



Leonardo da Vinci  
Pilot project



## QUAL-REGEN

Qualifications for the Regeneration Sector

- L'AMBIENTE WEB DI APPRENDIMENTO -

PROGRAMMA LEONARDO DA VINCI

Progetto Pilota

QUAL-REGEN

Qualification for the Regeneration Sector

Codice UK/6/B/F/PP-162-574



**“QUAL-REGEN - Qualifications for the Regeneration Sector”  
Programma Leonardo da Vinci**

**Soggetti Realizzatori**

Funding Finders Ltd - (UK)  
Hexacon Baltija - (LT)  
EMMERCE - (SE)  
Conform - Consorzio Formazione Manageriale - (IT)  
NEO International - (UK)  
Partnership Team - (UK)

**Redazione Brochure**

CONFORM - Consorzio Formazione Manageriale  
Collina Liguorini - Centro Direzionale Banca della Campania  
83100 - Avellino (Italia)  
Tel. 0825 - 1805405/06/50  
Fax 0825 - 756359  
E-mail: [conform@conform.it](mailto:conform@conform.it)  
Web: [www.conform.it](http://www.conform.it)

*Il presente progetto è finanziato con il sostegno della Commissione europea.  
L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso  
che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.*

## INDICE

<b>PREMESSA</b> .....	4
<b>IL PROGETTO QUAL REGEN</b> .....	6
<b>TERRITORIO E OPPORTUNITA' DI SVILUPPO</b> .....	8
<b>Le Radici</b> .....	8
Sezione “Arte e Cultura” .....	9
Sezione “Antichi Mestieri” .....	18
Sezione “Natura” .....	20
Sezione “Enogastronomia” .....	22
<b>Le Foglie</b> .....	24
Sezione “Occupazione e creazione d’impresa” .....	24
Sezione “Comunicazione Sociale e Fund Raising” .....	27
“Ambiente e natura” .....	28
“Antichi mestieri” .....	29
“Arte e cultura” .....	30
“Immigrazione” .....	32
“Salute” .....	34
“Sicurezza e Legalità” .....	35
Sezione “Turismo e territorio” .....	36
<b>GLI AMBIENTI DI AUTO-APPRENDIMENTO</b> .....	41
Pianificazione delle attività per lo sviluppo del business.....	41
Fund Raising .....	54
Marketing e Comunicazione Sociale .....	59

## PREMESSA

QUAL-REGEN UK/06/B/F/PP - 162-574 è un progetto Leonardo da Vinci che ha come obiettivo quello di favorire l'occupabilità nelle comunità di volontariato e nel sociale, attraverso la formazione professionale di soggetti già impegnati nei settori di riferimento e/o di coloro che si affacciano al mondo del lavoro, anche attraverso iniziative di nuova imprenditorialità, proponendo un approccio flessibile nell'erogazione dell'apprendimento informale ed il conseguente riconoscimento delle qualifiche professionali.

Gli obiettivi specifici del progetto possono, dunque, essere sintetizzati come segue:

- sviluppare, progettare, verificare e valutare le qualifiche professionali, trasferibili a livello pan-europeo, di coloro che lavorano nel settore del Sociale e/o ipotizzare la creazione di nuove qualifiche;
- utilizzare il contenuto e la trasferibilità delle qualifiche così sviluppate, catalogandole come strumenti di disseminazione e valorizzazione delle buone pratiche a livello europeo;
- sviluppare l'uso delle ICT per promuovere l'accesso alle qualifiche professionali, sia nei processi di erogazione della formazione, che in quelli di valutazione;
- incoraggiare gli esperti del settore a sviluppare le loro attività migliorando la qualità della formazione professionale, promuovendo l'innovazione, rafforzando la sostenibilità e la partecipazione delle comunità di volontariato;
- sviluppare materiale formativo relativo al recupero sociale che possa essere patrimonializzato ed adattato ai cambiamenti futuri;
- consentire agli esperti del settore di seguire i corsi di aggiornamento in ciascun Paese di provenienza, garantendo il conseguimento dei livelli di qualifica, previsti dall'European Qualification Framework, al fine di assicurare la trasferibilità del modello in Europa e l'adattabilità dello stesso ai differenti contesti territoriali.

Tali obiettivi specifici rappresentano il driver centrale del pilot project ed hanno consentito a ciascun partner di individuare i focus tematici e le relative figure professionali su cui elaborare e sperimentare i moduli di apprendimento da rendere fruibili ai gruppi target del progetto (Associazioni di volontariato; Disabili; Minoranze etniche; Organizzazioni del settore no-profit), discrezionalmente in modalità e-learning e/o mediante azioni formative in aula.

In coerenza con il ruolo e le attività di propria competenza nell'ambito del progetto, il Conform ha elaborato il materiale didattico inerente il mercato del lavoro e/o la creazione d'impresa nel sociale, tarandone i contenuti in base alle caratteristiche e alle esigenze rilevate dai singoli territori, protagonisti dell'iniziativa progettuale. Inoltre, in linea con la strategia progettuale, che ha promosso l'utilizzo delle ICT nell'erogazione degli interventi formativi, il Conform ha ideato e sviluppato un percorso di apprendimento in materia di: **Pianificazione delle attività per lo sviluppo del Business; Fund Raising; Marketing e Comunicazione Sociale,**

nell'ambito del quale la progettazione di ciascun modulo è stata effettuata in base alla classificazione dei livelli di qualifica contemplati dall'EQF, al fine di favorire la trasferibilità delle competenze da un Paese ad un altro ed il conseguente riconoscimento delle qualifiche professionali.

Tale percorso formativo si contestualizza in un più vasto ambiente virtuale, fruibile all'indirizzo [www.conform.it/qual\\_regen](http://www.conform.it/qual_regen), del quale si fornirà una dettagliata descrizione nel presente documento.

L'ambiente è stato progettato e realizzato dal Conform al fine di garantire:

- la maggiore diffusione delle informazioni inerenti le finalità del progetto, i partner europei che hanno cooperato alla realizzazione dei risultati previsti e le fasi di lavoro programmate;
- l'orientamento dei beneficiari finali all'analisi delle opportunità del territorio per trarne indicazioni utili per avviare nuove iniziative, o per meglio operare nei contesti pubblici e/o privati di riferimento, mediante l'apprendimento degli elementi costitutivi (conoscenze, abilità e competenze) delle competenze attese in esito ai percorsi di apprendimento, articolati secondo gli otto livelli previsti dall'European Qualification Framework;
- la presentazione dei filmati video e delle campagne di promo-comunicazione realizzate da Istituzioni Pubbliche, Strutture Private, Fondazioni, Organizzazioni no-profit riguardanti: il rispetto

dell'ambiente e della natura; la promozione del patrimonio artistico e culturale; le problematiche concernenti l'immigrazione, la sicurezza e la legalità;

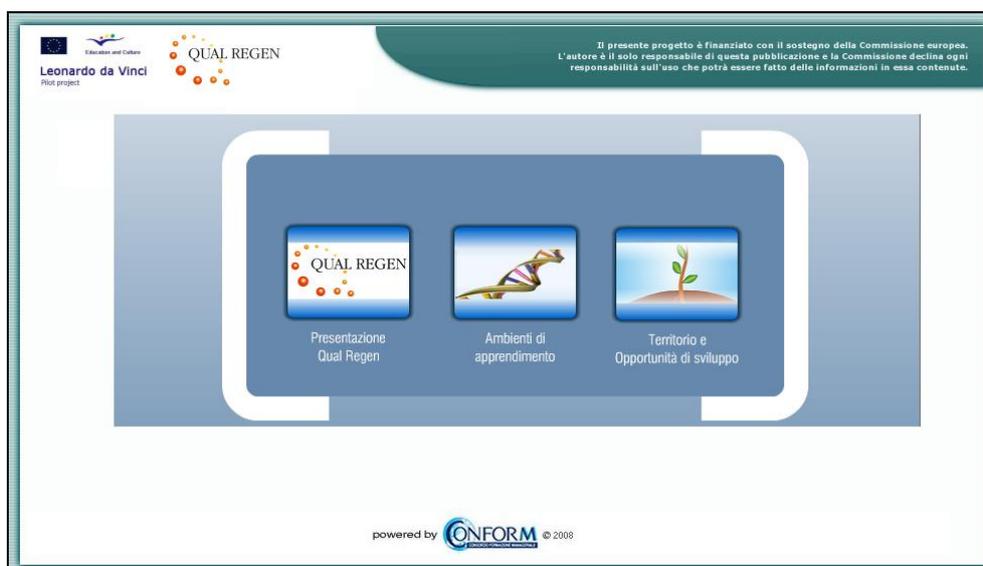
- l'auto-apprendimento per tutti coloro che intendono potenziare le conoscenze, le abilità ed i comportamenti da esercitare, attraverso la fruizione di tre WBT in materia di:
  - **Pianificazione delle attività per lo sviluppo del Business;**
  - **Fund Raising;**
  - **Marketing e Comunicazione Sociale.**

L'ambiente virtuale è navigabile in due lingue, italiano e inglese, come di seguito rappresentato:



Il percorso di navigazione consente all'utente di scegliere quale area intende visitare, selezionando:

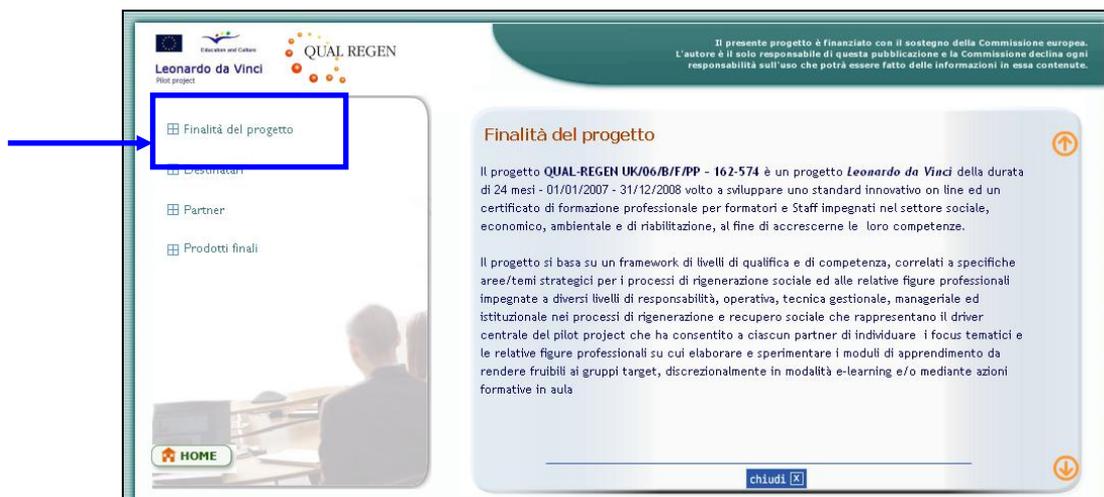
- **Presentazione Qual Regen:** sezione destinata all'acquisizione delle informazioni generali inerenti l'iniziativa progettuale;
- **Ambienti di apprendimento:** sezione dedicata alla fruizione dei moduli formativi on line;
- **Territorio ed Opportunità di sviluppo:** sezione volta ad esplicitare il legame intercorrente tra le potenzialità del territorio e le opportunità di crescita e sviluppo occupazionale, che da esso possono generarsi.



## IL PROGETTO QUAL REGEN

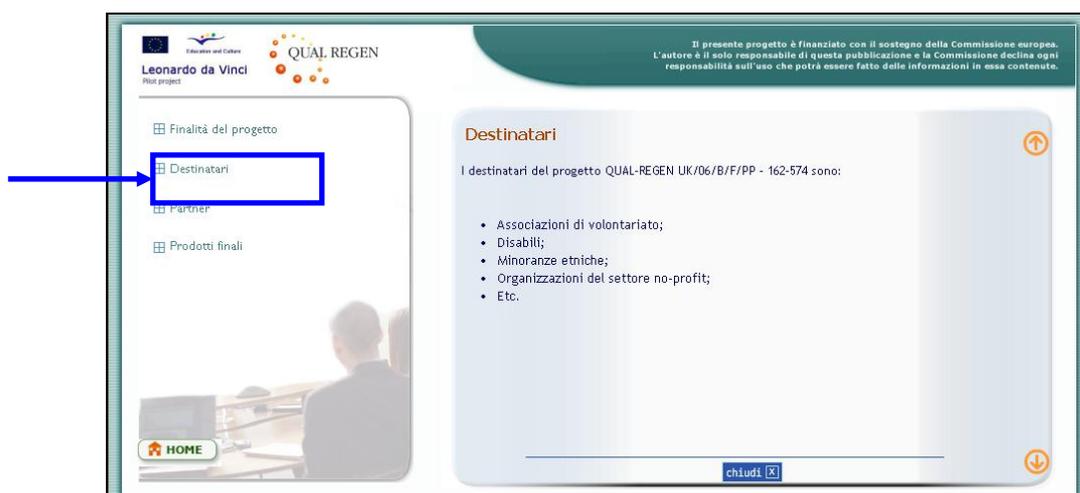
L'area **Presentazione Qual Regen**, come si evince dalle videate di seguito riportate, consentirà all'utente di acquisire le informazioni sul progetto.

In particolare, nella sezione **Finalità del progetto** l'utente potrà acquisire informazioni in merito agli obiettivi perseguiti dall'iniziativa, ovvero l'accesso alle qualifiche professionali ed il riconoscimento delle stesse per coloro che lavorano in ambito sociale e/o di coloro che, in tale settore, si affacciano al mondo del lavoro, anche attraverso iniziative di nuova imprenditorialità.



Nella sezione **Destinatari**, all'utente/visitatore il sistema mostrerà le varie tipologie di target group e precisamente:

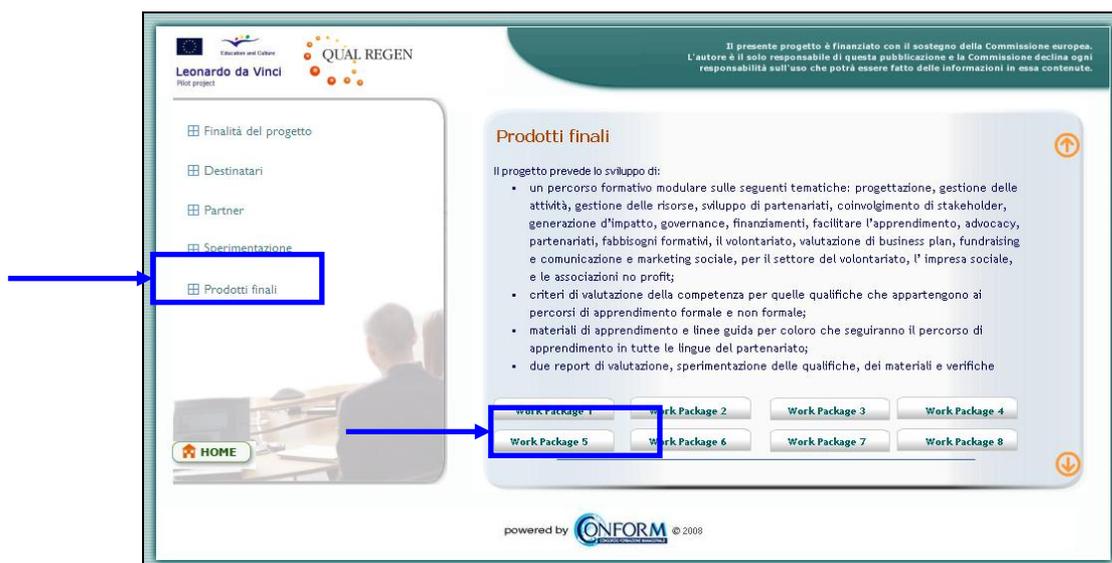
- Associazioni di volontariato;
- Disabili;
- Minoranze etniche;
- Organizzazioni del settore no-profit.



Nella videata dedicata ai **Partner**, il sistema consentirà all'utente/visitatore di visualizzare la denominazione delle Organizzazioni coinvolte nella realizzazione del Progetto, di cui si vuole avere le informazioni disponibili on line. Cliccando su tale denominazione, il sistema attiverà il link al sito istituzionale dell'Organizzazione Partner, come di seguito rappresentato:



Nella sezione **Prodotti finali** l'utente/visitatore potrà raccogliere informazioni in merito agli esiti attesi da ciascuna fase di lavoro, consultando la breve sintesi elaborata per ciascuna Work Package, cliccando sul pulsante corrispondente.



## TERRITORIO E OPPORTUNITA' DI SVILUPPO

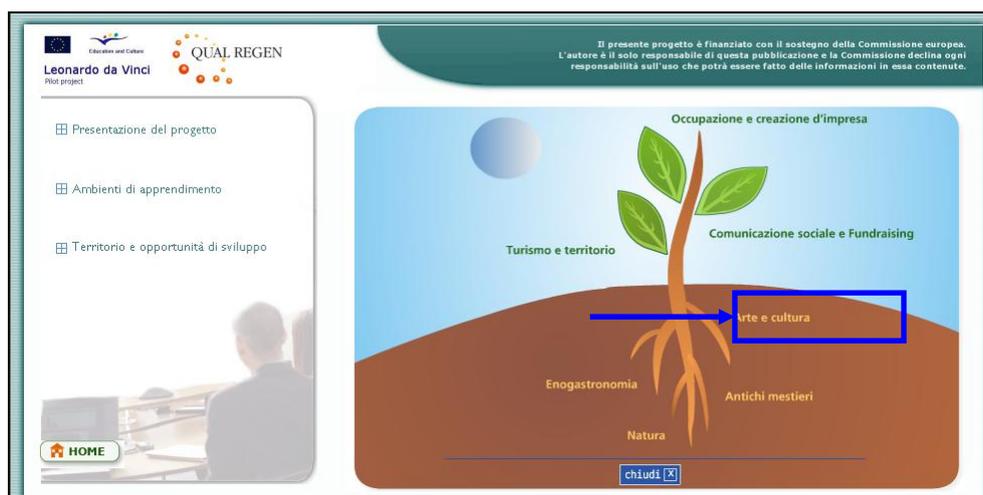
L'area **“Territorio e Opportunità di sviluppo”** è stata progettata e realizzata al fine di esplicitare il legame intercorrente tra le potenzialità di sviluppo economico di un territorio e la sua ricchezza culturale, enogastronomica, paesaggistica, storica ed ambientale.

Al fine di consentire una più facile lettura dell'idea che ha animato la progettazione e la realizzazione di questa sezione dell'ambiente, nelle pagine seguenti verrà illustrato il percorso di navigazione che l'utente/visitatore dovrà compiere per cogliere, da tale esemplificazione ricostruita in virtuale, le linee guida da seguire per poter ricercare, in maniera analoga, nel proprio contesto territoriale di riferimento, quanto necessario ad identificare le opportunità di sviluppo economico e sociale e con esse raccordarsi in termini di possibili sbocchi occupazionali sotto forma di lavoro autonomo, anche mediante la creazione d'impresa, e/o di lavoro dipendente, in funzione del quale acquisire, in auto-apprendimento, le conoscenze, le abilità ed i comportamenti per esercitare efficacemente le competenze richieste.

### Le Radici

L'immagine scelta come icona della sezione raffigura una pianta.

Quanto raccolto e catalogato nelle “radici” sintetizza quali sono le risorse culturali, storiche, artistiche, paesaggistiche, ambientali ed enogastronomiche che un territorio può trasformare in volano di sviluppo, al fine di generare crescita sociale, economica ed occupazionale.



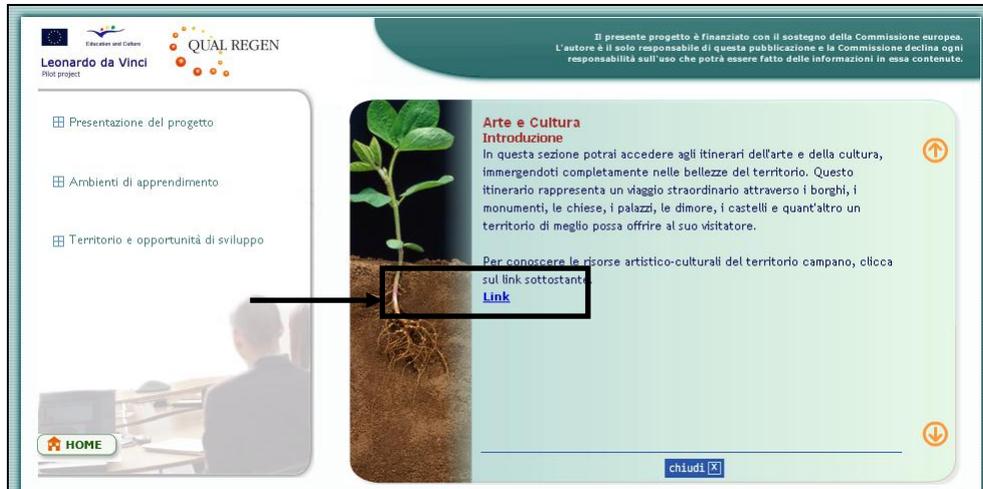
Tali risorse sono state catalogate in quattro differenti aree tematiche e precisamente:

- **“Arte e cultura”**
- **“Antichi Mestieri”**
- **“Natura”**
- **“Enogastronomia”**

Il percorso di navigazione prevede, dunque, la possibilità di consultare, per ciascuna delle suddette aree tematiche, una scheda introduttiva dalla quale il sistema attiverà un **“Link”** alle corrispondenti maschere della Piattaforma di Web Marketing del Conform, progettata e realizzata al fine di consentire all'utente di poter ripercorrere un suggestivo viaggio virtuale tra città, centri storici, monumenti, parchi e tradizioni culinarie, per riscoprire la ricchezza culturale, paesaggistica e gastronomica del patrimonio locale.

