

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA COMUNALE



COMUNE DI ANZOLA DELL'EMILIA
PROVINCIA DI BOLOGNA

APPROVAZIONE PROPOSTA DI PARTENARIATO PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO "CITY BRANDING AND YOUTH ENTREPRENEURSHIP" ALL'INTERNO DEL PROGRAMMA ERASMUS PLUS KA2.

Nr. Progr. **46**
Data **28/04/2015**
Seduta NR. **18**
Titolo **7**
Classe **4**
Sottoclasse **0**

L'anno *DUEMILAQUINDICI* questo giorno *VENTOTTO* del mese di *APRILE* alle ore *11:00* convocata con le prescritte modalità, nella Sede Municipale si è riunita la Giunta Comunale.

Fatto l'appello nominale risultano:

<i>Cognome e Nome</i>	<i>Carica</i>	<i>Presente</i>
VERONESI GIAMPIERO	SINDACO	S
MARCHESINI LORIS	ASSESSORE	S
GIORDANO ANTONIO	ASSESSORE	N
ROMA ANNALISA	ASSESSORE	S
TOLOMELLI VANNA	ASSESSORE	S
ZACCHIROLI DANILO	ASSESSORE	S
<i>Totale Presenti: 5</i>		<i>Totali Assenti: 1</i>

Assenti giustificati i signori:

GIORDANO ANTONIO

Partecipa il SEGRETARIO GENERALE del Comune, CICCIA ANNA ROSA.

Il Sig. VERONESI GIAMPIERO in qualità di SINDACO assume la presidenza e, constatata la legalità della adunanza, dichiara aperta la seduta invitando la Giunta a deliberare sull'oggetto sopra indicato.

OGGETTO:

APPROVAZIONE PROPOSTA DI PARTENARIATO PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO "CITY BRANDING AND YOUTH ENTREPRENEURSHIP" ALL'INTERNO DEL PROGRAMMA ERASMUS PLUS KA2.

LA GIUNTA COMUNALE

Premesso che:

- nel territorio anzolese ha sede la Fondazione "Bruto e Poerio Carpigiani", la cui mission è diffondere la cultura del gelato, alimento fresco squisitamente italiano, nei cinque continenti;
- per la realizzazione della loro mission in molte circostanze propongono progetti che oltre a valorizzare e diffondere l'eccellenza italiana per la tecnica e la cultura del gelato, pongono grande attenzione verso i giovani e il territorio, intesi come risorsa da valorizzare e far crescere anche attraverso percorsi di confronto con altri paesi;

Vista la proposta di partenariato pervenuta, in data 24.04.2015 al Prot. n. 8.366, allegata al presente atto quale parte integrante e sostanziale, con cui la menzionata fondazione all'interno del Programma Europeo Erasmus Plus, azione chiave 2 (KA2), Europa creativa e altre opportunità di finanziamento locale e internazionale, propone un progetto di City Branding;

Considerato che per City Branding si intende uno strumento di comunicazione e promozione dei territori alla base di un sistema di policy making, che si basa sull'interazione fra politiche sociali, culturali e di progettazione urbana, dove i giovani sono i soggetti con cui il territorio deve comunicare e può co-costruire la propria identità al fine di:

- migliorare il legame fra giovani e territorio
- promuovere il territorio
- facilitare lo spirito imprenditoriale giovanile;

Considerato inoltre che:

- il progetto si realizzerà in Anzola dell'Emilia, con la collaborazione dell'Associazionismo locale;
- le attività previste trovano una collocazione anche nella programmazione distrettuale in materia di Politiche Giovanili;
- alle attività potranno partecipare i ragazzi e gli operatori giovanili dell'Unione di Terred'Acqua;

Ritenuto di accogliere la richiesta di partenariato, in quanto la realizzazione del progetto in parola concorre a raggiungere le finalità di interesse generale ed assume rilevanza sotto il profilo dei valori sociali, culturali e di qualità della vita che sono presenti nella comunità di Anzola dell'Emilia;

Dato atto che, in applicazione dell'art. 49 del Decreto Legislativo 18.08.2000 n. 267 e successive modificazioni e integrazioni, è stato acquisito il parere favorevole espresso dal Direttore dell'Area Servizi alla Persona in ordine alla regolarità tecnica;

