **37** | **57%** | | **13** | **Non sono storie: instagram per il business funziona! 10 consigli per utilizzarlo in modo strategico** | 14/11/2019 | Città della Pieve | **Ing. Andrea Fumanti**  **Adverto** | **42** | **37** | **88%** | |  | **TOTALE 2019** | | | | **793** | **559** | **71%** | | **Crescimpresa 2018** | | | | | | | | | 1 | I Social Media fanno vendere? | 22/02/2018 | Castiglion del Lago | Dr. Fabrizio Minelli | 62 | 44 | 71% | | 2 | I Clienti si Conquistano? | 22/03/2018 | Terni | Dr.ssa Giada Cipolletta | 65 | 39 | 60% | | 3 | Retail Design | 12/04/2018 | Perugia | Arch. Laura Biancalana | 52 | 42 | 81% | | 4 | I Clienti si Conquistano? | 24/05/2018 | Spoleto | Dr. Fabrizio Minelli | 60 | 34 | 57% | | 5 | I Social Media fanno vendere? | 14/06/2018 | Città della Pieve | Ing. Andrea Fumanti | 47 | 40 | 85% | | 6 | Dare forma ai Fondi | 28/06/2018 | Perugia | Interventi plurimi | 98 | 94 | 96% | | 7 | I Social Media fanno vendere? | 27/09/2018 | Todi | Ing. Andrea Fumanti | 37 | 32 | 86% | | 8 | Retail Design | 18/10/2018 | Bastia U. - Assisi | Arch. Laura Biancalana | 45 | 42 | 93% | | 9 | Web marketing gli step per una corretta campagna social | 25/10/2018 | Terni | Ing. Michele Ratini  Dr. Luca Dentini | 29 | 35 | 82% | | 10 | Web marketing gli step per una corretta campagna social | 08/11/2018 | Città di Castello | Ing. Andrea Fumanti | 69 | 47 | 68% | |  | **TOTALE 2018** | | | | 566 | 449 | 28% | | **Crescimpresa 2017** | | | | | | | | | 1 | Controllo di gestione. Scopri se la tua impresa guadagna | 26/01/2017 | Terni | Nicoletta Censi | 72 | 52 | 72% | | 2 | Controllo di gestione. Scopri se la tua impresa guadagna | 09/02/2017 | Gubbio | Nicoletta Censi | 42 | 35 | 83% | | 3 | I social media fanno vendere | 02/03/2017 | Città di Castello | Giada Cipolletta | 58 | 62 | 107% | | 4 | I mercati esteri nuova opportunità | 14/03/2017 | Perugia | AICE nazionale | 53 | 28 | 53% | | 5 | I social media fanno vendere | 28/03/2017 | Gubbio | Giada Cipolletta | 48 | 38 | 79% | | 6 | E Commerce-Social Media | 07/04/2017 | Foligno | Marco Giorgetti e Laura Rondini | 67 | 35 | 52% | | 7 | I social media fanno vendere | 04/05/2017 | Spoleto | Marco Giorgetti e Laura Rondini | 63 | 58 | 92% | | 8 | I social media fanno vendere | 25/05/2017 | Terni | Green consulting-Silvia Ferretti | 61 | 36 | 59% | | 9 | I social media fanno vendere | 08/06/201 | Bastia Umbra | Chino Wang Platania | 46 | 21 | 46% | | 10 | Assofranchising Tour 2017 | 15/06/2017 | Perugia | Assofranchising | 42 | 21 | 50% | | 11 | I social media fanno vendere | 28/09/2017 | Orvieto | Green consulting-Silvia Ferretti | 25 | 30 | 120% | | 12 | Da capo a leader | 26/10/2017 | Terni | Savino Tupputi | 42 | 17 | 40% | | 13 | I Clienti si conquistano! | 30/11/2017 | Perugia | Giada Cipolletta | 133 | 88 | 66% | |  | **TOTALE 2017** | | | | 752 | 521 | 69% | | **Crescimpresa 2016** | | | | | | | | | 1 | Controllo di gestione lo sai se la tua azienda guadagna? | 04/02/2016 | Perugia | Nicoletta Censi | 51 | 47 | 92% | | 2 | I Social media fanno vendere | 25/02/2016 | Perugia | Giada Cipolletta | 83 | 59 | 71% | | 3 | Pianificazione ed obiettivi: il successo della tua azienda | 31/03/2016 | Perugia | Alessandro Magara | 30 | 23 | 77% | | 4 | Far crescere le persone per far crescere la tua azienda | 28/04/2016 | Perugia | Flavio Flamini | 40 | 32 | 80% | | 5 | Come trovare o farti trovare dai nuovi clienti | 26/05/2016 | Perugia | Francesca Parretti | 62 | 57 | 92% | |  | **TOTALE 2016** | | | | 266 | 218 | 82% | |  |  |  |  | **Totali 2016/2019** | **1359** | **1454** | **107%** | |  |  |  |  |  | percentuale media di  presenze sulle iscrizioni | | |   **Dati del triennio precedente**   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | **REPORT CRESCIMPRESA 2013** | **DATA** | **SEDE** | **ISCRITTI** | **PARTECIPANTI** | | Controllo di gestione aziendale | 25/09/2013 | Perugia | 30 | 23 | | Marketing strumento e risorsa alla portata di tutti | 09/10/2013 | Perugia | 30 | 29 | | Il marketing non convenzionale e i budget in azienda | 23/10/2013 | Perugia | 26 | 26 | | La pubblicità e l'importanza di un piano strategico di comunicazione | 06/11/2013 | Perugia | 19 | 16 | | Come promuovere la tua azienda con i social media | 20/11/2013 | Perugia | 24 | 24 | | L'evoluzione del contesto delle PMI | 11/12/2013 | Perugia | 13 | 13 | | Ottimizzazione della strttura finanziaria d'impresa | 18/12/2013 | Perugia | 9 | 9 | | **REPORT CRESCIMPRESA 2014** | **DATA** | **SEDE** | **ISCRITTI** | **PARTECIPANTI** | | Analisi:cosa vuol dire,coerenza,periodicità e la sua importanza | 15/01/2014 | Perugia | 22 | 22 | | Programmazzione:programmare l'attività aziendale | 28/01/2014 | Perugia | 13 | 13 | | Report:analisi a posteriori,funzioni e significato applicativo. | 12/02/2014 | Perugia | 6 | 6 | | Comunicazione a basso budget: come utilizzare le risorse disponibili per essere più efficaci | 05/03/2017 | Perugia | 11 | 10 | | Vendita al dettaglio: tecniche e strumenti | 19/03/2014 | Perugia | 12 | 11 | | **REPORT CRESCIMPRESA 2015** | **DATA** | **SEDE** | **ISCRITTI** | **PARTECIPANTI** | | Risorse umane: organizzare evalorizzare per crescere | 24/02/2015 | Perugia | 13 | 13 | | I social media fanno vendere | 22/04/2015 | Perugia | 80 | 53 | | Fatti trovare dai clienti,proprio quando hanno bisogno del tuo prodotto. | 20/05/2015 | Perugia | 52 | 53 | | Cambia il cliente,cambia il negozio:il retail nell'era digitale. | 17/06/2015 | Perugia | 20 | 19 | |  | **Totali triennio** | | **380** | **340** | |