## Sezione “Arte e Cultura”

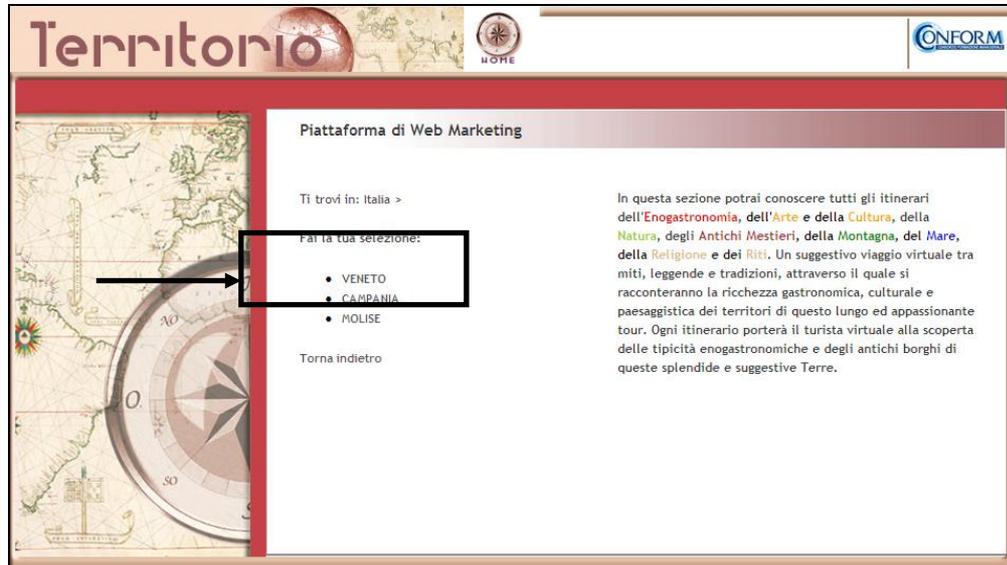
Cliccando sull’immagine della radice recante la scritta “**Arte e Cultura**”, l’utente/visitatore potrà accedere alla scheda di introduzione all’area tematica, di seguito rappresentata:



Cliccando sulla scritta “**Link**”, l’utente/visitatore potrà accedere alla piattaforma di web marketing, nella quale, dopo aver cliccato sul Paese di riferimento (ad esempio Italia), il sistema presenterà i riferimenti geografici e storici delle Regioni interessate dal progetto (ad es.: Veneto, Campania, Molise, ecc...) ed i relativi itinerari, prodotti culturali ed enogastronomici.

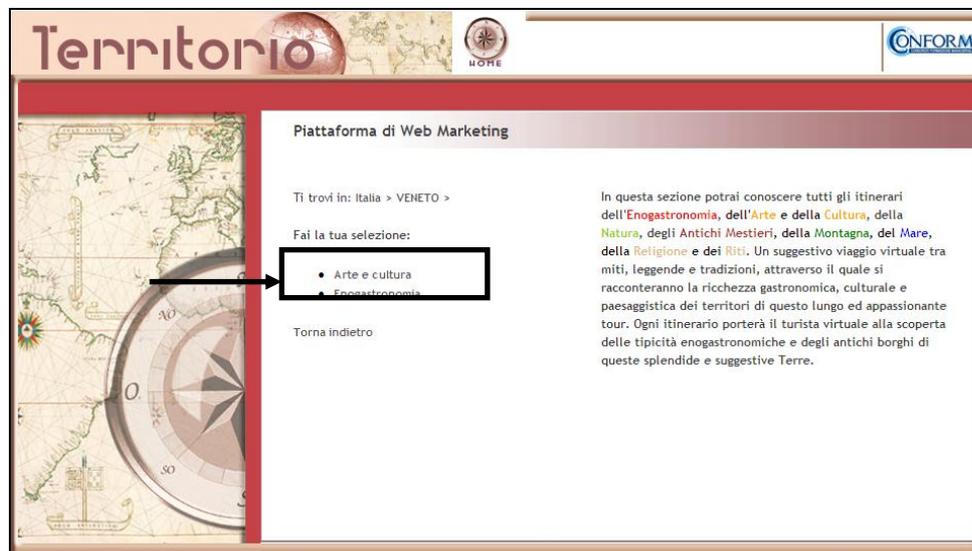


Cliccando, ad esempio, sulla Regione Veneto, l'utente/visitatore avrà la possibilità di scoprire le principali risorse del territorio selezionato, con l'ausilio di schede di approfondimento che gli consentiranno di apprezzare la tipicità del patrimonio locale, le sue caratteristiche peculiari, o le modalità del processo di produzione, laddove si tratti di una risorsa enogastronomica.

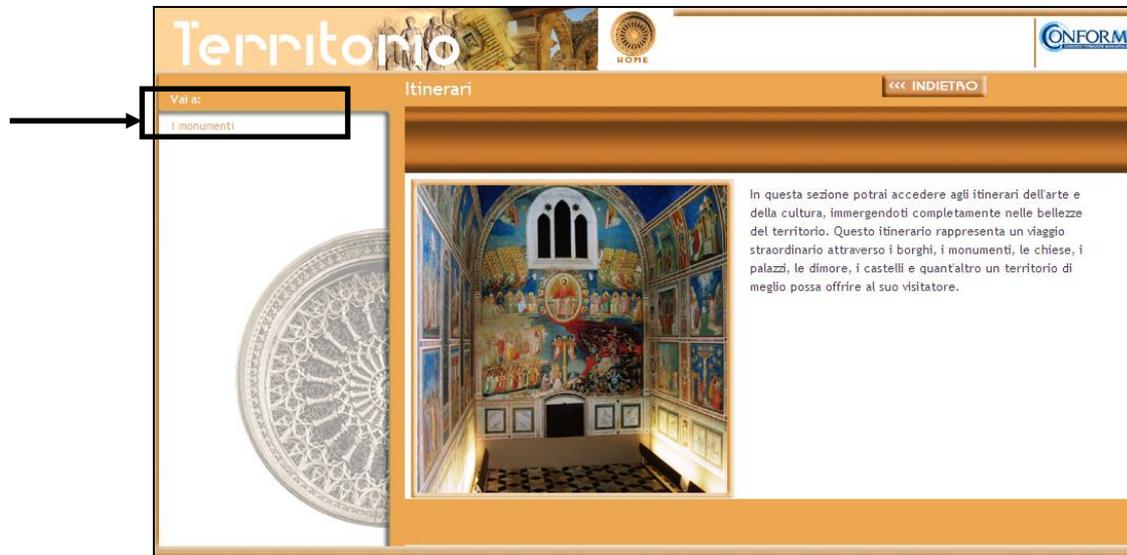


Cliccando sulla scritta "Visualizza gli itinerari", l'utente/visitatore avrà la possibilità di scegliere, nell'ambito della regione selezionata, quale tipologia di percorso virtuale desidera percorrere, tra:

- il percorso di arte e cultura
- il percorso enogastronomico.



Selezionata l'area tematica “Arte e Cultura” e, successivamente, cliccando sulla scritta “Visualizza gli itinerari”, il sistema consentirà all'utente/visitatore di iniziare il suo viaggio virtuale alla scoperta delle testimonianze dell'arte e della cultura del territorio, come mostrato nella schermata di seguito riportata:



Selezionando dal menu laterale, ad esempio, la voce “I Monumenti”, il sistema mostrerà la seguente videata attraverso la quale l'utente/visitatore avrà la possibilità di usufruire di fotografie, video, approfondimenti, schede informative sui prodotti/processi di lavorazione tipici di ciascuna città dell'itinerario, nonché la possibilità di inviare una cartolina virtuale, consultare le mappe stradali per raggiungere i luoghi visitati e scaricare il “book fotografico” predisposto dal sistema, una volta selezionate le fotografie messe a disposizione on line.



Si riporta, a titolo esemplificativo, il percorso di navigazione alla scoperta di quanto catalogato nei bottoni sensibili cliccabili per ciascuna tappa dell'itinerario. L'utente/visitatore potrà, dunque, selezionare la **tappa** sia dalla barra di navigazione in alto, sia dal menu laterale di sinistra.

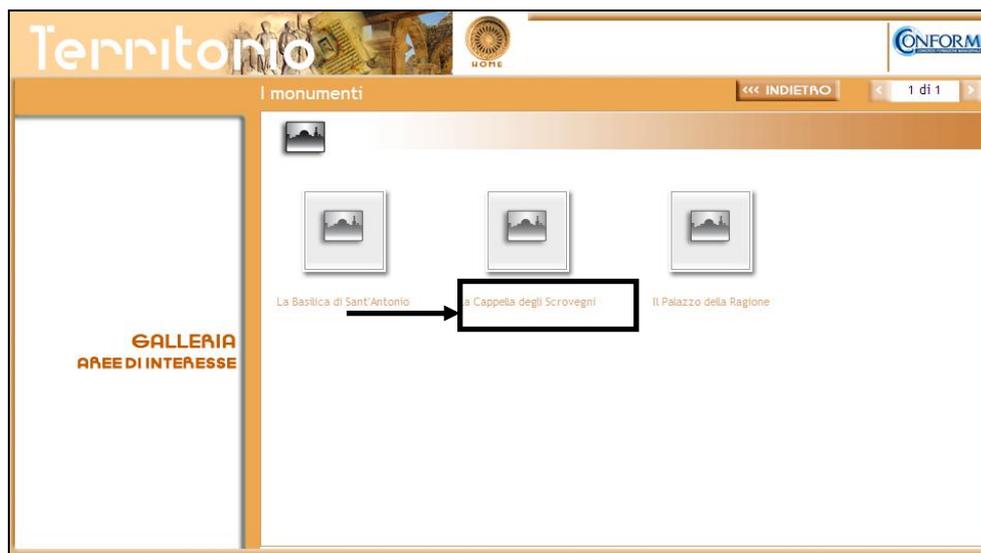
Cliccando, dunque, sulla dicitura **Padova**, il sistema mostrerà la seguente schermata recante una breve descrizione ed una fotografia della tappa selezionata e consentirà di acquisire ulteriori informazioni e di poter usufruire di tutte le funzionalità previste dall'applicativo attraverso le altre icone poste in basso (video, fotografie, approfondimenti, prodotti tipici, cartolina, mappamondo, book fotografico), che forniranno, in visualizzazione ed in download, il materiale di approfondimento relativo alla tappa selezionata.



Ad esempio, cliccando sull'icona **Luoghi di interesse**



il sistema visualizzerà la seguente schermata relativa alla Galleria **"Aree di Interesse"**, ovvero i punti sensibili di forte interesse storico-artistico della città di Padova.



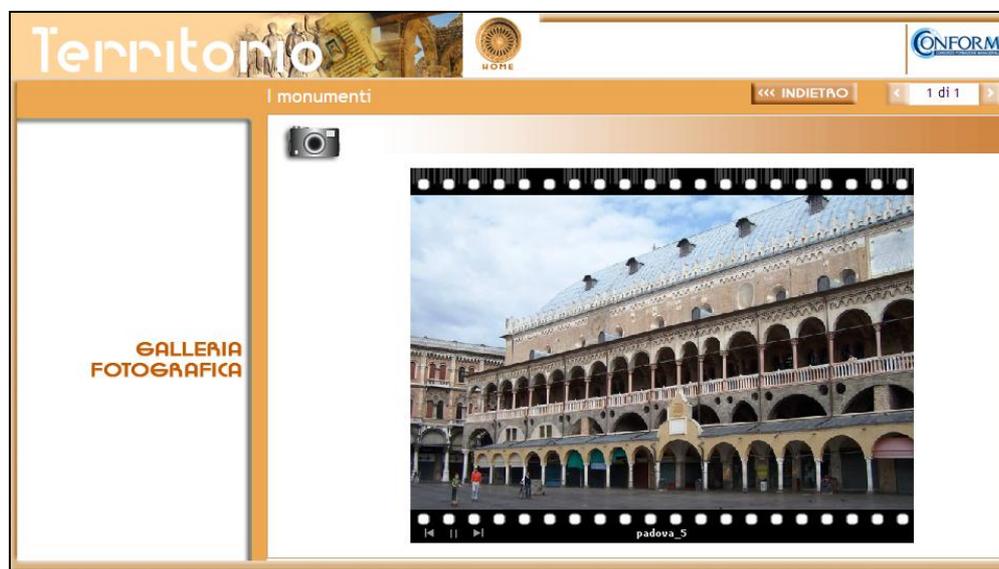
Selezionando, ad esempio, “**La Cappella degli Scrovegni**”, il sistema consentirà di visualizzare la seguente schermata contenente una foto ed una breve sintesi del punto sensibile in oggetto:



Cliccando, invece, sull'icona della **macchina fotografica**



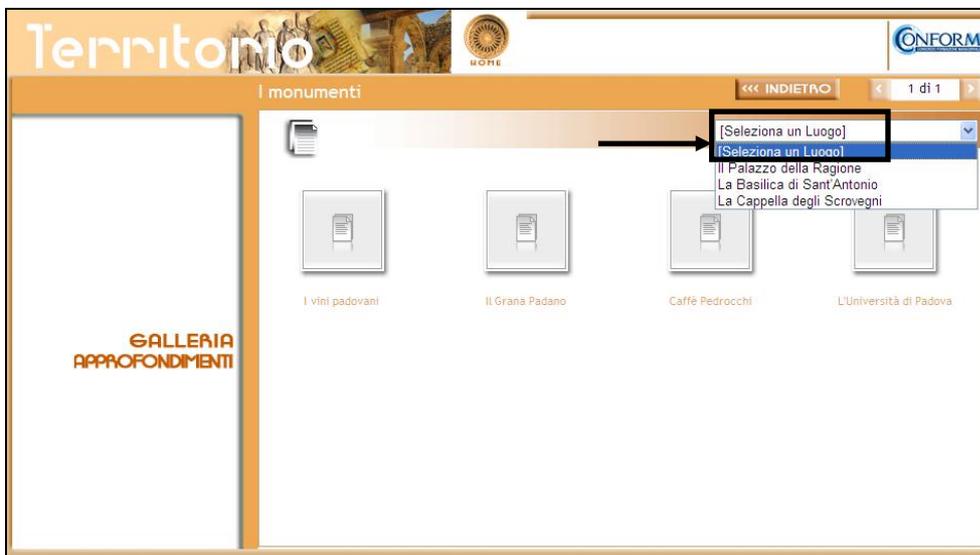
il sistema visualizzerà la seguente schermata relativa alla Galleria “**Fotografica**”, dove scorreranno in sequenza, con animazione flash, le più belle fotografie evocative della città di Padova, della sua storia, arte e monumenti.



Cliccando sulla icona degli **approfondimenti**

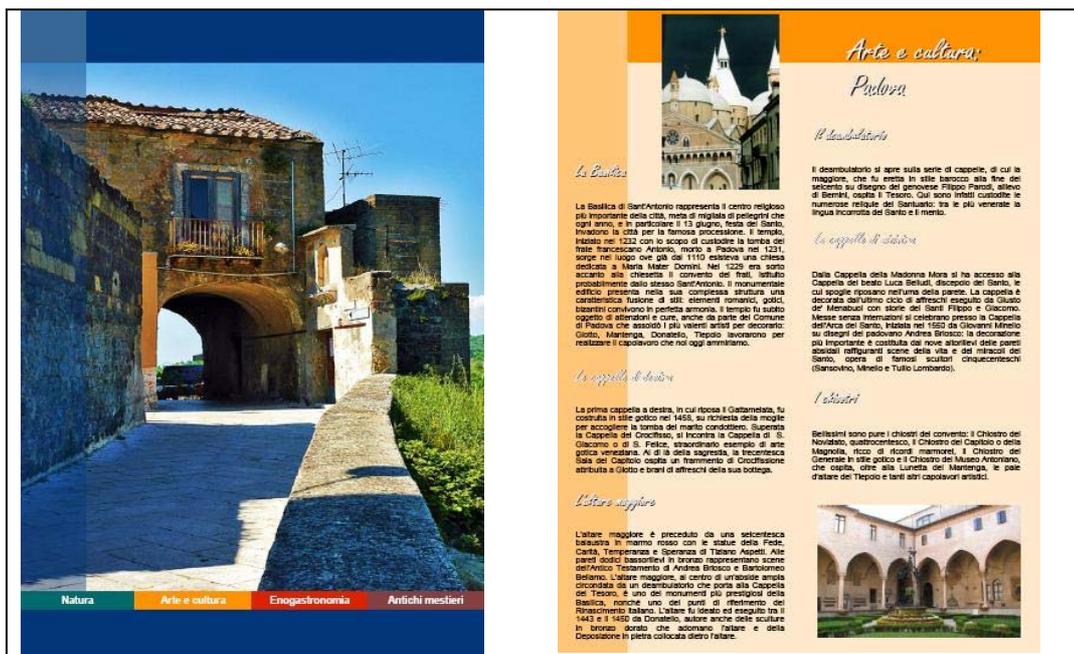


il sistema visualizzerà la schermata relativa alla Galleria “Approfondimenti”.



L'utente/visitatore potrà selezionare l'approfondimento d'interesse relativo alla città di Padova ed intervenire persino a modificarne il livello di visualizzazione utilizzando il menu a combo, posto nel riquadro in alto a destra, per consultare gli eventuali documenti collegati ai punti sensibili della città (ad es.: La Basilica di Sant'Antonio).

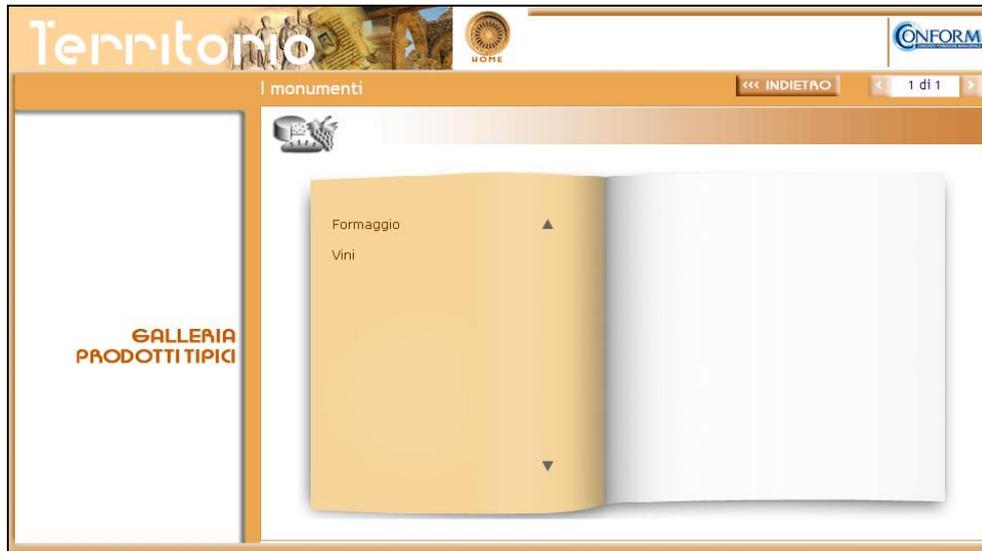
Cliccando, invece, sull'icona dell'approfondimento (ad es.: La Basilica di Sant'Antonio), a qualunque livello ci si trovi, l'utente/visitatore avrà la possibilità di scaricare in download il file in formato .pdf personalizzato, così come di seguito rappresentato:



Cliccando sulla icona dei **prodotti tipici**



il sistema visualizzerà la schermata relativa alla Galleria **“Prodotti Tipici”**, dove l’utente/visitatore potrà scegliere tra i due prodotti **“Formaggio”** e **“Vini”**:



Cliccando sul prodotto **“Formaggio”**, nella sezione bianca del libro virtuale, verrà visualizzata l’opzione di scelta tra **“Il Grana Padano”** e **“Il Monte Veronese”**:



Selezionando, ad esempio, la tipologia “**Monte Veronese**”, il sistema visualizzerà il seguente abstract di approfondimento:



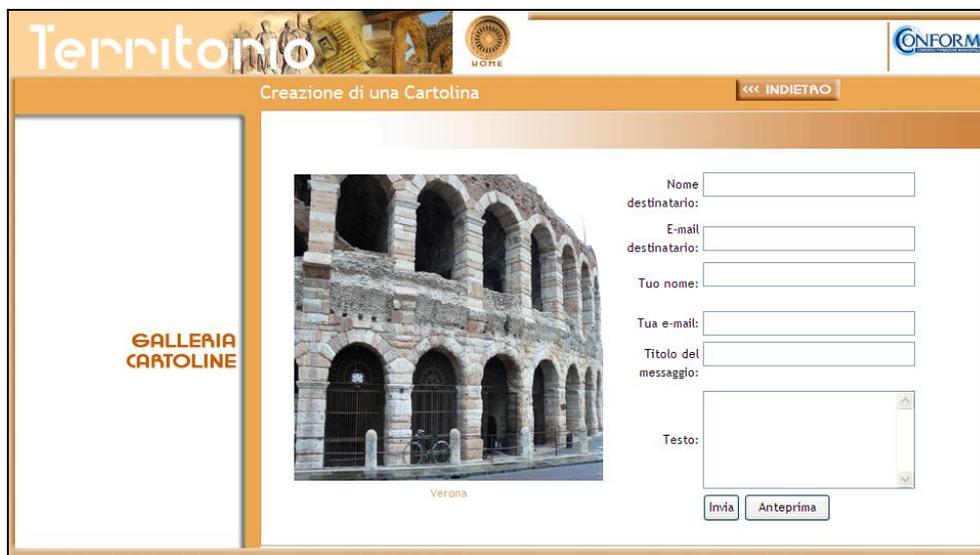
Uscendo dalla videata, mediante il tasto “**Indietro**”, cliccando sull'icona della **cartolina**



il sistema visualizzerà la schermata di seguito riportata relativa alla Galleria “**Cartoline**”



Cliccando sull'icona posta sotto la scritta collegata alla fotografia presente nella galleria (in caso di più foto dedicate alla città di Padova, questa funzione permetterà all'utente/visitatore di selezionare quella con cui intende personalizzare la cartolina virtuale che intende spedire), il sistema consentirà di mandare una cartolina virtuale, dopo aver compilato tutti i campi visualizzati nella seguente schermata:



**Territorio**  

Creazione di una Cartolina <<< INDIETRO

**GALLERIA CARTOLINE**

  
Verona

Nome destinatario:

E-mail destinatario:

Tuo nome:

Tua e-mail:

Titolo del messaggio:

Testo:

Cliccando sull'icona del **mappamondo**



il sistema consentirà il collegamento al link del sito web **“ViaMichelin”**



**ViaMichelin**  Mappe & Itinerari Turismo, Hotel & Ristoranti Il Mio ViaMichelin Servizi B2B

**Mappe**

Paese: Italia

Indirizzo, stazione...