Con voti unanimi resi nei modi di legge

D E L I B E R A

- Di accogliere la richiesta di partenariato meglio descritta in premessa, e allegata al presente atto per formarne parte integrante e sostanziale, presentata dalla Fondazione "Bruto e Poerio Carpigiani" per il progetto City Branding and Youth Entrepreneurship, in quanto la realizzazione dello stesso concorre a raggiungere le finalità di interesse generale ed assume rilevanza sotto il profilo dei valori sociali, culturali e di qualità della vita, perseguiti dall'Amministrazione;

Con separata ed unanime votazione si dichiara immediatamente eseguibile la presente deliberazione, ai sensi dell'art. 134 - 4° comma - del Decreto Legislativo 18.08.2000 n. 267.



Fondazione Bruto e Poerio Carpigiani
Via Emilia 45, 40010 Anzola dell'Emilia, (BO)

Area progettazione europea referenti:

Dott.ssa Elisa Bonaccorso – Europrogettista-
Eli.bonaccorso@gmail.com

Dott. Romano Verardi - Presidente
romanoverardi@carpigiani.it

Proposta di Partenariato

Azione: Programma Erasmus plus, KA1, Contact meeting event

Deadline: 30 aprile 2015

Partenariato: Germania, Spagna, Italia, Polonia

Applicant: Fondazione Bruto e Poerio Carpigiani

Tema del progetto: Imprenditorialità giovanile e promozione territoriale

Durata attività: 7 giorni

Luogo: Anzola dell'Emilia

ABSTRACT

City Branding and Youth Entrepreneurship è un Contact meeting events che vuole facilitare la cooperazione tra organizzazioni di paesi dell'Europa del Mediterraneo ed Europa Centrale attive e sensibili sulle tematiche dell'imprenditorialità giovanile, della partecipazione attiva dei giovani, delle ICT e del City Branding.

Lo scopo del progetto è quello di facilitare la costruzione di solide partnership sul tema: City Branding, imprenditorialità giovanile e partecipazione attiva dei giovani, per la definizione di uno o più progetti all'interno del programma ErasmusPlus, azione chiave 2; Europa Creativa e altre opportunità di finanziamento locale ed internazionale.

Il problema principale che il progetto affronta è caratterizzato da due macro problemi identificati in fase di progettazione dagli operatori giovanili coinvolti nel partenariato.

Il primo riguarda le difficoltà di facilitare la partecipazione attiva dei giovani attraverso percorsi e attività formative che i giovani possano poi investire nella creazione di nuove opportunità lavorative, in grado di valorizzare la propria creatività, sviluppo personale e professionale utilizzando in modo strategico le peculiarità del proprio territorio.

La seconda riguarda le difficoltà da parte degli operatori giovanili di supportare i giovani nella fase di start-up, essa sia di un nuovo progetto imprenditoriale o un progetto dedicato ad un evento di breve durata.



Fondazione Bruto e Poerio Carpigiani
Via Emilia 45, 40010 Anzola dell'Emila, (BO)

Area progettazione europea referenti:

Dott.ssa Elisa Bonaccorso – Europrogettista-
Eli.bonaccorso@gmail.com

Dott. Romano Verardi - Presidente
romanoverardi@carpigiani.it

Entrambi i problemi sono l'effetto di un sotto problema identificato dalla complessità da parte dei giovani di utilizzare in modo strategico, sinergico ed organico gli strumenti di comunicazione già esistenti e di creare solide partnership, siano esse locali che internazionali.

La comunicazione è una parte fondamentale di qualsiasi progetto e impresa perché permette ai giovani di inserirsi in reti di contatti già esistenti e di crearsi il proprio network di partner. Comunicazione e partnership building sono quindi due assi fondamentali che determinano il successo di una start up di impresa e/o di un progetto nel lungo termine.

Essere in grado di competere a livello nazionale e globale significa anche essere in grado di comunicare in modo “altro” la propria idea, la propria missione nonché la propria identità.

L'analisi dei problemi condotta dai partner di progetto ci ha permesso di identificare i temi della “Comunicazione” e della “Creazione di Reti” come due degli ostacoli maggiori che i giovani si trovano ad affrontare nel voler realizzare un proprio progetto.