**Descrizione attività svolte, eventuali criticità riscontrate**

|  |
| --- |
| I Seminari Crescimpresa si sono svolti, come nelle precedenti edizioni, con una frequenza mensile abbastanza cadenzata e sotto forma di road show territoriale che ha toccato tutti i principali territori delle due province. Il personale Confcommercio Umbria incaricato, insieme con i docenti, si sono recati di volta in volta, presso le diverse Confcommercio territoriali per lo svolgimento dei seminari stessi. L’organizzazione è stata quindi centralizzata anche se poi, in alcune azioni dirette in particolare al coinvolgimento delle imprese e/o dei potenziali imprenditori, ci si è avvalsi della collaborazione della rete associativa Confcommercio Umbria al fine di raggiungere quanti più utenti possibile. E’ stato inoltre implementato dall’Ufficio Stampa Confcommercio Umbria un piano di comunicazione ad hoc per la promozione generale del Road Show e di ogni singolo evento che ha riguardato sia la pubblicizzazione tradizionale con la predisposizione e stampa di materiale cartaceo promozionale che un piano di comunicazione digitale che, attraverso newsletters e sponsorizzazione dedicate sulle pagine Facebook di Confcommercio Umbria e Gruppo Giovani Imprenditori Umbria. Tutto ciò ci ha permesso di raggiungere il segmento dei potenziali imprenditori più giovani. Per le prenotazioni, oltre quelle dirette via mail e telefono, avendo attivato campagne specifiche su FB la prenotazione confluisce direttamente nel CRM dell’Associazione che permette la lavorazione dei dati delle aziende che ci contattano; il tutto con un semplice clic.  Il format **CRESCIMPRESA** nasce nel 2013 quindi ha un’organizzazione assolutamente rodata nel tempo che ormai ha raggiunto un funzionamento senza troppe problematiche o criticità.  L’esperienza del road show, ovvero dei seminari itineranti nel territorio umbro, è ormai anch’essa consolidata grazie alla capillare territorialità di Confcommercio Umbria che è presente con mandamenti e personale nei vari territori e riesce a coinvolgere diverse tipologie aziendali e ad appianare ogni eventuale difficoltà. |