Cap, città, località...

**Itinerari**

Partenza Paese: Italia

Indirizzo, stazione...

Cap, città, località...

Arrivo Paese: Italia

Indirizzo, stazione...

Cap, città, località...

Itinerari  Consigliato da Michelin  Il + corto  Il + rapido

**Turismo, Hotel & Ristoranti**

**Nel cuore della Foresta Nera**

La Foresta Nera è stata in passato teatro di terribili leggende popolate di elfi e di streghe... Oggi, affascina per la varietà dei suoi paesaggi e ci si augura una sola cosa: perdersi lontano dai rumori della civiltà!

**Alberghi: Prenotazione rapida**

Paese: Italia

Città:

Indirizzo:

Arrivo:   persone

Partenza:

**Il Mio ViaMichelin**

Salva le tue mappe, i tuoi luoghi di interesse...

Crea e condividi con amici i tuoi Diari di viaggio.

**Trovare l'anima gemella è facile con be2!**

be2 Trova il partner più adatto a te

Registrati subito: è gratis e funziona!

**Navigazione con GPS**

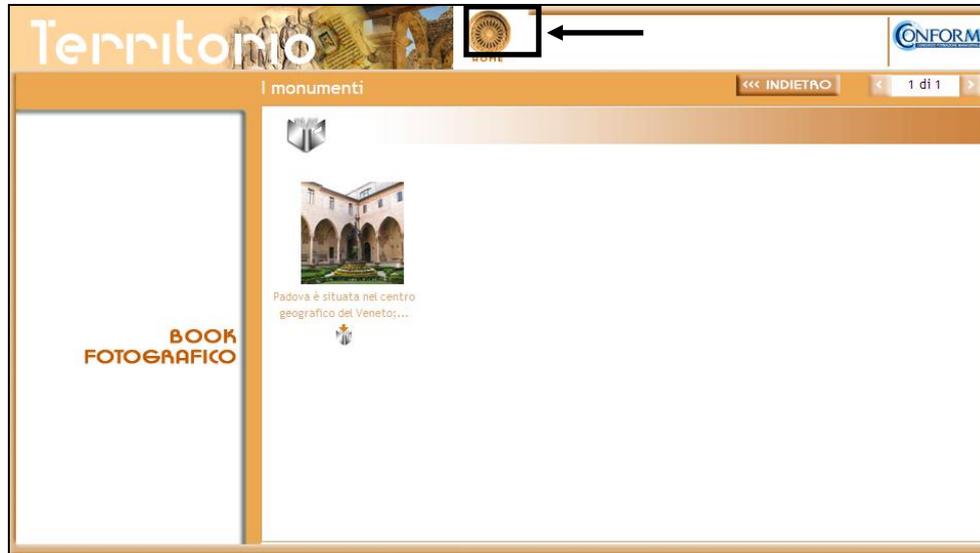
Registrazione prodotti

L'utente/visitatore avrà, così, la possibilità di raccogliere le informazioni in merito alle modalità di raggiungimento della tappa selezionata, nonché la possibilità di ricercare alberghi e/o ristoranti per una eventuale prenotazione on line.

Cliccando sulla icona **book fotografico**



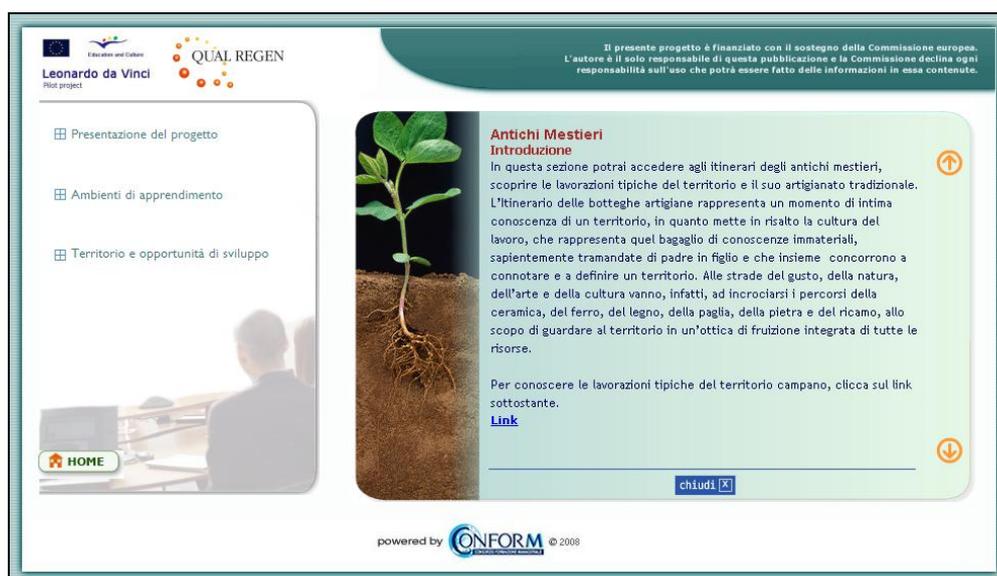
il sistema visualizzerà la schermata di seguito riportata relativa al “**Book Fotografico**”



Cliccando sull'icona posta sotto la scritta collegata alla fotografia (in caso di più foto dedicate alla città di Padova, questa funzione permetterà all'utente/ visitatore di selezionare quella che desidera includere nel book fotografico, affinché il sistema possa poi produrre un documento .pdf che contenga le fotografie selezionate ed i testi inseriti in piattaforma ad esse correlati), il sistema consentirà di scaricare in download il file in formato .pdf personalizzato.

### Sezione “Antichi Mestieri”

Cliccando sull'immagine della radice recante la scritta “**Antichi Mestieri**”, l'utente/visitatore potrà accedere alla scheda introduttiva all'area tematica di seguito rappresentata:



Cliccando sulla scritta **“Link”**, l'utente/visitatore potrà accedere alla piattaforma di web marketing, nella quale, dopo aver cliccato sul Paese di riferimento (ad esempio Italia), il sistema consentirà di visualizzare gli itinerari relativi agli antichi mestieri delle Regioni interessate dal progetto (ad es.: Veneto, Campania, Molise, ecc...).



Cliccando sulla scritta **“Visualizza gli itinerari”**, il sistema consentirà di scegliere, nell'ambito della Regione selezionata, quale tipologia di percorso virtuale percorrere, alla scoperta dell':

- itinerario della ceramica
- itinerario della pietra
- itinerario del ricamo.



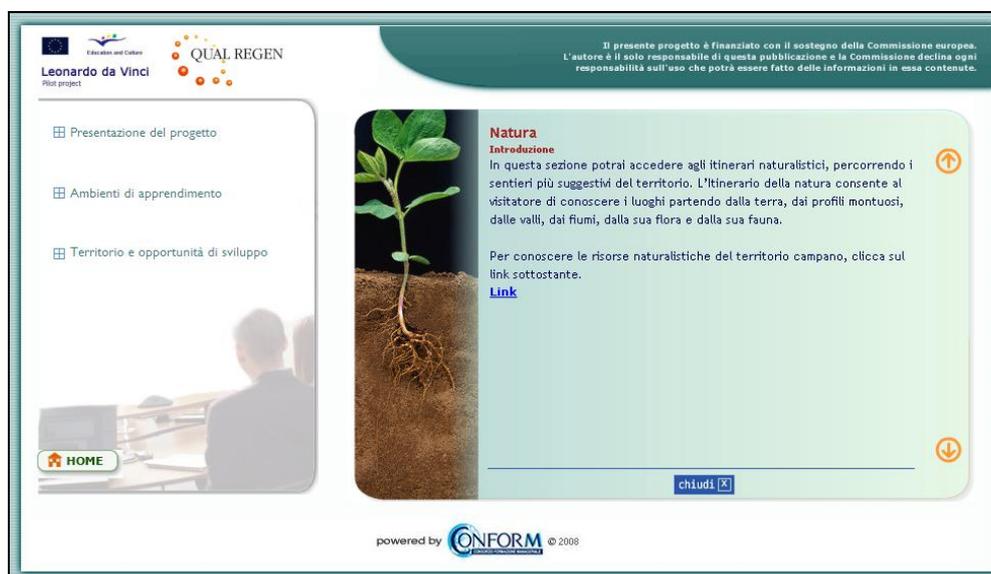
Dopo aver selezionato, tra le varie opzioni, l'itinerario d'interesse, il sistema consentirà di usufruire di fotografie, video, approfondimenti, schede informative, nonché di inviare una cartolina virtuale, consultare le mappe stradali per raggiungere i luoghi visitati in virtuale e scaricare il “book fotografico”, ossia produrre un documento .pdf che contenga le fotografie selezionate ed i testi inseriti in piattaforma ad esse correlati.

Il sistema di navigazione all'interno di ogni singolo itinerario e, successivamente all'interno di ciascuna tappa, è già stato descritto nel dettaglio in riferimento alla sezione "Arte e Cultura".



### Sezione "Natura"

Cliccando sull'immagine della radice recante la scritta "Natura", l'utente/visitatore potrà accedere alla scheda introduttiva all'area tematica di seguito rappresentata:



Cliccando sulla scritta "Link", l'utente/visitatore potrà accedere alla piattaforma di web marketing, nella quale, dopo aver cliccato sul Paese di riferimento (ad esempio Italia), il sistema consentirà di visualizzare gli itinerari relativi all'area tematica "Natura" delle Regioni interessate dal progetto (ad es.: Veneto, Campania, Molise, ecc...).



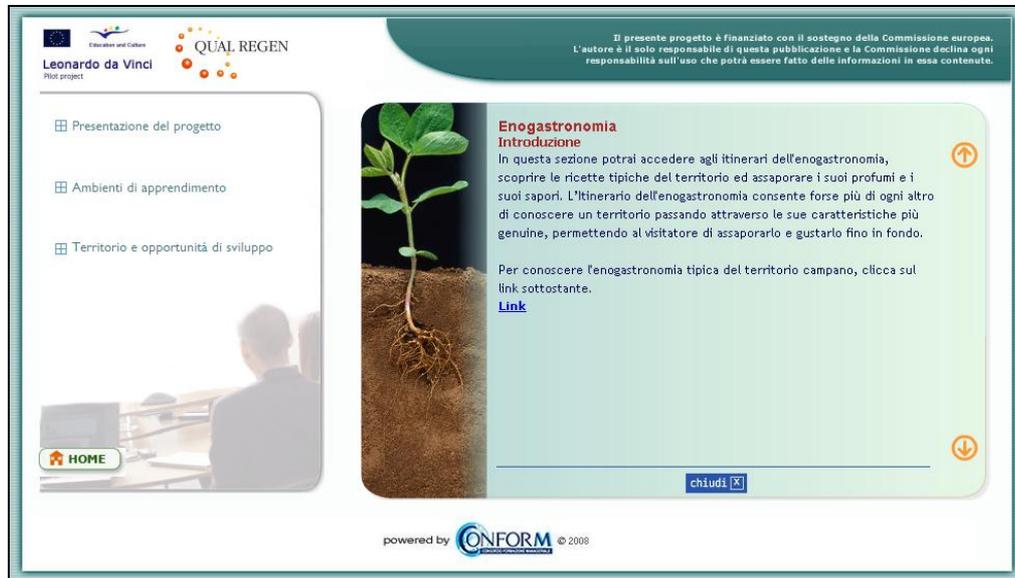
Dopo aver selezionato, tra le varie opzioni, l'itinerario d'interesse, il sistema consentirà di usufruire di fotografie, video, approfondimenti, schede informative, nonché di inviare una cartolina virtuale, consultare le mappe stradali per raggiungere i luoghi visitati in virtuale e scaricare il "book fotografico", ossia produrre un documento .pdf che contenga le fotografie selezionate ed i testi inseriti in piattaforma ad esse correlati.

Il sistema di navigazione all'interno di ogni singolo itinerario e, successivamente all'interno di ciascuna tappa, è già stato descritto nel dettaglio in riferimento alla sezione "Arte e Cultura".



## Sezione “Enogastronomia”

Cliccando sull’immagine della radice recante la scritta “**Enogastronomia**”, l’utente/visitatore potrà accedere alla scheda introduttiva all’area tematica di seguito rappresentata:



Cliccando sulla scritta “**Link**”, l’utente/visitatore potrà accedere alla piattaforma di web marketing, nella quale, dopo aver cliccato sul Paese di riferimento (ad esempio Italia), il sistema consentirà di **visualizzare gli itinerari del “Formaggio”, del “Vino” e dell’“Olio”** delle Regioni interessate dal progetto (ad es.: Veneto, Campania, Molise, ecc...).



Dopo aver selezionato, tra le varie opzioni, l'itinerario d'interesse, il sistema consentirà di usufruire di fotografie, video, approfondimenti, schede informative, nonché di inviare una cartolina virtuale, consultare le mappe stradali per raggiungere i luoghi visitati in virtuale e scaricare il "book fotografico", ossia produrre un documento .pdf che contenga le fotografie selezionate ed i testi inseriti in piattaforma ad esse correlati.



Il sistema di navigazione all'interno di ogni singolo itinerario e, successivamente all'interno di ciascuna tappa, è già stato descritto nel dettaglio in riferimento alla sezione "Arte e Cultura".



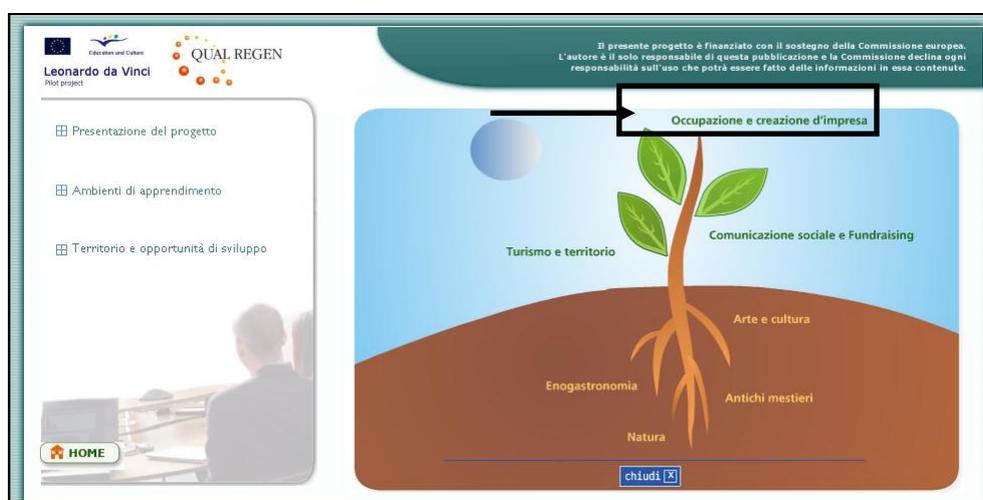
## Le Foglie

Le “foglie”, simbolicamente utilizzate a rappresentare l’area **“Territorio ed opportunità di sviluppo”**, sono state progettate e realizzate come contenitori virtuali di informazioni, documenti, video e link a siti web inerenti le tematiche di seguito elencate:

- **Occupazione e creazione d’impresa,**
- **Comunicazione sociale e Fund Raising,**
- **Turismo e territorio.**

### Sezione “Occupazione e creazione d’impresa”

La sezione **Occupazione e creazione d’impresa** è stata realizzata per organizzare e catalogare esempi di progettualità di successo volute a favorire lo sviluppo occupazionale, anche mediante la creazione d’impresa, con particolare attenzione alle tematiche dell’inclusione sociale, dell’immigrazione e della sostenibilità ambientale.



L’utente/visitatore potrà visualizzare, attraverso il link ai siti ufficiali di ciascun progetto, le iniziative di eccellenza finanziate con programmi comunitari e/o nazionali e/o regionali nel settore sociale, realizzate per incentivare l’occupazione e la creazione d’impresa, nel rispetto del territorio e del suo capitale umano e sociale, come di seguito rappresentato:



Di seguito si riporta una breve sintesi delle iniziative progettuali di eccellenza, selezionate e catalogate, che hanno affrontato con successo queste tematiche:

### **Intrapresa**

Il progetto ha mirato alla promozione di un modello innovativo di sostegno alla creazione d'impresa che pone la competenza al centro del processo di formazione e affiancamento all'imprenditorialità.

Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.intrapresa.conform.it/default.html>;

### **Filomé**

Il progetto, promosso dal Comune di Napoli, ha mirato a favorire l'inclusione sociale di donne con forti problemi di esclusione lavorativa, anche attraverso iniziative di lavoro autonomo, proponendo un modello strutturale di sviluppo nel settore dell'impresa sociale.

Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.filome.it>;

### **Agronos**

Il progetto, promosso da una partnership calabrese, si è inserito nell'ambito delle politiche dell'Unione Europea finalizzate a contrastare il fenomeno della discriminazione e disuguaglianza nel contesto di lavoro. Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.agronos.eu/>;

### **Equal Spider**

Il progetto ha mirato alla promozione di un modello innovativo di impresa sociale finalizzata al corretto uso dell'informazione quali-quantitativa ed il saggio utilizzo delle risorse umane ed economiche del territorio di riferimento dei Comuni vesuviani.

Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.equalspider.it/>;

### **Equal Attica**

Il progetto ha mirato a sviluppare e consolidare, in alcuni territori calabresi, l'economia sociale con forte impatto ambientale.

Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.equalattica.it/>;

### **Per un'imprenditorialità interetnica**

Il progetto ha mirato a fronteggiare le problematiche che incontrano gli imprenditori stranieri nel mercato italiano. Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.impresainteretnica.it/>;

### **Leader- Lavoro e occupazione senza discriminazioni etniche e religiose**

Il progetto ha mirato a sviluppare una strategia di lotta alla discriminazione basata sull'appartenenza religiosa nel mercato del lavoro.

Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo:  
<http://www.leadernodiscriminazione.it/modules/news/>;

### **District Valley: rete di conoscenza e sviluppo imprenditoriale**

Il progetto ha mirato a rafforzare l'economia sociale attraverso la creazione di un "Distretto formativo" risultante dalla cooperazione di attori istituzionali ed economici del territorio.

Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.districtvalley.it/>;

### **E.S.A. - Etica nel Settore Agroalimentare**

Il progetto ha mirato, in Lombardia, Veneto, Puglia e Lazio al rafforzamento dell'innovazione organizzativa della forza lavoro impiegata nel settore agricolo locale.

Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.stepspa.it/esa/>

### **Progetto Homo Faber**

Il progetto ha mirato al rafforzamento dell'artigianato locale in un'ottica di rafforzamento dell'identità e della cultura del territorio.

Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.mater.it/HomoFaber/Default.asp>

### **Nuovi servizi per la continuità d' impresa**

Il progetto ha mirato a studiare il complesso fenomeno del passaggio generazionale e proporre ipotesi di nuovi servizi per il governo dello stesso.

Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.continuitadimpresa.it/>

### **Mercurion**

Il progetto ha mirato a combattere forme di discriminazione e di disuguaglianza nel mercato del lavoro.

Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.equalmercurion.org/home.asp>;

### **Parco sociale delle opportunità**

Il progetto ha mirato a creare, nella provincia di Isernia, le condizioni per una nuova imprenditorialità nei confronti di soggetti che mostrano disagio.

Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.parcosocialeisernia.it/>.

### **Patto per l'innovazione nell'economia sociale**

Si tratta di un intervento mirato ad evidenziare alcune criticità del sistema produttivo del territorio del Sangro-Aventino. Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.sangroaventino.it/>;

### **Investi Enna**

E' il progetto di sviluppo della provincia di Enna volto all'internazionalizzazione delle imprese locali.

Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.investienna.it/>;

### **Investi a Catania**

"Investi a Catania" è l'Agenzia di sviluppo del Comune di Catania che opera per la crescita sociale ed economica del territorio.

Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.investiacatania.it/>;

### **Consorzio Moltiplica**

Il progetto ha mirato a favorire, nella Regione Umbria, l'integrazione e lo sviluppo di reti tra imprese.

Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.moltiplica.com/it/>;

### **Enterprise**

Il progetto ha mirato a favorire, nella regione Sicilia, la creazione d'impresa ed il lavoro autonomo di lavoratori a rischio di emarginazione, attraverso il recupero dei beni confiscati alla mafia.

Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.progettoenterprise.it/ita/progetto.asp>;

### **Oltre.P.A.S.S.O.**

Il progetto ha mirato a sperimentare servizi innovativi, di supporto alla creazione d'impresa e al decollo nel mercato locale di professioni, mestieri e attività imprenditoriali

Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.equalcoop-comunepescara.it/>;

### **S.CO.O.P.**

Il progetto ha mirato a sperimentare un modello di cooperazione sociale, per percorsi formativi ed occupazionali, a favore di persone svantaggiate, nella città di Pescara e nella sua provincia.

Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.equalcoop-comunepescara.it/>;

### **Teseo**

Il progetto ha mirato a favorire azioni nel settore dello sviluppo locale e del mercato dell'impresa sociale. Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo:

<https://webgate.ec.europa.eu/equal/jsp/dpComplete.jsp?national=IT-G2-SAR-005&lang=it&cip=IT>

### **Lavorare in rosa nel sociale**

Il progetto ha mirato a favorire lo sviluppo di qualità del territorio attraverso il potenziamento dell'occupazione femminile nel settore dei servizi socio-educativi e alla persona.

Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.insiemesipuo.eu/>;

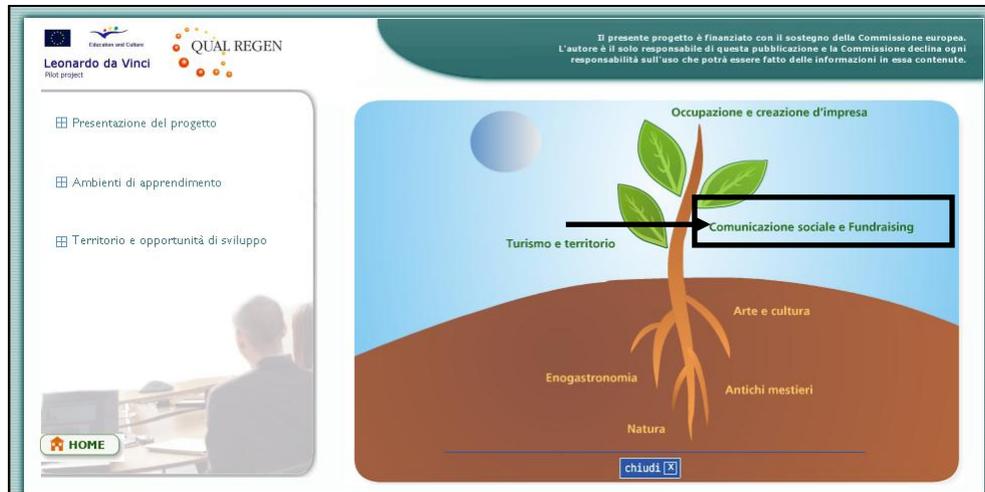
### **Innovazione nel gusto: nuove professionalità per nuovi mercati progetto**

Il progetto ha mirato a definire nuovi profili professionali coinvolti nella sperimentazione della coltivazione del melone nei territori rurali del Gal "Oglio Po - Terre d'acqua".

Il sito web del progetto è consultabile all'indirizzo: <http://www.itard.it/melone/>.

## Sezione “Comunicazione Sociale e Fund Raising”

La sezione dedicata alla **Comunicazione Sociale e al Fund Raising** è stata realizzata per organizzare e catalogare esempi di campagne promozionali promosse da Istituzioni Pubbliche, Strutture Private, Fondazioni, Organizzazioni no-profit.



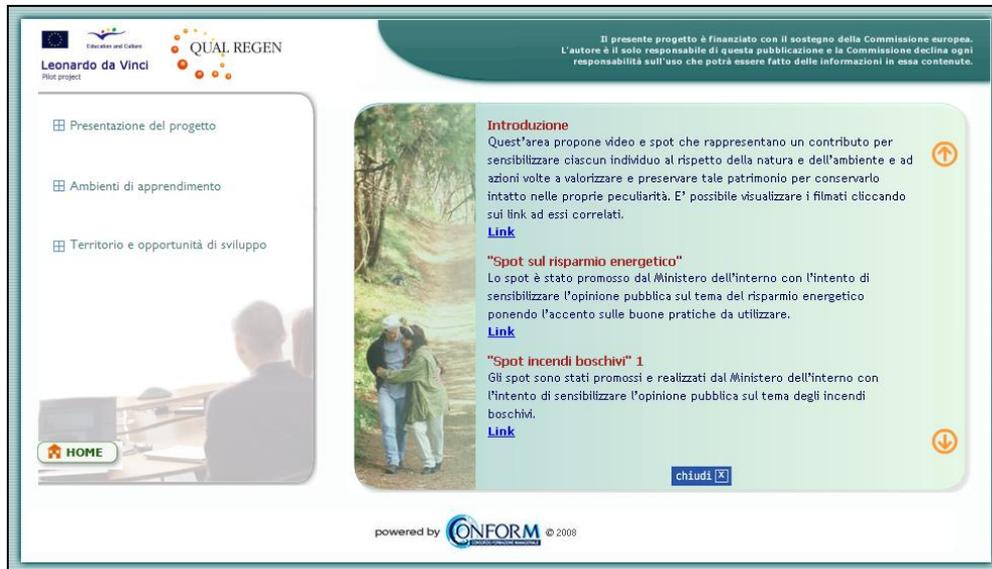
L'utente/visitatore potrà visualizzare le più significative campagne di comunicazione sociale promosse da Organizzazioni pubbliche e/o private per la raccolta di fondi, in relazione ai settori:

- Ambiente e natura,
- Antichi mestieri,
- Arte e cultura,
- Beni culturali,
- Immigrazione,
- Salute,
- Sicurezza e legalità.



## “Ambiente e natura”

In quest’area tematica, cliccando sulla scritta “**Link**”, l’utente/visitatore potrà visualizzare video e spot pubblicitari che rappresentano un contributo per sensibilizzare ciascun individuo al rispetto dell’ambiente e per preservare il patrimonio naturalistico, intatto nelle proprie peculiarità.



I video, selezionati e catalogati in quest’area tematica, sono:

### **Spot sul risparmio energetico**

Lo spot è stato promosso dal Ministero dell’Interno con l’intento di sensibilizzare l’opinione pubblica sul tema del risparmio energetico ponendo l’accento sulle buone pratiche da utilizzare.

### **Spot incendi boschivi 1 e 2**

Gli spot sono stati promossi e realizzati dal Ministero dell’Interno con l’intento di sensibilizzare l’opinione pubblica sul tema degli incendi.

### **I giovani non fanno acqua 1, 2 e 3**

Gli spot sono stati promossi e realizzati dal Ministero per le Politiche Giovanili e le attività sportive nell’ambito della omonima campagna di sensibilizzazione per un corretto uso delle risorse idriche.

### **A difesa dell’acqua, 1977**

L’obiettivo della campagna è di richiamare l’attenzione delle autorità e dell’opinione pubblica su sui temi di un corretto governo ed uso delle risorse idriche del territorio italiano con lo slogan “L’acqua è un bene di tutti. Facciamo qualcosa per difenderla. Subito”.

### **"Spot contro i rifiuti abbandonati,1975"**

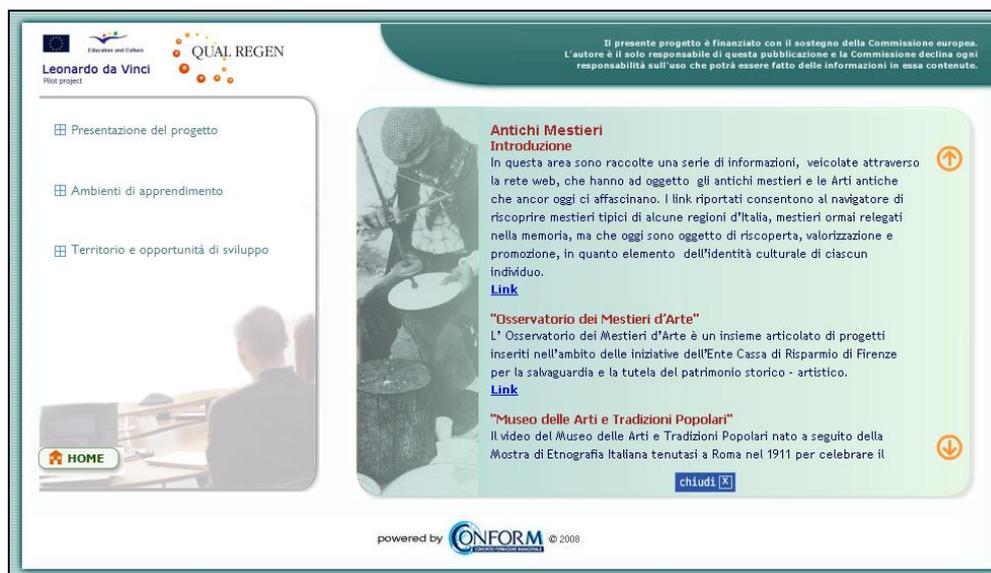
Lo spot è stato realizzato dalla fondazione Pubblicità Progresso nell’ambito della campagna contro i rifiuti abbandonati. E’ rivolto al cittadino, al suo senso del dovere civico ed alle autorità che hanno il dovere di proteggere la salute dei cittadini. La campagna è caratterizzata da un messaggio estremamente incisivo “I rifiuti abbandonati sono una fabbrica di malattie. Soprattutto d’estate”.

### **"Spot difesa del verde 1972-1973"**

Lo spot è stato realizzato dalla fondazione Pubblicità Progresso e si pone l’obiettivo di aggiornare l’opinione pubblica sulle azioni compiute a danno della natura e di creare maggiore sensibilità verso il problema.

## “Antichi mestieri”

In quest’area tematica cliccando sulla scritta “**Link**”, l’utente/visitatore potrà visualizzare una serie di informazioni, veicolate attraverso la rete web, che hanno ad oggetto gli antichi mestieri e le arti antiche che ancor oggi esercitano un forte potere di fascinazione. I link riportati consentono all’utente di riscoprire mestieri tipici di alcune regioni d’Italia, mestieri ormai relegati nella memoria, ma che oggi sono oggetto di riscoperta, valorizzazione e promozione, in quanto elemento dell’identità culturale di ciascun territorio.



I video informativi, catalogati in quest’area tematica, sono:

### "Museo delle Arti e Tradizioni Popolari"

Il video del Museo delle Arti e Tradizioni Popolari nato a seguito della Mostra di Etnografia Italiana tenutasi a Roma nel 1911 per celebrare il cinquantenario dell’Unità d’Italia.

### "Museo dell’artigianato Valdostano di tradizione"

Il museo dell’artigianato Valdostano di tradizione nasce dall’idea di realizzare una struttura che presenti il patrimonio e la cultura valdostana in tutta la sua complessità.

### "Museo etnografico di Lodrino"

Il museo nasce dall’idea di realizzare una struttura che preservi la cultura locale, attraverso la valorizzazione degli antichi mestieri.

### "Museo Etnografico C'era una Volta"

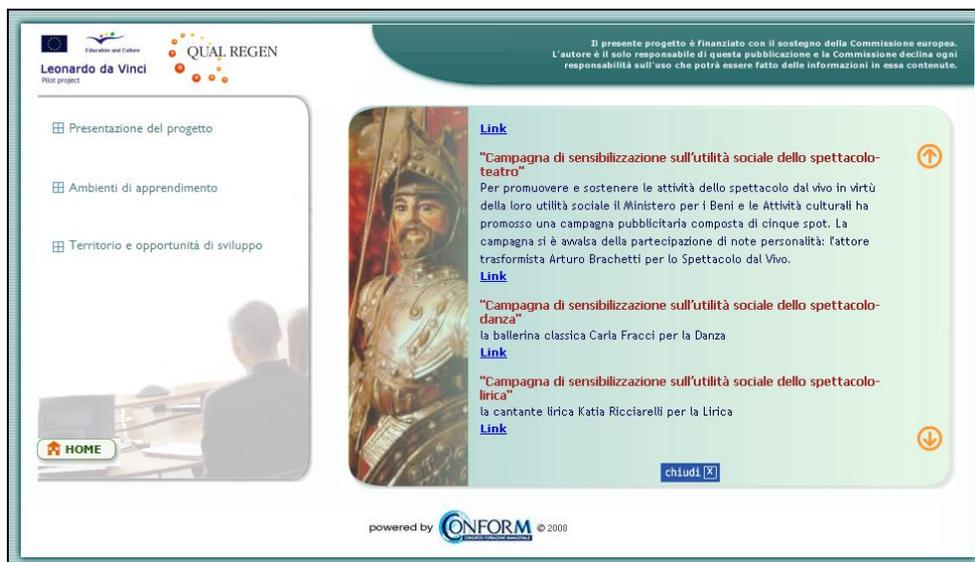
Il museo è gestito dall’associazione "Amici del Museo di Alessandria", un’associazione di volontariato senza fini di lucro, il cui obiettivo non è la semplice conservazione della cultura popolare, ma soprattutto una sua costante promozione e diffusione presso l’intero territorio regionale.

### "I luoghi del lavoro contadino"

Il progetto attraverso il recupero dei luoghi e degli ambienti di lavoro del mondo popolare da visibilità ad una secolare economia agropastorale che ha fortemente segnato l’ambiente fisico e socio-culturale del territorio di Buscemi.

## “Arte e cultura”

In quest’area tematica, cliccando sulla scritta “**Link**”, l’utente/visitatore potrà visualizzare le iniziative realizzate allo scopo di ampliare le conoscenze sull’arte e la cultura italiane. Le campagne di comunicazione selezionate consentono all’utente di scoprire come oggi viene affrontato il tema della valorizzazione e promozione del patrimonio artistico-culturale italiano e di conoscere i nuovi approcci metodologici offerti dai sistemi della rete museale per la gestione ed il coordinamento di istituzioni ed eventi culturali.



I video e le campagne di comunicazione selezionate e catalogate in quest’area tematica sono:

### **Campagna di sensibilizzazione sull’utilità sociale dello spettacolo-teatro**

Per promuovere e sostenere le attività dello spettacolo dal vivo in virtù della loro utilità sociale il Ministero per i Beni e le Attività culturali ha promosso una campagna pubblicitaria composta di cinque spot. La campagna si è avvalsa della partecipazione di note personalità: l'attore trasformista Arturo Brachetti per lo Spettacolo dal Vivo.

### **Campagna di sensibilizzazione sull’utilità sociale dello spettacolo-danza**

La ballerina classica Carla Fracci per la Danza

### **Campagna di sensibilizzazione sull’utilità sociale dello spettacolo-lirica**

La cantante lirica Katia Ricciarelli per la Lirica

### **Campagna di sensibilizzazione sull’utilità sociale dello spettacolo-circo**

Il giovane Tyron della famiglia circense Colombaioni per il Circo

### **Campagna di sensibilizzazione sull’utilità sociale dello spettacolo-prosa**

L'attore Giorgio Albertazzi per la Prosa

### **La musica Classica per i giovani**

Lo spot realizzato dal Ministero dell'interno vuole incentivare i giovani ad una maggiore conoscenza della musica classica.

### **Il grande assalto**

Il video propone una rievocazione storica medioevale realizzata da “La compagnia del borgo del diavolo” gruppo storico rinascimentale di Argelato (BO).

### **Regione Veneto-Rete Museale dell'Alto Vicentino**

La Rete museale dell'Alto Vicentino è un progetto culturale unitario in grado di favorire l'attivazione e lo svolgimento coordinato di funzioni e servizi volti alla valorizzazione dei musei e del patrimonio culturale del territorio vicentino, in un'ottica di collaborazione e di integrazione.

### **Regione Veneto-Rete Museale dell'Alto Vicentino**

La Rete museale dell'Alto Vicentino è un progetto culturale unitario in grado di favorire l'attivazione e lo svolgimento coordinato di funzioni e servizi volti alla valorizzazione dei musei e del patrimonio culturale del territorio vicentino, in un'ottica di collaborazione e di integrazione.

### **Regione Lombardia Rete Museale Alto Medioevo Lombardo**

Il progetto Rete Museale Alto Medioevo Lombardo nasce con l'obiettivo di valorizzare e promuovere la cultura medievale lombarda.

### **Regione Emilia Romagna-Istituto per i beni artistici, culturali e naturali**

L'Istituto per i beni artistici, culturali e naturali della Regione Emilia-Romagna è stato istituito nel 1974 come strumento della programmazione regionale e organo di consulenza degli enti locali nel settore dei beni culturali. Dal 1983 fa parte dell'Istituto la Soprintendenza regionale per i beni librari e documentari che gestisce gli interventi per le biblioteche e gli archivi storici.

### **Regione Marche-Sistema Museale della Provincia di Ancona**

Il Sistema Museale della Provincia di Ancona nasce per iniziativa della Provincia di Ancona e della Comunità Montana con l'intento di valorizzare il patrimonio artistico-culturale locale.

### **Regione Marche-Musei piceni**

Il progetto di Rete Museale "Musei Piceni" nasce dalla volontà di collegare tra loro i diversi musei, poli museali, centri storici, piazze, chiese e singoli monumenti, accomunati da una stessa immagine presenti nella Regione Marche.

### **Regione Lazio-Musei Lepini**

È il portale della rete dei musei presenti nell'area dei Monti Lepini della Regione Lazio, nato nell'ambito del programma S.T.I.L. e finanziato con fondi pubblici.

### **Regione Lazio-La Valle del Liri**

Il Consorzio Museale Valle del Liri gestisce e coordina 4 musei entrati a far parte della Sistema Museale della Valle del Liri col fine di promuovere la culturale anche verso le nuove generazioni.

### **Regione Molise:Patrimonio da scoprire-conoscenze da valorizzare**

È un progetto finanziato dalla Regione Molise col fine di valorizzare il ricco e variegato patrimonio storico, artistico e architettonico della regione.

### **Regione Campania - il portale dei beni e delle attività culturali**

Il portale offre al visitatore tutte le informazioni per conoscere e fruire del ricco patrimonio artistico-culturale della Regione. Nella sezione percorsi culturali il sito offre delle vedute aeree dei più importanti monumenti presenti sul territorio.

### **Regione Campania-Napoli**

Tour virtuale della città partenopea

### **Regione Campania-Campi Flegrei**

Tour virtuale Campi Flegrei

### **Regione Campania-Paestum e Velia**

Tour virtuale Paestum-Velia

**Regione Campania-Pompei ed Ercolano**  
Tour virtuale Pompei-Ercolano

**Regione Campania-Certosa di Padula e Vallo di Diano**  
Tour virtuale Certosa di Padula-Vallo di Diano

**Regione Campania-Reggia di Caserta**  
Tour virtuale Reggia di Caserta

**Regione Calabria-Sistema Museale Virtuale della Magna Grecia**  
Il progetto ha come obiettivo la ricostruzione digitale dei siti archeologici della Magna Grecia con particolare attenzione al sito di Sibari (CS).

**Regione Calabria-Ambienti**  
Ricostruzione tridimensionale di ambienti.

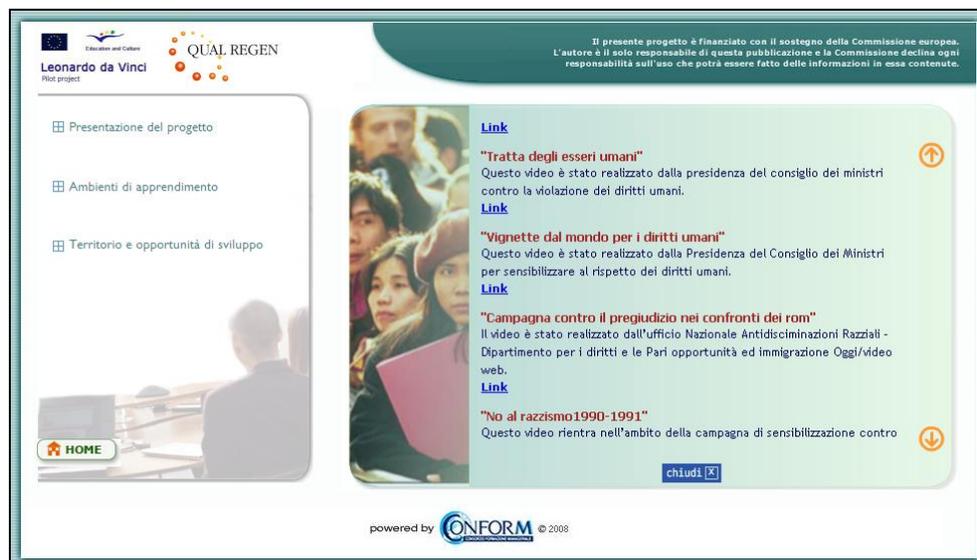
**Regione Calabria-Personaggi**  
Ricostruzione tridimensionale di noti personaggi della Magna Grecia.

**Regione Calabria-Macchine**  
Ricostruzione tridimensionale delle macchine in uso.

**Promozione Impresa sociale Toscana Sud**  
Il progetto Equal "PIST - Promozione e Impresa Sociale Toscana Sud" promuove l'impresa sociale con l'intento di rafforzare l'economia sociale per aumentare il knowledgement del valore del comparto nella società civile, per promuovere nuovi servizi nel Terzo Settore.

### “Immigrazione”

In quest'area tematica, cliccando sulla scritta “**Link**”, l'utente/visitatore potrà visualizzare video e spot pubblicitari finalizzati alla sensibilizzazione contro il pregiudizio nei confronti della diversità culturale, di razza e religiosa.



The screenshot shows a web interface with a navigation menu on the left containing: "Presentazione del progetto", "Ambienti di apprendimento", and "Territorio e opportunità di sviluppo". A "HOME" button is at the bottom left. The main content area features a list of video links with titles and descriptions:

- Link**  
"Tratta degli esseri umani"  
Questo video è stato realizzato dalla presidenza del consiglio dei ministri contro la violazione dei diritti umani.
- Link**  
"Vignette dal mondo per i diritti umani"  
Questo video è stato realizzato dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri per sensibilizzare al rispetto dei diritti umani.
- Link**  
"Campagna contro il pregiudizio nei confronti dei rom"  
Il video è stato realizzato dall'ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali - Dipartimento per i diritti e le Pari opportunità ed immigrazione Oggi/video web.
- Link**  
"No al razzismo 1990-1991"  
Questo video rientra nell'ambito della campagna di sensibilizzazione contro

At the bottom of the interface, it says "powered by CONFORM © 2008". A disclaimer at the top right states: "Il presente progetto è finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute."

I video, selezionati e catalogati in quest'area tematica sono:

#### **Tratta degli esseri umani**

Questo video è stato realizzato dalla presidenza del consiglio dei ministri contro la violazione dei diritti umani.

### **Vignette dal mondo per i diritti umani**

Questo video è stato realizzato dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri per sensibilizzare al rispetto dei diritti umani.

### **Campagna contro il pregiudizio nei confronti dei rom**

Il video è stato realizzato dall'ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali - Dipartimento per i diritti e le Pari opportunità ed immigrazione Oggi/video web.

### **No al razzismo 1990-1991**

Questo video rientra nell'ambito della campagna di sensibilizzazione contro il razzismo, promossa dalla fondazione Pubblicità progresso, col fine di promuovere la tolleranza in una società in profonda trasformazione.

### **Opera Nomadi**

È un'associazione regionale del Trentino Alto Adige e diventa successivamente un Ente Morale Nazionale. L'Associazione è nata dalla consapevolezza che fosse necessario un movimento di volontari organizzato per promuovere interventi atti a togliere gli zingari ed altri nomadi dalla situazione di emarginazione in cui sono relegati e per aprire la collettività nazionale alla comprensione e all'accoglienza dei diversi. E' possibile visualizzare il sito web dell'associazione che è di seguito riportato.

### **Immigrati a Bologna**

E' il sito degli immigrati che vivono e lavorano a Bologna (nell'intera Provincia). Uno sportello telematico attraverso il quale si vuole dare un'opportunità in più per venire a conoscenza di quel che succede sul territorio. E' possibile visualizzare il sito web che è di seguito riportato.