I giovani hanno idee e progetti che desiderano mettere in pratica ma per avere successo devono essere in grado di comunicare all'esterno chi sono, cosa fanno e come lo fanno e soprattutto perché i futuri clienti o utenti dovrebbero scegliere il loro prodotto o servizio o partecipare alla loro evento.

Il web e i social media hanno sicuramente facilitato la comunicazione rendendola accessibile e più immediata ma è una comunicazione che rimane ancora frammentata.

Oggi la competizione investe in modo particolare i territori, Città e Regioni competono sempre di più per attirare attenzioni, investimenti, visitatori e talenti.

Il nuovo ruolo che gli Enti locali e territoriali sono chiamati ad interpretare nel processo di definizione e ridefinizione delle strategie territoriali, consiste nell'affiancare gli attori privati locali e territoriali, dalle associazioni di categoria al mondo imprenditoriale in generale, al sistema sociale, nella promozione del territorio.

Il presupposto indispensabile per non perdere questa sfida consiste nel conoscere, saper leggere e programmare lo sviluppo del territorio.

Per questa ragione abbiamo deciso di legare il tema del City Branding al tema dell'imprenditorialità giovanile.

Il City Branding è uno strumento vivace di comunicazione e promozione dei territori, al margine tra comunicazione e marketing, ma anche alla base di un sistema di *policy making* che si basa



Fondazione Bruto e Poerio Carpigiani
Via Emilia 45, 40010 Anzola dell'Emila, (BO)

Area progettazione europea referenti:

Dott.ssa Elisa Bonaccorso – Europrogettista-
Eli.bonaccorso@gmail.com

Dott. Romano Verardi - Presidente
romanoverardi@carpigiani.it

sull'interazione fra politiche sociali, culturali e di progettazione urbana.

I giovani sono quindi uno dei soggetti con cui il territorio deve comunicare e può co-costruire la propria identità attraverso modalità di comunicazione e contaminazione che possono tradursi in opportunità per i giovani di partecipare attivamente alla definizione delle politiche future del proprio territorio.

City Branding and Youth Entrepreneurship è un progetto di Contact meeting event che ha i seguenti obiettivi:

Obiettivo Specifico: identificare le strategie migliori per costruire e migliorare il legame tra i giovani e territorio in modo attivo, in grado di facilitare lo spirito imprenditoriale giovanile e la promozione del territorio.

Obiettivi generali:

- ⇒ promuovere la costituzione di reti locali e internazionali che coinvolgano organizzazioni giovanili, amministrazioni pubbliche a organizzazioni private.
-) accrescere le competenze necessarie per poter promuovere un progetto di partenariato strategico sul tema della partecipazione attiva dei giovani, imprenditorialità giovanile e promozione territoriale.

COMUNE DI ANZOLA DELL'EMILIA
PROVINCIA DI BOLOGNA

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA COMUNALE

Numero Delibera **46** del **28/04/2015**

AREA SERVIZI ALLA PERSONA

OGGETTO

APPROVAZIONE PROPOSTA DI PARTENARIATO PER LA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO "CITY BRANDING AND YOUTH ENTREPRENEURSHIP" ALL'INTERNO DEL PROGRAMMA ERASMUS PLUS KA2.

PARERI DI CUI ALL' ART. 49 DEL DECRETO LEGISLATIVO 18.08.2000 N. 267

IL DIRETTORE DELL'AREA INTERESSATA	Per quanto concerne la REGOLARITA' TECNICA esprime parere: FAVOREVOLE IL DIRETTORE AREA SERVIZI ALLA PERSONA Data 24/04/2015 BUSI MARINA
IL DIRETTORE AREA ECONOMICO / FINANZIARIA E CONTROLLO	Per quanto concerne la REGOLARITA' CONTABILE esprime parere: Data

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA COMUNALE NR. 46 DEL 28/04/2015

Letto, approvato e sottoscritto.

IL SINDACO
VERONESI GIAMPIERO

IL SEGRETARIO GENERALE
CICCIA ANNA ROSA

ANZOLA DELL'EMILIA, Lì 04/05/2015