**Descrizione dei risultati finali del progetto, indicatori utilizzati e analisi di raffronto rispetto agli obiettivi previsti**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Crescimpresa** proprio per la sua formula immediata e smart, negli anni si è attestato come format riconosciuto di divulgazione di tematiche d’impresa legate in particolare all’innovazione ed all’utilizzo concreto delle nuove tecnologie e metodologie legate all’utilizzo dei social media a scopo di marketing e business.  Abbiamo evidenziato prima come la ricaduta nei territori sia stata molto ampia e sempre particolarmente apprezzata Ogni impresa o partecipante ha quindi riportato nelle proprie attività e nelle proprie skills le competenze acquisite.  Tutte le edizioni sono state monitorate con attività di feedback sul gradimento per i quali di seguito andiamo a riportare i risultati del 2019 rispetto agli indicatori attenzionati quali indicatori di risultato:   |  |  |  | | --- | --- | --- | |  | **Indicatori attesi** | **Risultati ottenuti** | | 1 | Numero di imprese direttamente o indirettamente beneficiarie delle attività progettuali compreso tra 35-50 | Media imprese partecipanti 2019  **43**, la media era di 45 partecipanti nel 2018 | | 2 | Numero di partecipanti ad evento da 35 a100. | Media dei partecipanti 2019  **43** ad evento con picchi superiori alle 85 presenze. | | 3 | Numero di contatti su siti WEB, e.mail, pagina FB, ecc. | Percentuale stimata al nostro Ufficio Comunicazione: incremento di contatti in generale del 5% e aumento del 3% circa delle visualizzazioni del sito Confcommercio Umbria in concomitanza con gli eventi Crescimpresa promossi. | | 4 | Rilevazione del grado di soddisfazione dei beneficiari del progetto  (attraverso questionari, focus group o altre forme di rilevazione): parametro di gradimento rilevato tramite questionario ad hoc in forma anonima per tutti gli eventi: | In media il gradimento si è attestato sui seguenti Items:   * Organizzazione evento: **90%** buono (56%)/ottimo (34%); * Relatori proposti: **98%** buono (40%)/ottimo (58%); * Temi trattati: **92%** buono (53%)/ottimo (39%); * Applicabilità in ambito lavorativo: **87%** buono (58%)/ottimo (29%) * Giudizio complessivo evento: **96%** buono (55%)/ottimo (41%) | |

**Descrizione eventuali partenariati effettivamente attivati con particolare riferimento a contributi, patrocini, sponsorizzazioni o altre forme di collaborazione con soggetti pubblici e privati.**

|  |
| --- |
| Gli eventi, organizzati e gestiti dal Gruppo Giovani Imprenditori Confcommercio Umbria, sono da sempre in stretta collaborazione con Assintel Umbria, Associazione di riferimento delle imprese ICT e Digitali interna a Confcommercio, che fornisce i docenti per tutta l’area del marketing digitale e dell’Innovation Technology.  Nel 2019 abbiamo inoltre avuto la collaborazione con **Ainem, l’Associazione Italiana di Neuromarketing** nella persona della **Presidente di AINEM Associazione Italiana di Neuromarketing**, docente del Laboratorio di marketing presso lo IUSTO a Torino, Curatore della materia Marketing delle Emozioni al Politecnico di Milano, **Dr.ssa Caterina Garofalo e Francesco Gallucci, Vice-Presidente di AINEM** e Direttore Scientifico del Neurolab della Fondazione Organismo di Ricerca GTechnology, nonché Professore di Marketing delle Emozioni presso il Politecnico di Milano.  Sempre significativa, infine, la presenza di esperti Confcommercio nazionale e FIPE Confcommercio per alcuni dei seminari più tecnici come le nuove metodologie di pagamento elettroniche e la conoscenza approfondita del mercato dei Pubblici Esercizi.  Abbiamo dato evidenza del patrocinio della Camera di Commercio di Perugia nei format di comunicazione e promozione. |

Perugia, 9 Gennaio 2020 Firma del dichiarante[[1]](#footnote-1)

1. **Firma digitale o firma sottoscritta in originale** + **copia del documento d’identità** del firmatario se l’istanza viene trasmessa per **PEC, firma sottoscritta in originale** + **copia del documento d’identità** del firmatario se la trasmissione avviene con **Raccomandata A.R.** [↑](#footnote-ref-1)