### **Veneto Immigrazione**

E' un portale dell'immigrazione della regione Veneto che ospita al suo interno sia la Rete Informativa Immigrazione che l'Osservatorio Regionale Immigrazione, quale strumento regionale tecnico-scientifico di qualità per il costante monitoraggio, l'analisi, la diffusione di dati e di informazioni in materia di flussi migratori e di integrazione. E' possibile visualizzare il sito web della regione che è di seguito riportato.

### **Radio asterisco**

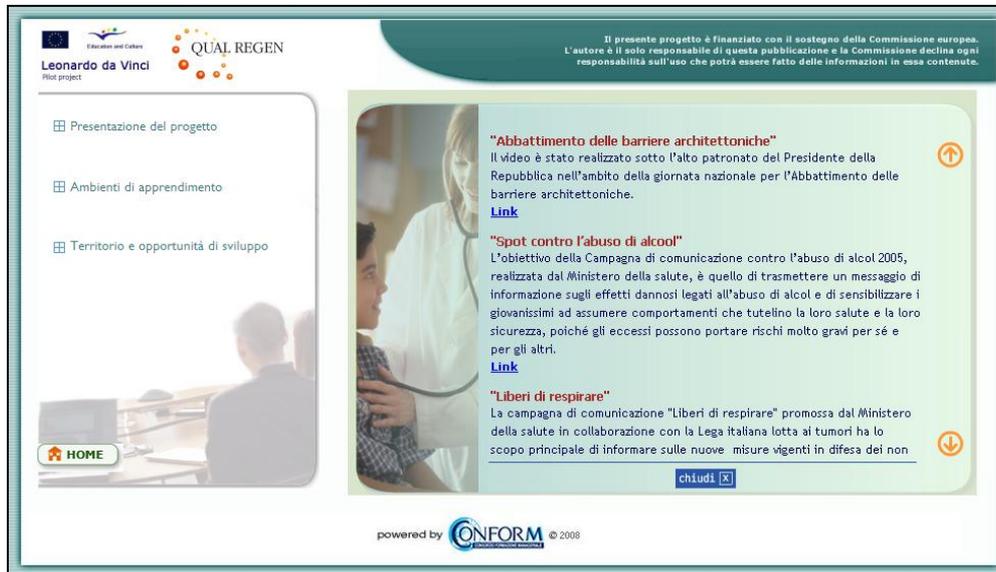
E' una web radio che trasmette in streaming 24 ore su 24, contenitore che da voce alle comunità straniere presenti sul territorio emiliano valorizzandone la cultura e la diversità, trattando nelle sue rubriche dei temi dell'immigrazione, antirazzismo, accoglienza, discriminazione e intercultura.

### **Il Tamburo**

Il Tamburo è un Mensile gratuito di informazione sull'immigrazione e l'intercultura di Bologna e provincia, edito dalla cooperativa sociale Felsimedia.

## “Salute”

Nell’area tematica cliccando sulla scritta “**Link**”, l’utente/visitatore potrà visualizzare video e spot di utilità sociale finalizzati alla sensibilizzare nei confronti delle persone diversamente abili, oppure contro l’abuso di alcool e fumo, contro l’uso di droghe, contro l’AIDS e contro l’abbandono degli anziani.



I video selezionati e catalogati in quest’area tematica sono:

### **Paura delle diversità**

Il video è stato realizzato dalla fondazione Pubblicità Progresso nell’ ambito della campagna di sensibilizzazione contro la paura delle diversità

### **Abbattimento delle barriere architettoniche**

Il video è stato realizzato sotto l’alto patronato del Presidente della Repubblica nell’ambito della giornata nazionale per l’Abbattimento delle barriere architettoniche.

### **Spot contro l’abuso di alcool**

L’obiettivo della Campagna di comunicazione contro l’abuso di alcol 2005, realizzata dal Ministero della salute, è quello di trasmettere un messaggio di informazione sugli effetti dannosi legati all’abuso di alcol e di sensibilizzare i giovanissimi ad assumere comportamenti che tutelino la loro salute e la loro sicurezza, poiché gli eccessi possono portare rischi molto gravi per sé e per gli altri.

### **Liberi di respirare**

La campagna di comunicazione "Liberi di respirare" promossa dal Ministero della salute in collaborazione con la Lega italiana lotta ai tumori ha lo scopo principale di informare sulle nuove misure vigenti in difesa dei non fumatori e di sensibilizzare i fumatori a rispettare la libertà dei non fumatori.

### **Spot contro il fumo, 1975-76**

Lo spot è stato realizzato dalla fondazione Pubblicità Progresso nell’ambito della campagna contro il fumo, impostata non sul suggerimento al fumatore di non fumare, bensì sull’informazione offerta al non fumatore dei danni provocati dal fumo passivo. Si ottiene così una presa di coscienza dei pericoli insiti nel fumo da parte sia dei fumatori sia dei non fumatori.

### **Lotta all’esclusione**

Lo spot è stato promosso dal Ministero della salute col fine di avviare nel settore della salute mentale, la prima campagna di comunicazione per la lotta all’esclusione dei soggetti con disturbi mentali.

### Lotta AIDS

Lo spot è stato promosso dal Ministero della salute nell'ambito della Campagna di comunicazione contro AIDS 2006.

### Spot contro l'AIDS, 1987

Lo spot è stato realizzato dalla fondazione Pubblicità Progresso ed affronta il tema dell'AIDS sottolineando che i rapporti umani non trasmettono il virus e comunicando, con tono sereno e sdrammatizzante, la possibilità di convivenza con persone sieropositive. Lo spot inoltre affronta in maniera diretta il problema delle precauzioni che i sieropositivi, e la popolazione in genere, devono adottare per evitare il diffondersi della malattia.

### Spot Anziani

Questo video è stato realizzato dalla presidenza del Consiglio dei Ministri nella campagna di sensibilizzazione contro l'abbandono degli anziani

### Spot tutelare gli anziani, 1983

Lo spot è stato realizzato dalla fondazione Pubblicità Progresso nell'ambito della campagna a favore dei rapporti intergenerazionali che aiutino le persone anziane ad uscire dalla solitudine.

### Donazione degli organi 1

Questo video è stato realizzato nell'ambito della campagna informativa promossa dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri e dal Ministero della Salute dedicata alla donazione di organi.

### Donazione degli organi 2

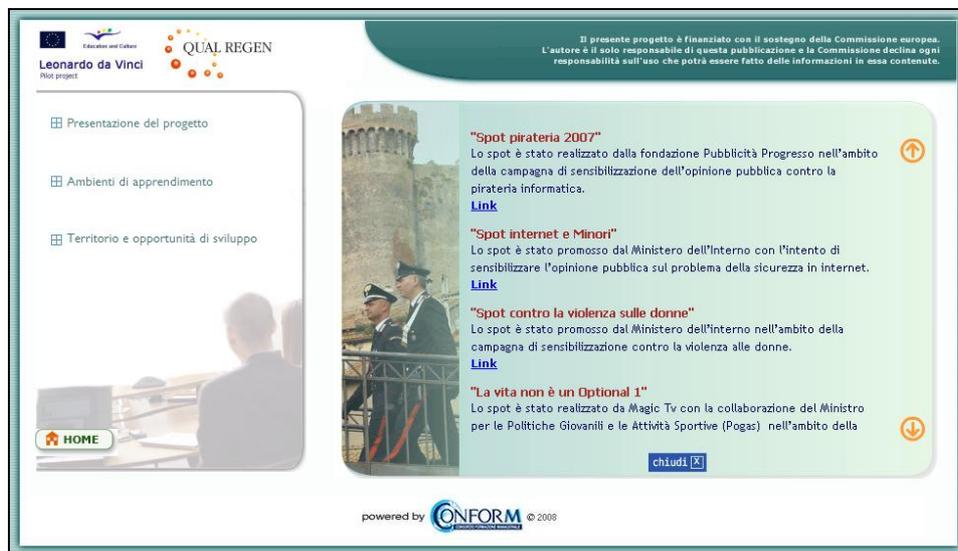
Questo video è stato realizzato nell'ambito della campagna informativa promossa dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri e dal Ministero della Salute dedicata alla donazione di organi, per educare ognuno ad una scelta di vita importante.

### Spot campagna movimento

Lo spot è stato realizzato dalla fondazione Pubblicità Progresso nell'ambito della campagna movimento 2006-2007, affronta il tema dell'obesità, con l'obiettivo di promuovere una nuova e più corretta cultura del movimento.

### “Sicurezza e Legalità”

In quest'area tematica cliccando sulla scritta “**Link**”, l'utente/visitatore potrà visualizzare video e spot pubblicitari finalizzati ad educare il cittadino ai temi della legalità ed al rispetto delle regole per evitare quei comportamenti che, senza costituire violazione della legge, rappresentano tuttavia un pericoloso presupposto per successive degenerazioni in veri e propri comportamenti illegali.



The screenshot shows a web application interface with a sidebar on the left containing a menu with three items: "Presentazione del progetto", "Ambienti di apprendimento", and "Territorio e opportunità di sviluppo". The main content area displays a list of educational spots. Each spot includes a title, a brief description, and a "Link" button. The spots listed are:

- "Spot pirateria 2007"**: Lo spot è stato realizzato dalla fondazione Pubblicità Progresso nell'ambito della campagna di sensibilizzazione dell'opinione pubblica contro la pirateria informatica. [Link](#)
- "Spot internet e Minori"**: Lo spot è stato promosso dal Ministero dell'Interno con l'intento di sensibilizzare l'opinione pubblica sul problema della sicurezza in internet. [Link](#)
- "Spot contro la violenza sulle donne"**: Lo spot è stato promosso dal Ministero dell'Interno nell'ambito della campagna di sensibilizzazione contro la violenza alle donne. [Link](#)
- "La vita non è un Optional 1"**: Lo spot è stato realizzato da Magic Tv con la collaborazione del Ministro per le Politiche Giovanili e le Attività Sportive (Pogas) nell'ambito della...

At the bottom of the interface, there is a "HOME" button, a "chiudi" button, and a "powered by ONFORM" logo.

I video, selezionati e catalogati in quest'area tematica, sono:

#### **Spot pirateria 2007**

Lo spot è stato realizzato dalla fondazione Pubblicità Progresso nell'ambito della campagna di sensibilizzazione dell'opinione pubblica contro la pirateria informatica.

#### **Spot internet e Minori**

Lo spot è stato promosso dal Ministero dell'Interno con l'intento di sensibilizzare l'opinione pubblica sul problema della sicurezza in internet.

#### **Spot contro la violenza sulle donne**

Lo spot è stato promosso dal Ministero dell'interno nell'ambito della campagna di sensibilizzazione contro la violenza alle donne.

#### **La vita non è un Optional 1**

Lo spot è stato realizzato da Magic Tv con la collaborazione del Ministro per le Politiche Giovanili e le Attività Sportive (Pogas) nell'ambito della campagna di sensibilizzazione e informazione sulla sicurezza stradale.

#### **La vita non è un Optional 2**

Lo spot è stato realizzato nell'ambito del concorso "La vita non è un Optional" promosso dal Ministro per le Politiche Giovanili e le Attività Sportive (Pogas) insieme al Ministero dell'Interno e alla Fondazione Ania per la sicurezza stradale.

#### **Spot antitrust**

Questo video è stato realizzato dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri nell'ambito della campagna di sensibilizzazione a favore della legalità.

#### **Spot antiusura**

Questo video è stato realizzato dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri per la lotta contro l'usura.

#### **Spot contro l'estorsione**

Questo video è stato realizzato dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri per la lotta contro l'estorsione.

#### **Spot sulla sicurezza sul lavoro**

Questo video è stato realizzato nell'ambito della campagna sociale promossa dalla Fondazione Pubblicità Progresso dedicata alla sicurezza sul lavoro.

#### **Il lavoro è vita. La sicurezza è vitale**

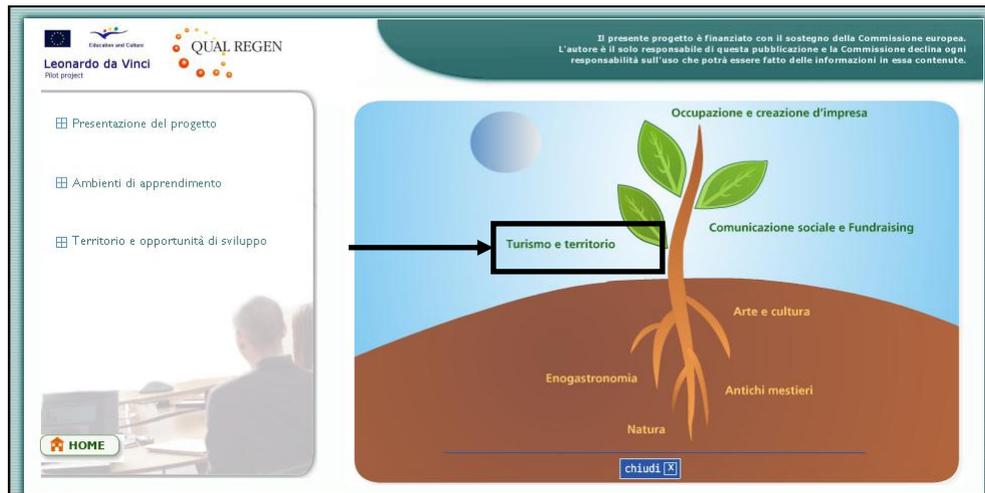
Lo spot è stato realizzato dalla Regione Umbria e dalla Direzione regionale dell'INAIL - Umbria in collaborazione con il Comitato regionale di coordinamento per la Sicurezza e la Salute nei Luoghi di Lavoro, che hanno promosso la realizzazione di "SAFE/LIFE - Campagna di sensibilizzazione ed informazione dei lavoratori immigrati sui temi della Sicurezza e della salute nei luoghi di lavoro".

#### **Violenza sui minori 1988-1989**

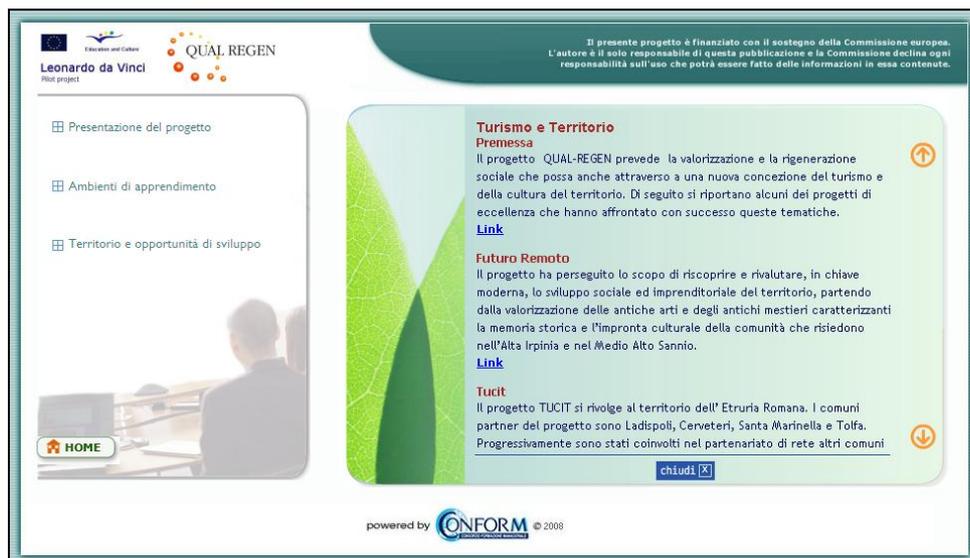
Lo spot promosso dalla fondazione Pubblicità Progresso rientra nell'ambito della campagna di sensibilizzazione contro i maltrattamenti sui minori. Obiettivo della campagna è anche di indirizzare le segnalazioni di maltrattamenti ai centri specializzati nell'assistenza ai minori.

#### **Sezione "Turismo e territorio"**

Questa sezione è stata realizzata per organizzare e catalogare progetti nazionali che hanno utilizzato il turismo e la cultura del territorio come volano di valorizzazione e rigenerazione sociale.



Entrando nella sezione **Turismo e territorio** e cliccando sulla scritta “**Link**”, il sistema consentirà all’utente/visitatore di accedere al sito web ufficiale di iniziative progettuali, realizzate sul territorio nazionale, che hanno avuto come tema strategico la valorizzazione e la rigenerazione sociale, attraverso una nuova concezione del turismo e della cultura del territorio



Di seguito si riportano alcuni dei progetti di eccellenza che hanno affrontato con successo queste tematiche:

### **Futuro Remoto**

Il progetto ha perseguito lo scopo di riscoprire e rivalutare, in chiave moderna, lo sviluppo sociale ed imprenditoriale del territorio, partendo dalla valorizzazione delle antiche arti e degli antichi mestieri caratterizzanti la memoria storica e l’impronta culturale della comunità che risiedono nell’Alta Irpinia e nel Medio Alto Sannio.

### **Tess**

Il progetto TUCIT si rivolge al territorio dell’ Etruria Romana. I comuni partner del progetto sono Ladispoli, Cerveteri, Santa Marinella e Tolfa. Progressivamente sono stati coinvolti nel partenariato di rete altri comuni interessati dal progetto ( Manziana, Anguillara, Allumiere, ecc.). Il progetto nasce con l’intento di sviluppare un sistema turistico integrato.

### **Lombardia Turismo**

Il Progetto realizzato in collaborazione con la Regione del Veneto, il Ministero per i Beni e le Attività culturali e l'Istituto Centrale per il Catalogo e la Documentazione ha come obiettivo quello di impostare un modello di schedatura dei rivestimenti pavimentali antichi (tessellati, sectilia, cementizi e pavimenti a commessi laterizi) che costituisca uno strumento di catalogazione funzionale sia alla tutela e fruizione del bene immobile, sia alla definizione di un metodo di approccio allo studio del mosaico in grado di stabilire origine degli schemi decorativi, percorsi di distribuzione, sviluppo di mode locali.

### **Tucit**

Il progetto TUCIT si rivolge al territorio dell' Etruria Romana. I comuni partner del progetto sono Ladispoli, Cerveteri, Santa Marinella e Tolfa. Progressivamente sono stati coinvolti nel partenariato di rete altri comuni interessati dal progetto ( Manziana, Anguillara, Allumiere, ecc.). Il progetto nasce con l'intento di sviluppare un sistema turistico integrato.

### **Valore natura**

Il progetto "Equal -Valore natura- Nuova economia locale per le aree ad alto valore ambientale" ha come obiettivo principale il rafforzamento del sistema turistico locale nelle aree protette ad alto valore ambientale e l'implementazione delle azioni già in essere sul territorio.

### **La Compagnia dei Lepini**

La Compagnia dei Lepini nasce per sostenere e guidare il processo di sviluppo economico turistico dell'area dei Monti Lepini nella regione Lazio, agendo sul territorio con interventi di interesse generale finalizzati a realizzare le condizioni allo sviluppo dell'economia, con particolare attenzione rivolta alla valorizzazione turistica del territorio.

### **Progetto O.T.I.G.**

O.T.I.G. è pensato per una fascia costiera (interessa le province di Livorno, Pisa, Lucca e Massa Carrara) in cui il turismo e le attività connesse rivestono un ruolo preminente nello sviluppo della Toscana Costiera. Il progetto ha l'obiettivo di contribuire all'innalzamento complessivo e qualitativo dell'offerta della Toscana costiera.

### **Patto Baldo Garga**

Il Patto Territoriale si prefigge di innescare e sostenere un processo di sviluppo dell'economia locale imperniato su sinergia fra turismo 'di qualità', agricoltura e valorizzazione delle peculiarità ambientali del territorio e sviluppo di servizi e attività artigianali, commerciali e dei servizi che risultino funzionali a questo obiettivo

### **Progetto C.O.L.**

Il Centro di Ospitalità Locale Terminio Cervialto ha tra le sue finalità quella di marketing e promozione, nonché di animazione territoriale, con attività tese a promuovere l'area del Terminio Cervialto quale meta delle vacanze di un numero crescente di turisti.

### **Il progetto PRISMA**

Il progetto PRISMA - Piano di Ricerca per il turismo relazionale integrato Sicilia MALta - mira a valorizzare il potenziale turistico dell'area transfrontaliera mediterranea compresa tra la Sicilia e Malta. Un approfondito percorso di ricerca preliminare, la sensibilizzazione di stakeholder e decision maker, il coinvolgimento attivo degli operatori interessati, la creazione di una stretta sinergia tra il mondo accademico e gli imprenditori locali sono i principali obiettivi del progetto.

### **Promuovi Italia**

Promuovi Italia è una società a capitale pubblico interamente controllata da ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo, alle strette dipendenze del Dipartimento per lo Sviluppo e la Competitività del Turismo della Presidenza del Consiglio dei Ministri, che ha il preciso scopo di valorizzare la risorsa turismo quale elemento strategico per la crescita economica, sociale e culturale del territorio.

### **Patto Territoriale “Area Boschiva delle Serre Calabre”**

Il Patto Territoriale “Area Boschiva delle Serre Calabre” interessa una zona montana delle Serre Calabre nella provincia di Vibo Valentia. Gli **OBIETTIVI** prioritari posti alla base del Patto Territoriale perseguono un disegno unitario di sviluppo con l’obiettivo del miglioramento della qualità della vita delle popolazioni interessate e hanno ricadute sia sul piano occupazionale, che sulla nascita di nuove attività economiche e l’ampliamento di quelle esistenti.

### **Donne nel turismo sostenibile**

Donne nel turismo sostenibile è un progetto che promuove lo sviluppo dell’impresa turistica femminile valorizzandola in quanto impresa che privilegia un turismo sostenibile dal punto di vista dell’impatto ambientale e umano. L’obiettivo è favorire la nascita di iniziative imprenditoriali femminili con l’ausilio delle tecnologie digitali nell’ambito del turismo sostenibile in due regioni-pilota: l’Abruzzo e la Sicilia.

### **I giovani e lo sviluppo della montagna lucana**

Il progetto intende affrontare il problema dello spopolamento, del ritardo nello sviluppo economico e nell’offerta dei servizi primari del territorio della Comunità Montana ricadente nei bacini del Sele, di Agri e Basento nella regione Basilicata.

### **Road - Rete dell’ospitalità e dell’accoglienza diffusa**

Il progetto Road (rete dell’ospitalità e dell’accoglienza diffusa), sostenuto nell’ambito dell’iniziativa comunitaria Equal, e portato avanti dal Consorzio Innopolis di Roma, dal Consorzio di bonifica integrale “Area dello Stretto” di Reggio Calabria, presieduto da Santo Alfonso Martorano e dalla Cooperativa Conservices mira alla valorizzazione dell’immagine della provincia di Reggio quale territorio a vocazione turistica.

### **S.T.A.F. - Sviluppo Turistico Territoriale dell’Area Flegrea**

offrire al territorio dei Campi Flegrei, con particolare riferimento alle strutture che operano nel settore turistico, un modello di aggregazione di alta qualità. Il progetto prevede la costituzione di una “piattaforma informatica”, detta ‘S.T.A.F.’ (Sviluppo Turistico Territoriale dell’Area Flegrea) che assume un valore di supporto ai processi di valorizzazione delle risorse locali per la gestione e la promozione di servizi turistici nel territorio di riferimento.

### **CRESO - Crescita delle Risorse Enogastronomiche per lo Sviluppo e l’Occupabilità**

CRESO intende sviluppare l’attrattiva turistica delle aree rurali delle province di Avellino e di Benevento attraverso la promozione e la valorizzazione delle risorse culturali, paesaggistiche ed enogastronomiche locali. Per realizzare i suoi obiettivi CRESO punta su interventi che possano dare valore al territorio e allo stesso tempo generare occupazione nella filiera enogastronomica e turistica locale, dando il via ad un circolo virtuoso che renda l’occupazione duratura nel corso del tempo.

### **Imprese Sociali per il sistema parchi e territorio**

Il progetto nasce dall’individuazione di un incontro tra domanda del territorio e chance di sviluppo delle imprese sociali, relativamente al tema della gestione di parchi ed aree verdi attrezzate con servizi. Le aree geografiche scelte sono Brescia, Lodi, Milano, Pavia e Varese.

### **Il Gusto dei Luoghi**

Il progetto “il Gusto dei Luoghi” si propone di favorire la nascita di imprese sociali e di rafforzare quelle già esistenti, nel settore dell’offerta turistica. Il progetto si pone l’obiettivo di specializzare un’offerta turistica che integri operatori tradizionali con nuove imprese sociali, desinata a quelle fasce del mercato che esprimono una crescente domanda collettiva di turismo a costi contenuti e che, al contempo, sono attratte dalla ricerca di una riscoperta della tipicità dei luoghi.

### **Turismo a cavallo**

Il progetto **TURISMO A CAVALLO** si sposa con l’iniziativa comunitaria Equal poiché promuove l’integrazione tra politiche attive del lavoro e le diverse forme di partenariato locale, al fine di

rafforzare i processi di sviluppo locale.. Il settore sul quale si interviene è quello del **TURISMO RURALE**.

#### **Arteco - Donne, Turismo, Ruralità, Ambiente**

L'obiettivo generale è quello di sperimentare, attraverso un'azione pilota modelli di gestione culturali innovati e implementati con le competenze e le logiche organizzative del "modello femminile" per lo sviluppo economico, e nuove opportunità di lavoro nel settore turistico-culturale rurale.

#### **Progetto S.O.BE.GO. (Sviluppo Occupazione Benessere Golf)**

L'intervento intende fronteggiare i problemi di discriminazione nell'accesso al lavoro nel settore del resort golfistico e del termale/benessere di giovani disoccupati della Puglia e di aree limitrofe, privi delle competenze specifiche richieste dalla crescita del mercato.

#### **Turismo e territorio 16a Convention Mondiale delle Camere di Commercio italiane all'estero**

E' un portale sull'industria del turismo nel territorio livornese. E' possibile visualizzare il sito si seguito riportato.

#### **Museo di storia naturale del Mediterraneo**

La Camera di Commercio è da tempo impegnata nella valorizzazione turistica del sistema museale, cliccando sul siti di seguito riportato è possibile vedere l'iniziativa.

#### **Turismo enogastronomico**

Il turismo enogastronomico: mare e terra si uniscono in un incontro che poche altre province in Italia possono offrire al viaggiatore.

#### **Parco nazionale dell'arcipelago Toscano**

Il Parco Nazionale dell'Arcipelago Toscano (nato con D.P.R. 22 luglio 1996), è il più esteso parco marino europeo, risulta al primo posto in Italia per il più alto numero di giorni di villeggiatura (in media 6 giorni): meglio di Milano, Roma, Firenze, Venezia. Capraia, piccola e selvaggia, in estate raggiunge fino a 3000 presenze turistiche (gli abitanti sono circa 160) e oggi è al centro di un interessante progetto chiamato "Isola Verde" che mira a farla diventare la prima isola del Mediterraneo a essere alimentata esclusivamente da fonti rinnovabili.

## GLI AMBIENTI DI AUTO-APPRENDIMENTO

La sezione dedicata agli “**Ambienti di auto-apprendimento**” è stata realizzata sotto forma di “uffici virtuali” popolati di oggetti sensibili, attraverso i quali sarà possibile:

- accedere alla piattaforma “Job Aid” per la fruizione dei percorsi di formazione a distanza realizzati;
- ricercare, consultare e fruire on line o in download di altri materiali formativi e di supporto (dispense, glossari, siti di interesse tematico, guide, learning object, presentazioni, casi aziendali, ecc.) per colmare il gap di competenze richieste a coloro che lavorano, o intendono lavorare, nell’ambito dei processi di rigenerazione economica e sociale, anche mediante l’avvio di nuove iniziative imprenditoriali.

In tale sezione, l’utente potrà fruire dei percorsi formativi on line inerenti:

- **la Pianificazione delle attività per lo sviluppo del business**
- **il Fund Raising**
- **il Marketing e la Comunicazione Sociale.**



### Pianificazione delle attività per lo sviluppo del business

Selezionando l’ambiente di apprendimento dedicato alla “**Pianificazione delle attività per lo sviluppo del business**”, l’utente/visitatore si troverà all’interno di un ufficio virtuale nel quale sarà possibile:

- frequentare on line il percorso formativo elaborato in materia di **Business Plan**;
- accedere alla piattaforma Job Aid per usufruire del **Processo di Redazione del Business Plan** e del **Processo di Valutazione del Business Plan**;
- scaricare in download le **Guide al Piano d’Impresa**;
- consultare la descrizione delle **Figure Professionali** legate alla gestione manageriale delle imprese;
- usufruire di una vasta terminologia in materia, sfogliando il **Glossario del Business Plan**;
- consultare le **Normative** sulle agevolazioni per la creazione d’impresa;
- conoscere le **Buone Prassi** per l’occupazione e la creazione d’impresa;
- visitare i **Siti Istituzionali** per raccogliere indicazioni, normative, strumenti operativi e materiali didattici di supporto alla creazione d’impresa.



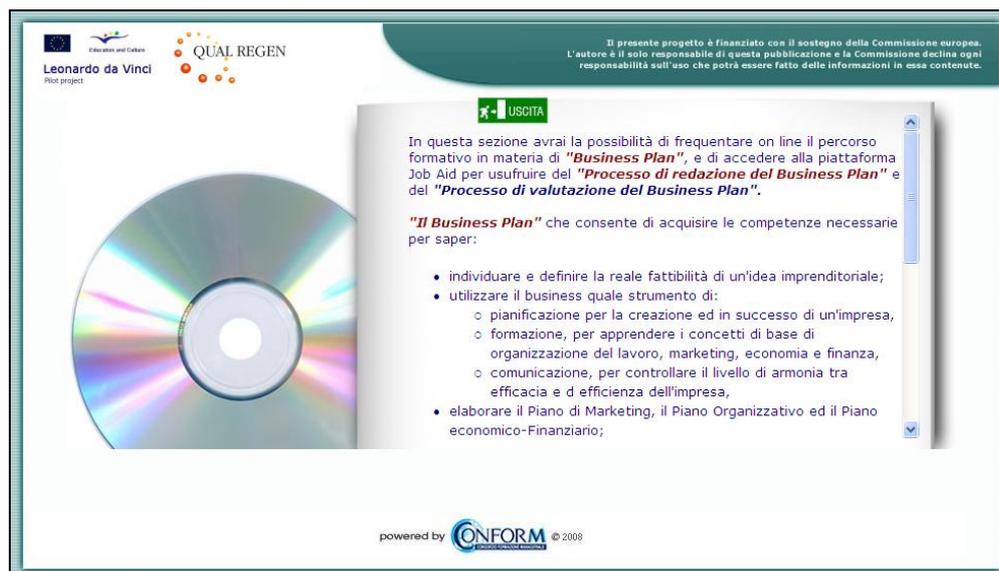
Per poter usufruire dei materiali didattici e degli strumenti operativi elaborati e/o ricercati, opportunamente catalogati, l'utente/visitatore dovrà cliccare o sulle scritte contenute nel menù laterale o sui collegati **oggetti sensibili** di seguito riportati, seguendo il seguente incrocio:

<p><b><i>Percorsi formativi per l'introduzione e la redazione del Business Plan:</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Il percorso formativo in materia di Business Plan</i></li> <li>- <i>Il Processo di Redazione del Business Plan</i></li> <li>- <i>Il Processo di Valutazione del Business Plan</i></li> </ul>	<b><i>Pc</i></b>
<b><i>Guide al Piano d'Impresa</i></b>	<b><i>Libreria</i></b>
<b><i>Glossario del Business Plan</i></b>	<b><i>Quaderno ad anelli</i></b>
<b><i>Normative sulle agevolazioni per la creazione d'impresa</i></b>	<b><i>Fogli</i></b>
<b><i>Link a siti istituzionali</i></b>	<b><i>Raccoglitore</i></b>
<b><i>Buone prassi per l'occupazione</i></b>	<b><i>Agenda</i></b>
<b><i>Descrizione delle Figure Professionali</i></b>	<b><i>Quaderno blu</i></b>
<b><i>Guide al piano d'impresa</i></b>	<b><i>Faldone</i></b>

Cliccando sulla dicitura ***Percorsi formativi per l'introduzione e la redazione del Business Plan*** o ***sull'immagine del PC***, l'utente/visitatore avrà la possibilità di frequentare on line tre percorsi formativi in materia di Business Plan.

Il modulo **"Il Business Plan"** consentirà all'utente di acquisire le competenze necessarie per saper:

- individuare e definire la reale fattibilità di un'idea imprenditoriale.
- utilizzare il business plan quale strumento fondamentale di:
  - pianificazione per la creazione e il successo di un'impresa;
  - formazione, per apprendere i concetti di base di organizzazione del lavoro, marketing, economia e finanza;
  - comunicazione, particolarmente importanza per trovare finanziatori o investitori;
  - verifica, per controllare il livello di armonia tra efficacia ed efficienza dell'impresa
- elaborare il Piano di Marketing, il Piano Organizzativo ed il Piano Economico-Finanziario.
- scegliere la forma giuridica da dare all'impresa, potendo distinguere fra impresa individuale o collettiva (società) ed in quest'ultimo caso tra società di persone (S.s.; S.n.c.; S.a.s.), o società di capitali (S.p.a.; S.r.l.; S.a.p.a.), (in cui i soci hanno una responsabilità limitata).



Cliccando sulla dicitura "Accedi al processo" l'utente visualizzerà la seguente schermata:

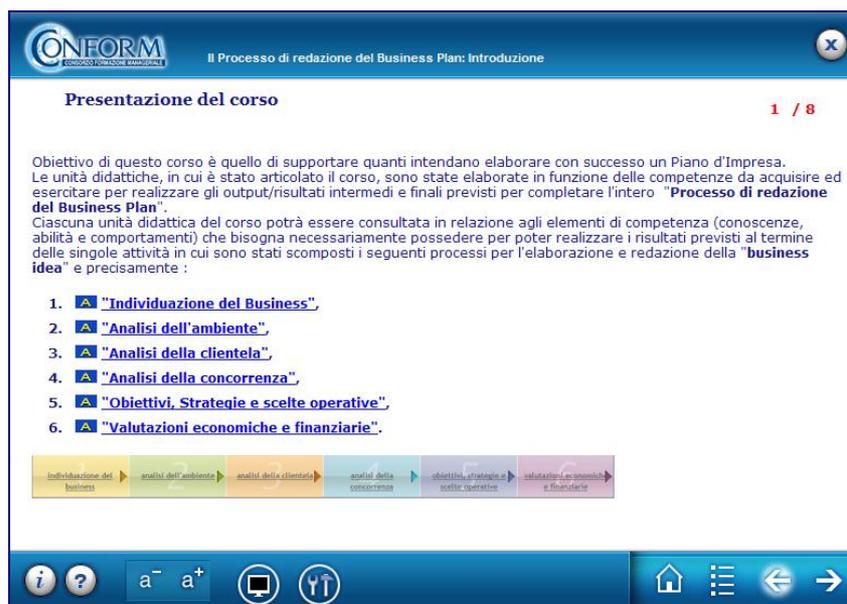
1 individuazione del business	2 analisi dell'ambiente	3 analisi della clientela	4 analisi della concorrenza	5 obiettivi, strategie e scelte operative	6 valutazioni economiche e finanziarie
<u>Specificazione dell'idea imprenditoriale</u> <u>Identificazione dei bisogni da soddisfare</u> <u>Identificazione della clientela di riferimento</u> <u>Specificazione dei contenuti dell'offerta</u> <u>Prima valutazione dei confini dell'iniziativa</u> <u>Analisi del grado di innovazione / differenziaz</u>	<u>Analisi del Ciclo di vita del Business</u> <u>Analisi dei trend economici tipici del Business</u> <u>Analisi dei trend tecnologici tipici del Business</u> <u>Valutazione delle dinamiche socio-culturali</u> <u>Analisi del territorio di riferimento per il Business</u>	<u>Analisi strategica del Business</u> <u>Valutazione del potere contrattuale</u> <u>Segmentazione della clientela</u> <u>Dimensionamento del mercato potenziale</u> <u>Valutazione trend del mercato potenziale</u> <u>Analisi dei comportamenti</u>	<u>Analisi strategica della concorrenza</u> <u>Valutazione della concorrenza interna al Business</u> <u>Analisi dimensionale dei soggetti già attivi</u> <u>Analisi dei Punti di Forza e di Debolezza</u> <u>Mappatura del posizionamento concorrenziale</u>	<u>Identificazione del target di mercato</u> <u>Dimensionamento di dettaglio della domanda</u> <u>Redazione del Piano di marketing</u> <u>Definizione del piano di produzione/erogazione</u> <u>Articolazione del processo produttivo</u> <u>Identificazione delle risorse tecnologiche</u>	<u>La programmazione degli investimenti</u> <u>La pianificazione attività operative</u> <u>Analisi del fabbisogno finanziario iniziale</u> <u>Previsioni economico-finanziarie</u>

**"Il Processo di Redazione del Business Plan"** consentirà all'utente di acquisire le competenze richieste per svolgere le attività necessarie per redigere il piano d'impresa, di seguito elencate:

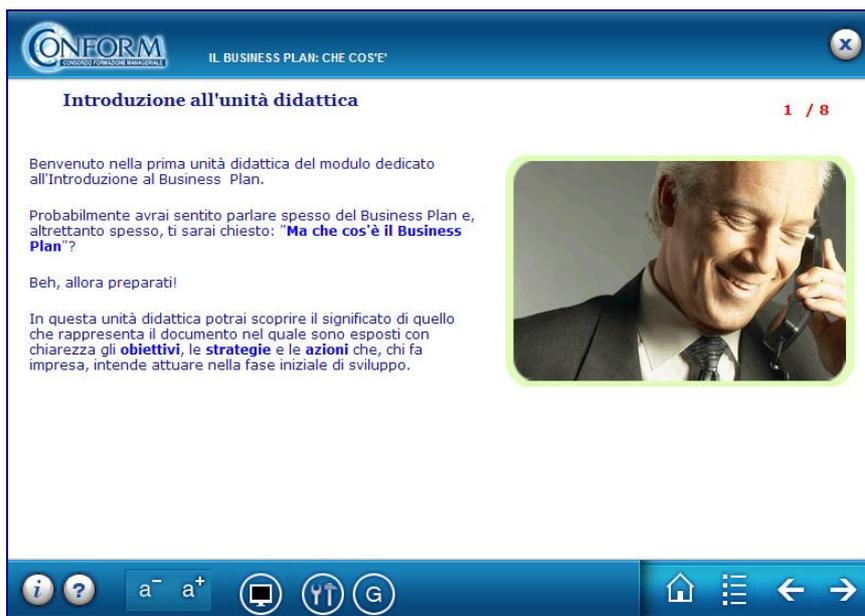
- **Processo "Individuazione del Business":**
  - ✓ focalizzare l'idea che si pone alla base del progetto
  - ✓ formalizzare gli obiettivi in termine di target cliente, specificando i bisogni da soddisfare ed i prodotti/servizi che si intende offrire.
  - ✓ evidenziare i principali motivi per i quali si pensa che l'iniziativa avrà successo e la coerenza tra le caratteristiche del progetto e gli obiettivi che il promotore intende cogliere dall'analisi del documento da parte di un soggetto esterno (es. l'erogazione di finanziamento).
  - ✓ fornire informazioni relative alle capacità delle persone che gestiranno l'iniziativa, descrivendo la compagine sociale ed evidenziando per ciascun socio il relativo profilo professionale, il suo ruolo in azienda e le attitudini personali per lo svolgimento dell'attività da sviluppare.
- **Processo "Analisi dell'ambiente":**
  - ✓ esaminare la disponibilità del mercato ad assorbire i prodotti/servizi che si intende offrire
  - ✓ definire le effettive possibilità di vendita dei propri prodotti e/o servizi;
  - ✓ conoscere quanta parte del mercato è coperta dall'azienda e quanta dalla concorrenza;

- ✓ effettuare previsioni circa le vendite future;
- ✓ ottenere i dati necessari per programmare, organizzare e controllare opportunamente le attività di vendita.
- **Processo “Analisi della clientela”:**
  - ✓ analizzare i potenziali clienti, definendo: potere contrattuale, profilo della domanda, motivazioni e comportamenti d’acquisto, mappa dei fattori critici di successo;
  - ✓ analizzare i bisogni che il prodotto/servizio deve soddisfare in sede di acquisto ed in sede di impiego;
  - ✓ analisi le esigenze del consumatore e gli eventuali motivi di insoddisfazione.
- **Processo “Analisi della concorrenza”:**
  - ✓ analizzare l’ambiente competitivo rispetto ai competitors del segmento dell’area di business, al grado di copertura dei bisogni della clientela, ai punti di forza/debolezza dei concorrenti, alla stima della domanda complessiva;
  - ✓ analizzare il mercato di riferimento al fine di valutare la redditività del settore ed elaborare la strategia da attuare;
  - ✓ evidenziare la coerenza tra le caratteristiche del progetto, le finalità attese, le competenze della compagine sociale e le aspettative del mercato.
- **Processo “Obiettivi, strategie e scelte operative”:**
  - ✓ descrivere le decisioni di marketing relative alla politica di prodotto, di prezzo, di distribuzione, di comunicazione e dei servizi.
  - ✓ definire gli obiettivi, le strategie e le scelte operative attraverso la stesura dei piani operativi.
- **Processo “Valutazioni economiche e finanziarie”:**
  - ✓ esaminare la fattibilità economico-finanziaria, per verificare la redditività dell’iniziativa e le potenzialità che ha l’impresa di rimborsare i crediti richiesti.
  - ✓ quotare il piano in termini di costi e ricavi, per arrivare alle previsioni di risultato e per trarne valutazioni di tipo economico e finanziario, quindi di reale fattibilità sotto ogni profilo.
  - ✓ redigere il piano finanziario degli investimenti, il cash flow, il conto economico e lo stato patrimoniale previsionali.

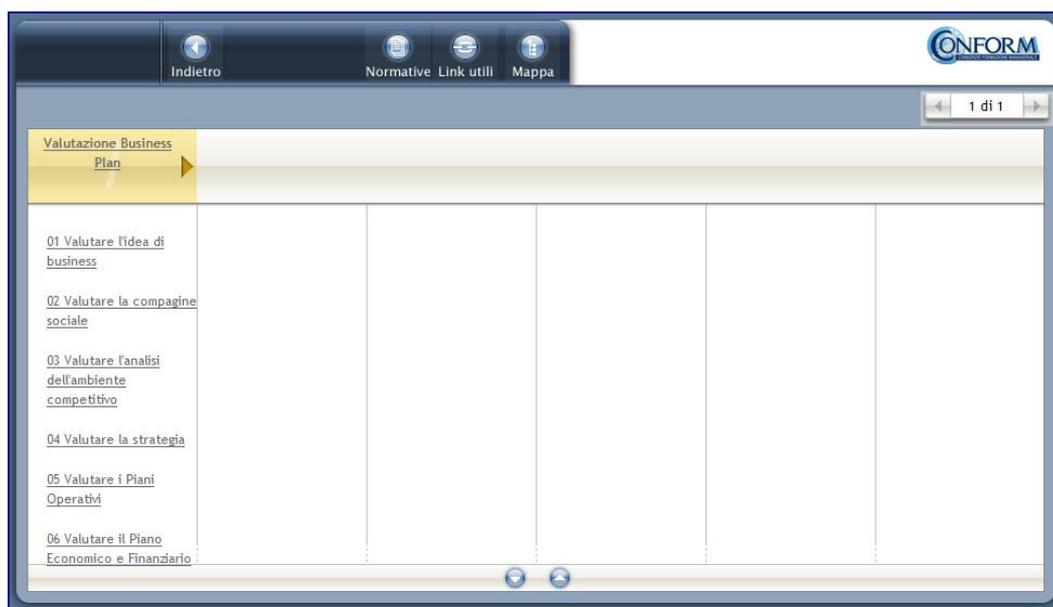
Ciascun sotto-processo è stato scomposto in attività ed output, alle quali sono state collegate delle **pillole formative** (learning object) al fine di consentire l’acquisizione delle competenze attese per il conseguimento degli output/risultati intermedi e finali del processo, come illustrato nelle videate di seguito riportate:



The screenshot shows a web interface for a course titled "Il Processo di redazione del Business Plan: Introduzione". The page is titled "Presentazione del corso" and is page 1 of 8. The main text states: "Obiettivo di questo corso è quello di supportare quanti intendano elaborare con successo un Piano d'Impresa. Le unità didattiche, in cui è stato articolato il corso, sono state elaborate in funzione delle competenze da acquisire ed esercitare per realizzare gli output/risultati intermedi e finali previsti per completare l'intero 'Processo di redazione del Business Plan'." It then lists six units: 1. "Individuazione del Business", 2. "Analisi dell'ambiente", 3. "Analisi della clientela", 4. "Analisi della concorrenza", 5. "Obiettivi, Strategie e scelte operative", and 6. "Valutazioni economiche e finanziarie". Below the list is a progress bar with six colored segments corresponding to the units. The interface includes a search bar, navigation icons, and a footer with a home icon and a list icon.



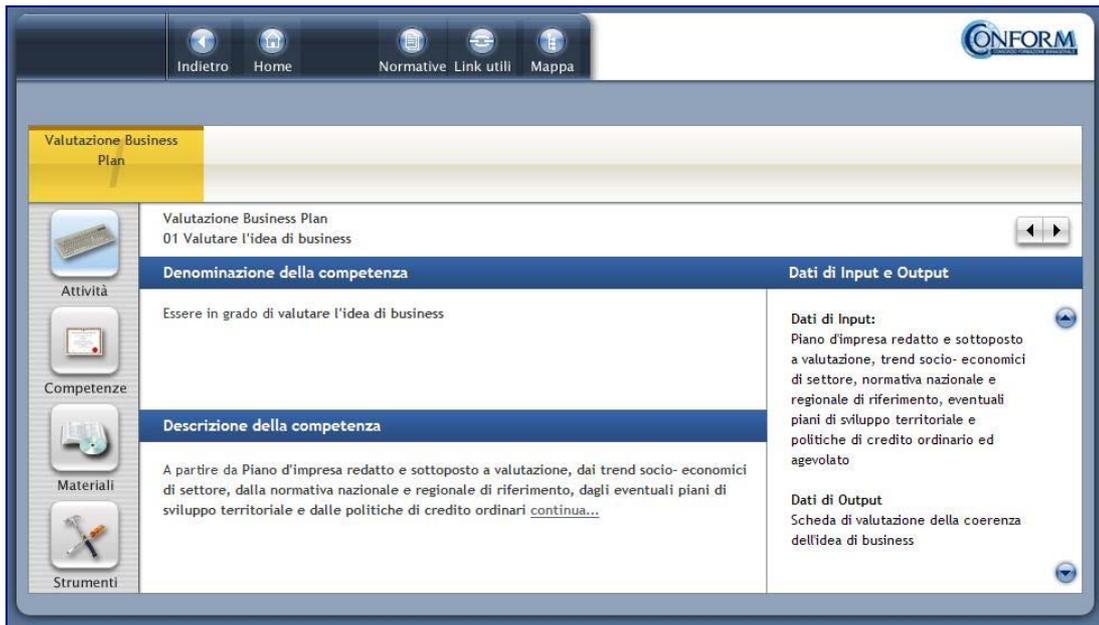
Il “Il Processo di Valutazione del Business Plan” consentirà all’utente di acquisire le competenze richieste per svolgere le attività necessarie a valutare un piano d’impresa.



In particolare, il processo dovrà far acquisire le conoscenze e le abilità necessarie per l’efficace presidio dei seguenti sotto-processi in cui è strutturato il processo di valutazione del business plan e precisamente:

- Processo “ Valutare l’idea d’impresa”;
- Processo “ Valutare la compagine sociale”;
- Processo “ Valutare l’analisi dell’ambiente competitivo”;
- Processo “ Valutare la strategia”;
- Processo “ Valutare i piani operativi”;
- Processo “ Valutare il piano economico-finanziario”.

Ciascun sotto-processo è stato scomposto in attività ed output, alle quali sono state collegate delle **pillole formative** (learning object) al fine di consentire l’acquisizione delle competenze attese per il conseguimento degli output/risultati intermedi e finali del processo, come illustrato nelle videata di seguito riportata:

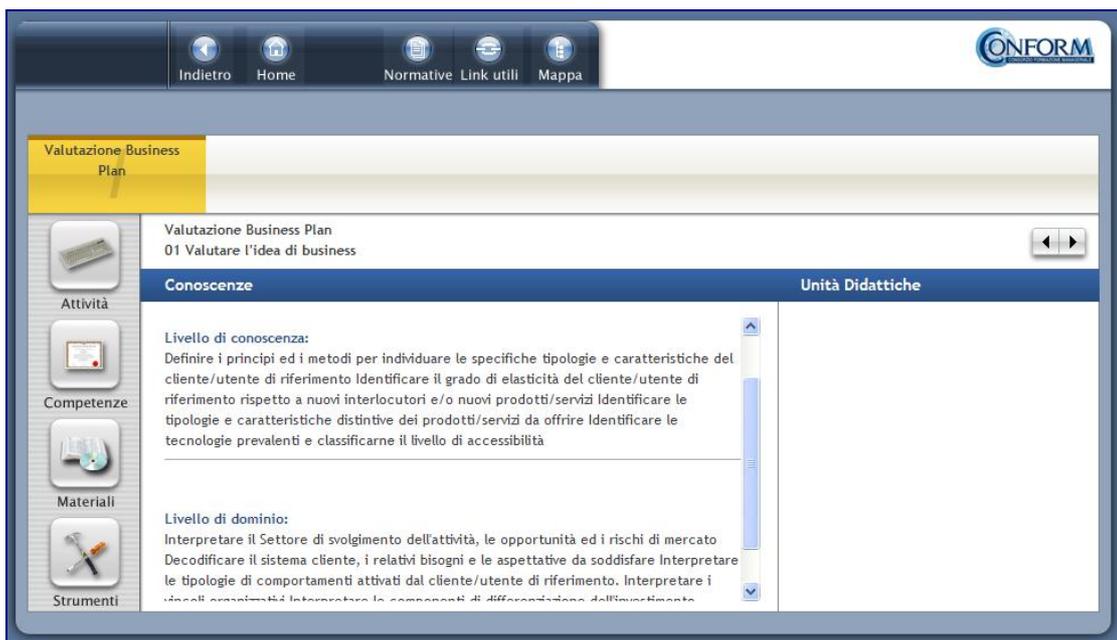


Valutazione Business Plan

Valutazione Business Plan  
 01 Valutare l'idea di business

Denominazione della competenza	Dati di Input e Output
Essere in grado di valutare l'idea di business	<b>Dati di Input:</b> Piano d'impresa redatto e sottoposto a valutazione, trend socio- economici di settore, normativa nazionale e regionale di riferimento, eventuali piani di sviluppo territoriale e politiche di credito ordinario ed agevolato
<b>Descrizione della competenza</b> A partire da Piano d'impresa redatto e sottoposto a valutazione, dai trend socio- economici di settore, dalla normativa nazionale e regionale di riferimento, dagli eventuali piani di sviluppo territoriale e dalle politiche di credito ordinari <a href="#">continua...</a>	<b>Dati di Output</b> Scheda di valutazione della coerenza dell'idea di business

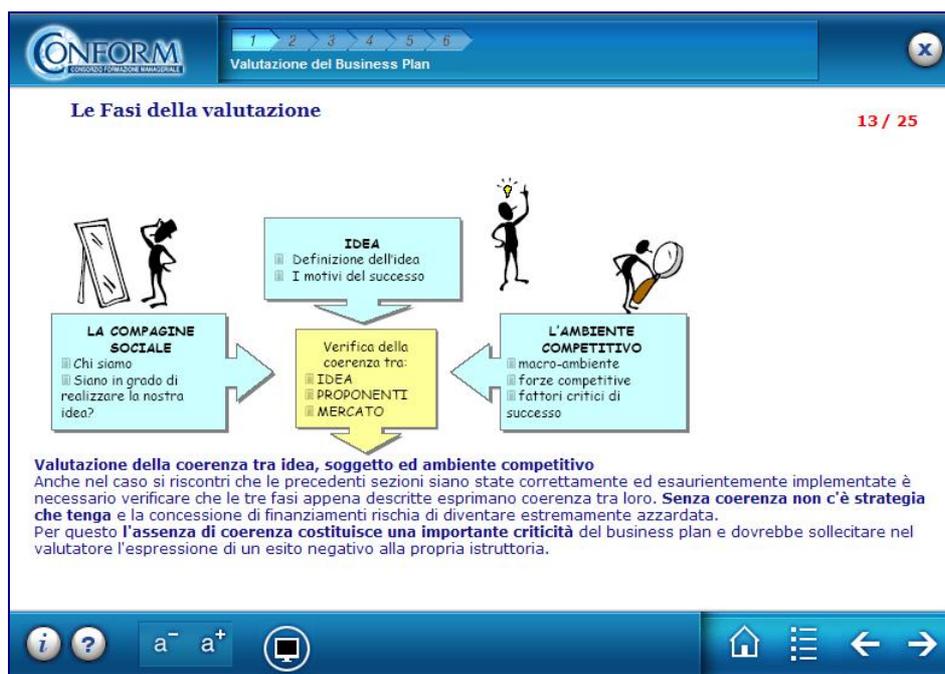
Ciascuna competenza, denominata e descritta, è stata scomposta in livelli di conoscenza e, a ciascuna, sono state correlate le pillole formative che il sistema visualizzerà all'utente come nelle videate di seguito mostrate a titolo esemplificativo:



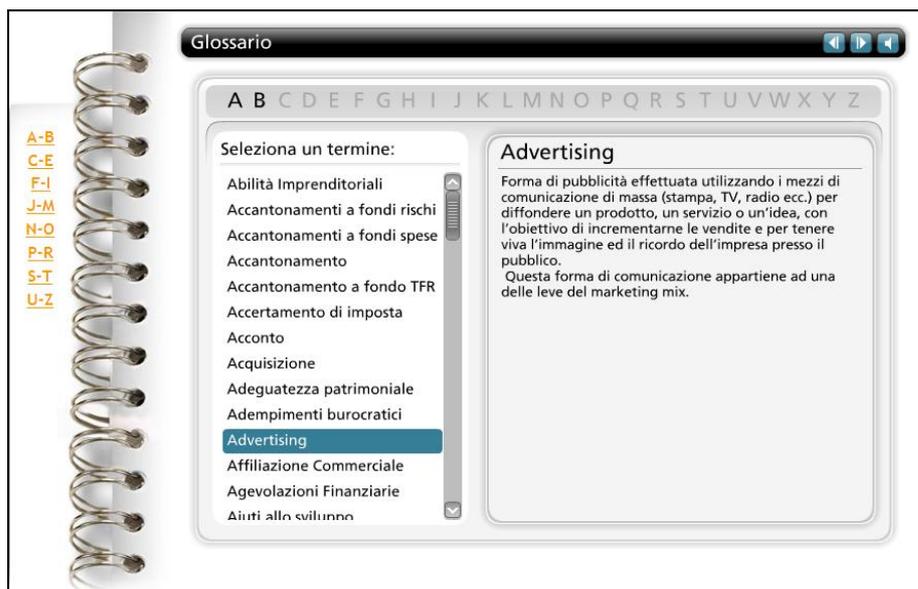
Valutazione Business Plan

Valutazione Business Plan  
 01 Valutare l'idea di business

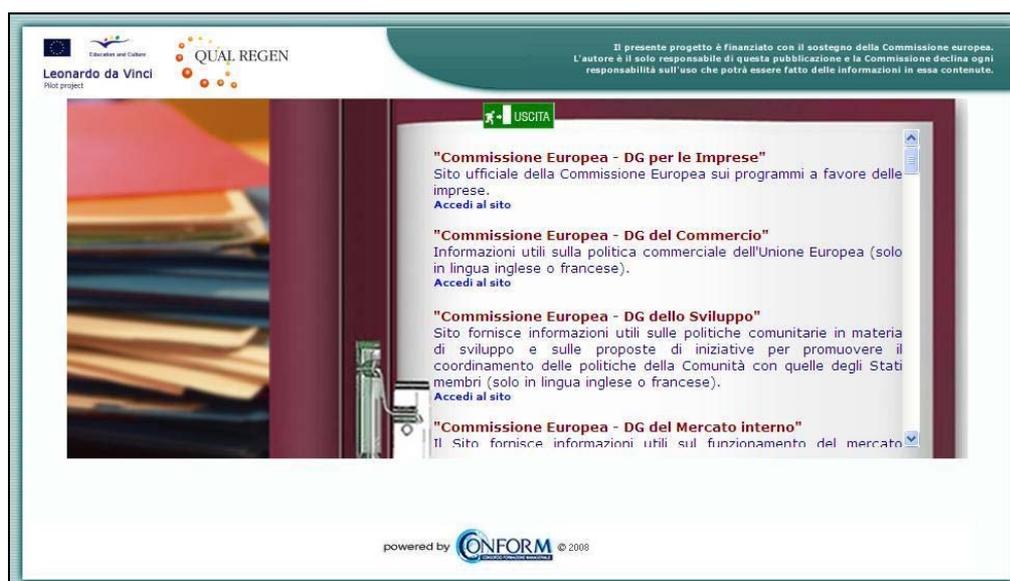
Conoscenze	Unità Didattiche
<b>Livello di conoscenza:</b> Definire i principi ed i metodi per individuare le specifiche tipologie e caratteristiche del cliente/utente di riferimento Identificare il grado di elasticità del cliente/utente di riferimento rispetto a nuovi interlocutori e/o nuovi prodotti/servizi Identificare le tipologie e caratteristiche distintive dei prodotti/servizi da offrire Identificare le tecnologie prevalenti e classificarne il livello di accessibilità	
<b>Livello di dominio:</b> Interpretare il Settore di svolgimento dell'attività, le opportunità ed i rischi di mercato Decodificare il sistema cliente, i relativi bisogni e le aspettative da soddisfare Interpretare le tipologie di comportamenti attivati dal cliente/utente di riferimento. Interpretare i rischi connessi Interpretare le componenti di differenziazione dell'investimento	



Cliccando sulla dicitura *Glossario del Business Plan* o sull'immagine del quaderno ad anelli, l'utente/visitatore avrà la possibilità di usufruire di una vasta terminologia in materia di redazione del piano d'impresa consultando il **Glossario del Business Plan**



Cliccando sulla dicitura **Link a siti istituzionali o sull'immagine del faldone rosa**, l'utente/visitatore avrà la possibilità di visitare i Siti Istituzionali, selezionati per raccogliere indicazioni, normative, strumenti operativi e materiali didattici di supporto alla creazione d'impresa:



I Siti Istituzionali selezionati sono i seguenti:

- **"Commissione Europea - DG per le Imprese"**  
Sito ufficiale della Commissione Europea sui programmi a favore delle imprese.
- **"Commissione Europea - DG del Commercio"**  
Informazioni utili sulla politica commerciale dell'Unione Europea (solo in lingua inglese o francese).
- **"Commissione Europea - DG dello Sviluppo"**  
Sito fornisce informazioni utili sulle politiche comunitarie in materia di sviluppo e sulle proposte di iniziative per promuovere il coordinamento delle politiche della Comunità con quelle degli Stati membri (solo in lingua inglese o francese).
- **"Commissione Europea - DG del Mercato interno"**  
Il Sito fornisce informazioni utili sul funzionamento del mercato interno, che è una delle principali priorità dell'Unione Europea. La DG ha come missione quella di garantire -

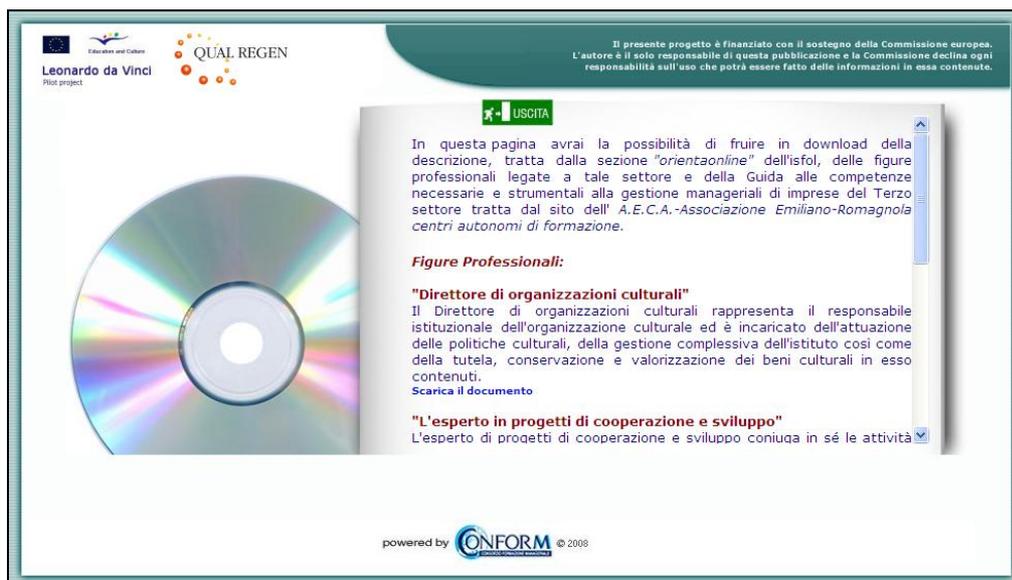
nell'interesse dei cittadini e delle imprese dell'Unione Europea - l'integrazione del mercato europeo e di rimuove gli ostacoli al libero scambio di beni, servizi e capitali.

- **"Commissione Europea - DG della Concorrenza"**  
Il Sito fornisce informazioni utili sulla politica della concorrenza nell'Unione Europea (solo in lingua inglese o francese).
- **"Commissione Europea - DG Occupazione e Affari Sociali"**  
Il Sito fornisce informazioni sulle politiche per la promozione del Lavoro e dell'Occupazione della Commissione Europea.
- **"Fondo Sociale Europeo"**  
Il Sito fornisce informazioni inerenti le finalità, la programmazione e i fondi disponibili del Fondo Sociale Europeo, uno dei Fondi Strutturali dell'Unione Europea che ha come fine quello di ridurre le differenze negli standard di vita ed aiutare le aree dell'Europa che per una o più ragioni sono caratterizzate da difficoltà sociali.
- **"Fondazione Europea per il miglioramento delle condizioni del lavoro"**  
Il Sito fornisce informazioni sui temi del lavoro, delle pari opportunità, della salute, della prevenzione sul lavoro e delle relazioni industriali elaborate dalla Fondazione a favore di attori chiave nel campo della politica sociale dell'Unione Europea.
- **"Banca Europea per gli Investimenti"**  
La Banca europea per gli investimenti (BEI) è stata istituita nel 1958 dal trattato di Roma. La sua funzione è concedere prestiti destinati al finanziamento di progetti d'interesse europeo, quali raccordi ferroviari e stradali, aeroporti o programmi ambientali, con particolare attenzione alle regioni economicamente svantaggiate, ai paesi candidati e ai paesi in via di sviluppo.
- **"Comitato economico e sociale europeo"**  
Istituito dal trattato di Roma nel 1957, il Comitato economico e sociale europeo (CESE) è un organo consultivo incaricato di rappresentare datori di lavoro, sindacati, agricoltori, consumatori e altri gruppi d'interesse che costituiscono collettivamente la "società civile organizzata". Il suo ruolo è quindi esporre i pareri e difendere gli interessi delle varie categorie socioeconomiche nel dibattito politico con la Commissione, il Consiglio e il Parlamento europeo.
- **"Banca Centrale Europea"**  
La Banca Centrale Europea è la banca centrale responsabile della moneta unica europea, l'euro. Il suo compito principale consiste nel preservarne il potere d'acquisto, mantenendo così la stabilità dei prezzi nell'area dell'euro.
- **"Associazione Europea delle Camere di Commercio ed Industria"**  
Sito Ufficiale dell'Association of European Chambers of Commerce and Industry che rappresenta 45 associazioni nazionali di Camere di Commercio ed Industria and 1 Organizzazione Camerale Transnazionale, formando così un network europeo di 2.000 Camere regionali e locali con oltre 18 milioni di imprese europee iscritte quelli associate.
- **"Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale"**  
Le linee di intervento dell'attività ministeriale si riferiscono all'indirizzo, programmazione, sviluppo, coordinamento e valutazione delle politiche del lavoro e dell'occupazione; all'informazione e comunicazione istituzionale; alle politiche della formazione professionale; alla vigilanza amministrativa e tecnico-finanziaria sugli enti di previdenza e di assistenza obbligatoria e sulle organizzazioni non lucrative di utilità sociale e sui patronati; alla gestione e sviluppo del sistema informativo del lavoro.
- **"Ministero del Commercio Internazionale"**  
Il Ministero del Commercio Internazionale è un dicastero con istituito il 17 maggio 2006. Questo ministero raggruppa le funzioni dei precedenti ministero del Commercio con l'Estero e del dipartimento delle Politiche Comunitarie.
- **"Ministero dell'Economia e delle Finanze"**  
Il Dipartimento del Tesoro svolge attività di supporto tecnico alle scelte di politica economica e finanziaria del Governo, elabora le strategie macroeconomiche ed i più significativi documenti di programmazione. Il Dipartimento è responsabile di numerosi processi tra cui: analisi dei problemi economici, monetari e finanziari interni ed internazionali, affari economici e finanziari

comunitari ed internazionali, elaborazione delle linee di programmazione economica e finanziaria, in funzione anche dei vincoli di convergenza e di stabilità derivanti dall'appartenenza dell'Italia all'Unione Europea, ecc..

- **"Ministero dello Sviluppo Economico"**  
L'attività del ministero in esame si articola in diverse aree tematiche: consumatori, imprese, commercio, energia e risorse, turismo, internazionalizzazione.
- **"Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per le Politiche Comunitarie"**  
Tale ministero esercita le funzioni e le attribuzioni di competenza del Presidente del Consiglio dei Ministri dirette ad assicurare la partecipazione dell'Italia all'Unione Europea ed in particolare quelle relative alle attività inerenti all'attuazione delle politiche comunitarie di carattere generale o per specifici settori, assicurandone coerenza e tempestività, nonché alle attività inerenti alla partecipazione dello Stato italiano alla formazione di atti e normative comunitari; o all'armonizzazione fra legislazione nazionale e normative comunitarie, individuando nella citata legge comunitaria annuale gli strumenti idonei a recepire nell'ordinamento interno gli atti comunitari che implicano i provvedimenti di attuazione ed assicurando l'adempimento degli obblighi comunitari.
- **"Unione Italiana delle Camere di Commercio"**  
L'Unioncamere cura e rappresenta gli interessi generali delle Camere di commercio e delle loro forme associative e articolazioni funzionali. Cura i rapporti del sistema con le istituzioni internazionali, nazionali e regionali - anche tramite le Unioni Regionali - e con le categorie, elabora indirizzi comuni, promuove e realizza iniziative coordinate, sostiene l'attività del sistema camerale in tutte le sue articolazioni, anche per favorirne lo sviluppo a rete.
- **"Portale delle Camere di Commercio Italiane"**  
Protagoniste nell'universo delle economie locali, le Camere di Commercio costituiscono un importante punto di riferimento per i settori produttivi, sia nel panorama nazionale che in quello internazionale. Le Camere, che sono definiti enti autonomi di diritto pubblico dalla legge 580/93, sono al centro di una fitta rete di organismi che lavorano con istituzioni, enti e associazioni, garantendo servizi, strategie di sviluppo e progetti, per una crescita equilibrata dell'economia.
- **"Confederazione Generale Italiana del Commercio, del Turismo e dei Servizi"**  
CONFCOMMERCIO, Confederazione Generale Italiana del Commercio, del Turismo, dei Servizi, delle Professioni e delle PMI è la più grande rappresentanza d'impresa in Italia, associando oltre 820.000 imprese. Il sistema di rappresentanza di Confcommercio si articola sia a livello territoriale, con organizzazioni provinciali e con unioni regionali, che categoriale, con organizzazioni nazionali di categoria.
- **"European Community Business and Innovation Centre (EC BIC)"**  
Nel dicembre 1994, la Commissione europea ha approvato il documento unico di programmazione (DOCUP) 94-96 per le zone ammissibili all'Obiettivo 2 nell' Emilia Romagna. In questo documento si precisano le modalità di utilizzazione della sovvenzione di 12 milioni di ECU dei Fondi strutturali. Con questo contributo, l'Unione europea sostiene la riconversione economica e sociale di queste zone industriali in declino.
- **"Marketpress"**  
MARKETPRESS è un quotidiano on line di moderna concezione e come tale si rivolge a quella nuova fascia di lettori sparsi in tutto il mondo che viaggiano in internet. MARKETPRESS fornisce quotidianamente ai suoi lettori un notiziario con molte informazioni sulla net economy dove gli eventi più importanti della giornata, sono trattati in modo dettagliato.

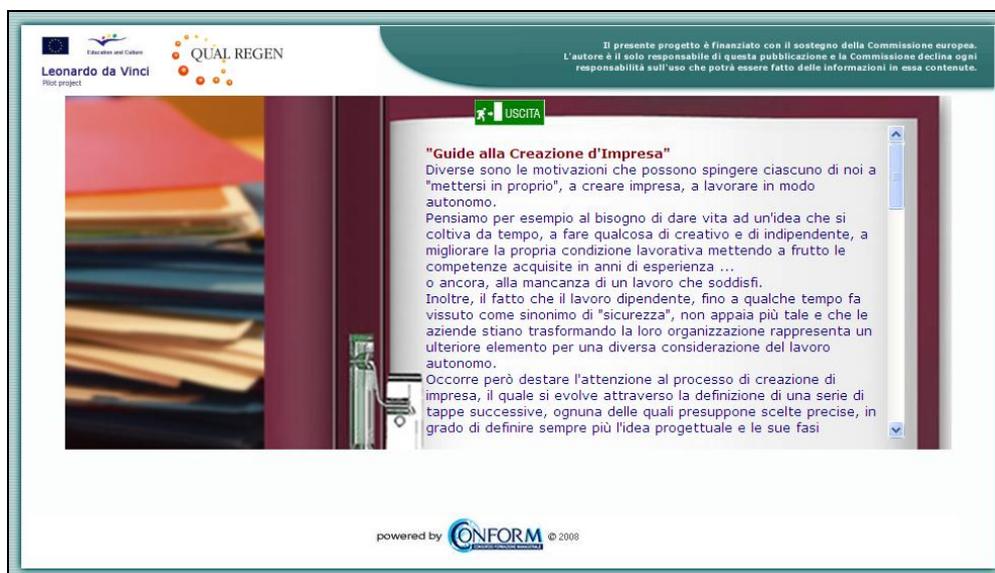
Cliccando sulla dicitura *Managerialità per il terzo settore o sull'immagine del quadernone blu*, l'utente/visitatore avrà la possibilità di consultare la descrizione delle **Figure professionali** censite dall'ISFOL:



Tali descrizioni riguardano le seguenti figure professionali:

- Il Direttore di organizzazioni culturali
- L'esperto in progetti di cooperazione e sviluppo
- Il manager dell'ONP

Cliccando sulla dicitura *Guide al Piano d'Impresa o sull'immagine della libreria*, l'utente avrà la possibilità di fruire in download di due tipologie di guide per l'avvio di nuove iniziative imprenditoriali.

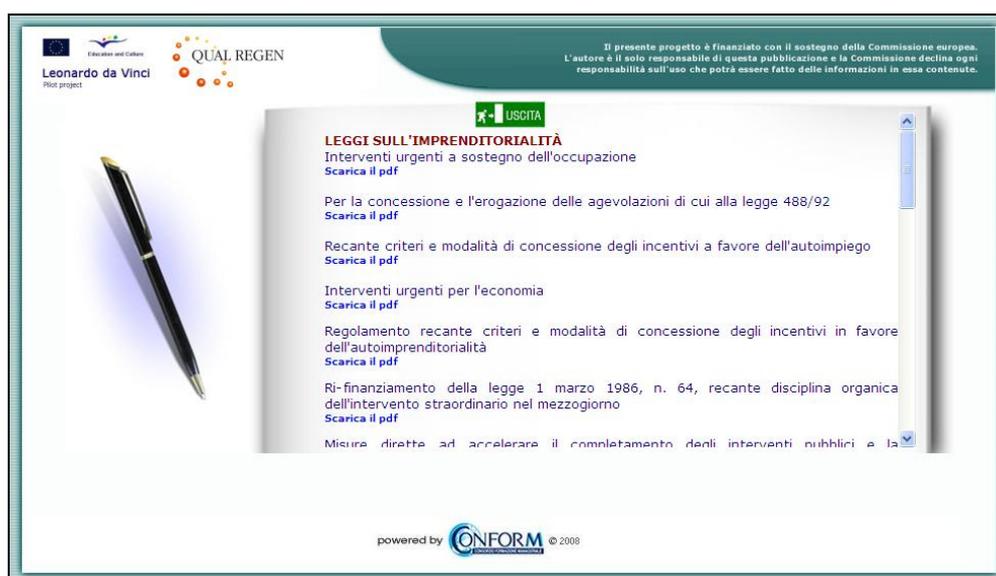


Tali documenti si distinguono in:

- **guide utili per poter avviare una nuova iniziativa d'impresa**
  - Provincia di Ferrara: Fare impresa in Italia
  - Provincia di Ferrara: Diventare Imprenditori
  - Provincia di Torino: Per essere un imprenditore non basta saper fare "bene" un mestiere
  - Provincia di Ferrara: Guida alla scelta della forma giuridica dell'impresa
  - Provincia di Ferrara: Guida per il neo imprenditore artigiano
  - Provincia di Novara: Guida per l'artigianato di servizio
  - Provincia di Novara: Guida per l'artigianato di produzione

- Provincia di Ferrara: Guida per il neo imprenditore commerciale
- Provincia di Novara: Guida per il commercio
- Provincia di Novara: Guida per l'agricoltura
- Commissione Europea: Promuovere l'Imprenditoria Femminile
- **guide per la stesura di un Business Plan**
  - Progetti d'impresa: guida al Business Plan
  - Punto Nuova Impresa: guida al Business Plan
  - Punto Nuova Impresa: guida al Business Plan ed alla scelta della forma giuridica
  - Dall'idea al progetto: guida alla redazione del Business Plan
  - Unioncamere: guida alla creazione d'impresa
  - Sistemi e Impresa n. 8 - Ottobre 2005
  - Provincia di Torino: Il BP principale strumento di controllo di gestione
  - Università Cà Foscari: La valutazione dell'idea di business
  - Università Cà Foscari: Il Financing delle Start Up
  - Università degli Studi di Perugia: Trasformare un'idea in un'impresa - Il Business Plan
  - Ezio Casavola: Guida al Business Plan
  - IBAN - AFI - PriceWaterHouseCoopers: Guida al Business Plan

Cliccando sulla dicitura *Normative sull'agevolazione per la creazione d'impresa o sull'immagine dei fogli*, l'utente avrà la possibilità di fruire di normative sull'imprenditorialità:



Tali normative si distinguono in:

- **Leggi Nazionali sull'imprenditorialità**
  - Interventi urgenti a sostegno dell'occupazione
  - Per la concessione e l'erogazione delle agevolazioni di cui alla legge 488/92
  - Recante criteri e modalità di concessione degli incentivi a favore dell'autoimpiego
  - Interventi urgenti per l'economia
  - Regolamento recante criteri e modalità di concessione degli incentivi in favore dell'autoimprenditorialità
  - Ri-finanziamento della legge 1 marzo 1986, n. 64, recante disciplina organica dell'intervento straordinario nel mezzogiorno
  - Misure dirette ad accelerare il completamento degli interventi pubblici e la realizzazione dei nuovi interventi nelle aree depresse
  - Ri-legge: "disposizioni urgenti per la ripresa delle attività imprenditoriali"
  - Incentivi all'autoimprenditorialità e all'autoimpiego

- Disciplina dell'impresa sociale, a norma della legge 13 giugno 2005, n. 118
  - Interventi a favore dell'imprenditoria femminile
  - Recante misure dirette ad accelerare il completamento degli interventi pubblici e la realizzazione dei nuovi interventi nelle aree depresse
  - "Norme per la diffusione e la valorizzazione dell'imprenditoria giovanile in agricoltura"
  - Intervento straordinario nel mezzogiorno e norme per l'agevolazione delle attività produttive
  - Recante interventi urgenti a sostegno dell'occupazione
  - "Misure di finanza pubblica per la stabilizzazione e lo sviluppo"
  - Disposizioni urgenti per favorire l'occupazione
  - Disposizioni urgenti in materia di lavori socialmente utili, di interventi a sostegno del reddito e nel settore previdenziale
- **Leggi Regionali sull'imprenditorialità**
- "Misure straordinarie per incentivare l'occupazione mediante la promozione e il sostegno di nuove iniziative imprenditoriali e per l'inserimento in nuovi posti di lavoro rivolti a soggetti svantaggiati e successive modifiche ed integrazioni"
  - Per lo sviluppo e la qualificazione dell'artigianato
  - Interventi regionali per lo sviluppo del terziario commerciale
  - Interventi per lo sviluppo dei sistemi locali di imprese nei distretti industriali del Piemonte
  - Misure straordinarie per incentivare l'occupazione mediante la promozione e il sostegno di nuove iniziative imprenditoriali e per l'inserimento in nuovi posti di lavoro rivolti a soggetti svantaggiati
  - Misure straordinarie per incentivare l'occupazione e il sostegno di nuove iniziative imprenditoriali e per l'inserimento in nuovi posti di lavoro rivolti a soggetti svantaggiati

Cliccando sulla dicitura ***Buone Prassi per la creazione d'impresa o sull'immagine dell'agenda*** l'utente/visitatore avrà la possibilità di collegarsi al sito web dei progetti che hanno avuto come tema strategico la creazione d'impresa a partire dalle opportunità del territorio.

Per la descrizione dettagliata delle iniziative progettuali catalogate in quest'area si rimanda alla sezione "Occupazione e Creazione d'Impresa".



The screenshot shows a web interface for the QUAL-REGEN project. On the left, there is a sidebar menu with three items: "Presentazione del progetto", "Ambienti di apprendimento", and "Territorio e opportunità di sviluppo". Below the menu is a "HOME" button. The main content area on the right features a green background with a stylized leaf graphic. It contains the following text:

**Occupazione e creazione d'impresa**  
**Premessa**  
 Il progetto QUAL-REGEN prevede la rigenerazione sociale che si fonda su un nuovo e più solido concetto di fare impresa capace di rispettare ed esaltare il territorio e il suo tessuto sociale.

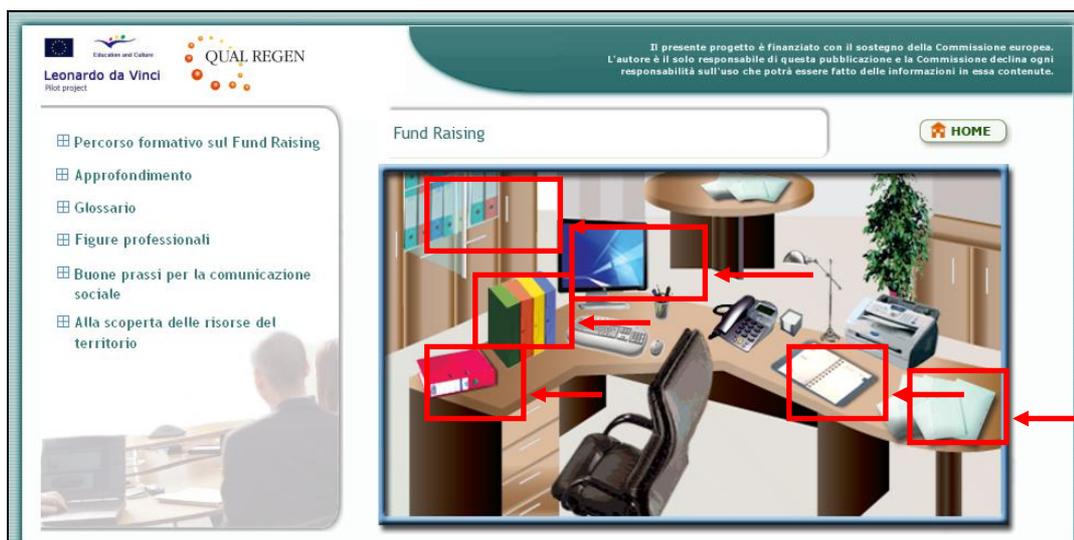
Di seguito si riportano alcuni dei progetti di eccellenza che hanno affrontato con successo queste tematiche:  
[Link](#)

**Intrapresa**  
 Il progetto mira alla realizzazione ed alla promozione di un modello innovativo di sostegno alla creazione d'impresa, che pone la competenza al centro del processo di formazione e affiancamento per l'imprenditorialità.  
[Link](#)

**Filomè**  
 FILOME è un Progetto a supporto dell'inclusione lavorativa promosso dal Comune di Napoli e finanziato nell'ambito del Programma di Iniziativa Comunitaria EQUAL II. Il progetto vuole realizzare un Modello Strutturale di

At the top right of the main content area, there is a disclaimer: "Il presente progetto è finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute." There are also up and down arrow icons on the right side of the content area and a "chiudi" button at the bottom right.

## Fund Raising



Selezionando l'ambiente di apprendimento dedicato al **"Fund Raising"**, l'utente/visitatore si troverà all'interno di un ufficio virtuale nel quale sarà possibile:

- frequentare on line il percorso formativo elaborato in materia di **Fund Raising**;
- scaricare in download gli **Approfondimenti** relativi al Fund Raising;
- usufruire di una vasta terminologia in materia, sfogliando il **Glossario** del Fund Raising;
- consultare la descrizione delle **Figure Professionali** legate al Fund Raising;
- conoscere le **Buone Prassi** relative alla comunicazione sociale e al Fund Raising;
- visualizzare le **Pubblicità sociali** realizzate da Ministeri e dicasteri sul territorio nazionale.

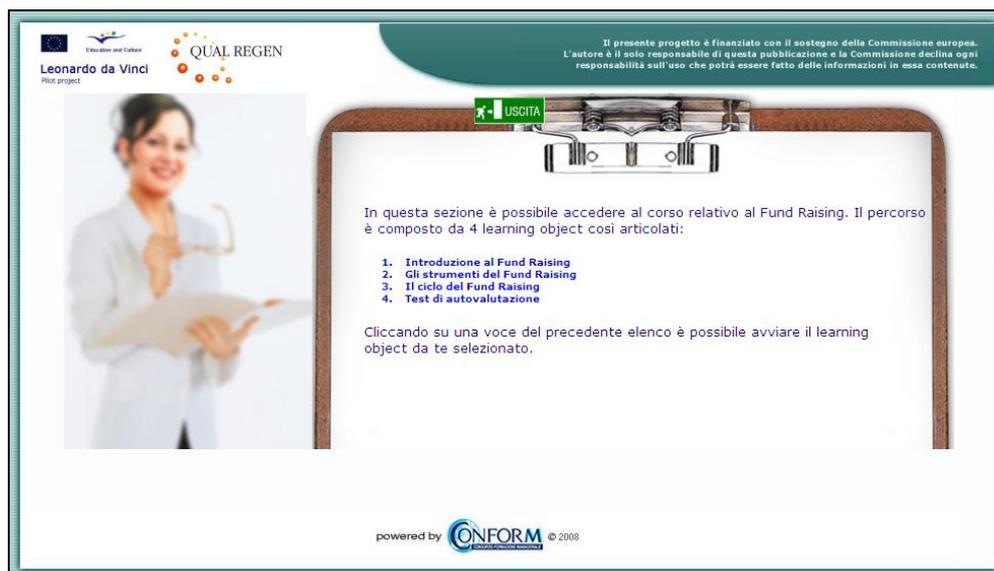
Per poter usufruire dei materiali didattici e degli strumenti operativi elaborati e/o ricercati ed opportunamente catalogati, l'utente/visitatore dovrà cliccare o sulle scritte contenute nel menù laterale o sui collegati *oggetti sensibili* di seguito riportati, seguendo il seguente incrocio:

<i>Percorso Formativo in materia di Fund Raising</i>	<i>Pc</i>
<i>Approfondimenti</i>	<i>Libreria</i>
<i>Glossario</i>	<i>Agenda ad anelli</i>
<i>Pubblicità sociali</i>	<i>Faldoni colorati</i>
<i>Buone Prassi</i>	<i>Faldone rosa</i>
<i>Figure Professionali</i>	<i>Fogli</i>

Cliccando sulla dicitura *Percorso Formativo sul Fund Raising o sull'immagine del Pc*, l'utente/visitatore avrà la possibilità di accedere al percorso formativo in Fund Raising con lo scopo di fornire un quadro metodologico ed operativo per la pianificazione delle fasi e delle attività di un'azione di fund raising, per la selezione delle opportunità e la raccolta sistematica di fondi necessari a sostenere gli scopi istituzionali, le attività e la crescita di un'Organizzazione.

I learning object in cui è stato articolato il percorso formativo sono i seguenti:

- Introduzione al Fund Raising
- Strumenti di Fund Raising
- Il ciclo del Fund Raising
- Test di auto-valutazione



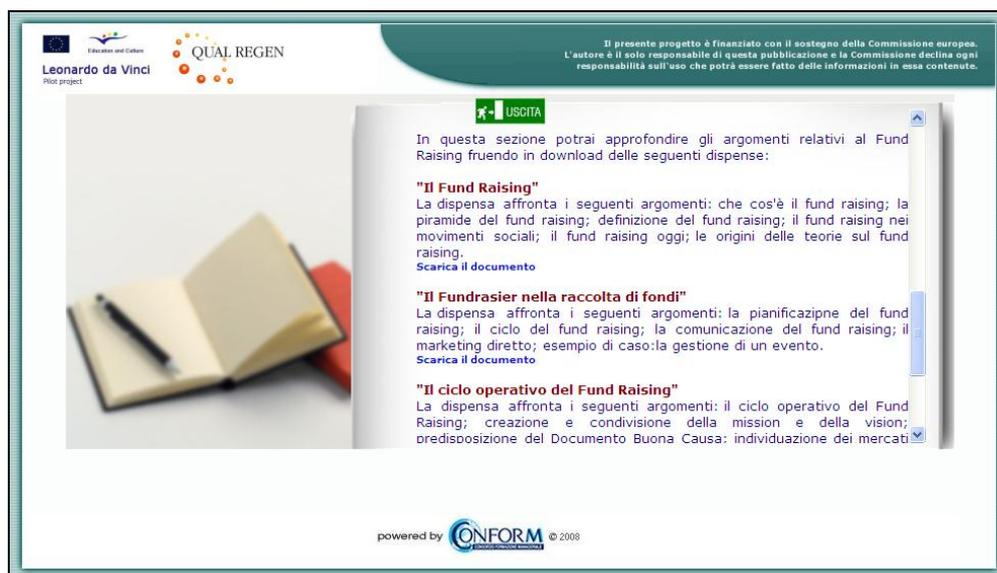
In particolare, la fruizione del Modulo di **“Fund Raising”** consentirà all’utente di:

- acquisire un quadro conoscitivo d’insieme del concetto di Fund Raising, identificandone le sue caratteristiche peculiari ed individuando la sua possibile applicazione nelle diverse organizzazioni pubbliche e private
- comprendere il processo di pianificazione strategica del Fund Raising ed i metodi per la progettazione delle diverse fasi del piano di raccolta fondi (identificazione della buona causa, analisi dell’ambiente interno, analisi dell’ambiente esterno, definizione del piano operativo, analisi e verifica dei risultati)
- strutturare il ciclo operativo di Fund Raising articolandolo nelle seguenti fasi: creazione e condivisione di mission e vision; identificazione degli obiettivi (Buona Causa); analisi dei mercati; scelta degli strumenti; messa in opera delle azioni; valutazione dei risultati
- identificare le principali tipologie di mercati da raggiungere e le loro caratteristiche, selezionando i mercati di riferimento in base a: esigenze dell’organizzazione; caratteristiche qualitative (tipologie, motivazioni/interessi, ecc.) e quantitative (numerosità, localizzazione, ecc) del donatore potenziale; caratteristiche qualitative (tipologie, motivazioni/interessi, ecc.) e quantitative (numerosità, localizzazione, ecc) dei concorrenti
- identificare gli strumenti di raccolta fondi e le loro caratteristiche
- selezionare e progettare le soluzioni operative da adottare per una campagna di fund raising: mailing; telemarketing; mass media; eventi speciali; tesseramento soci (membership); contributi; sponsorizzazioni
- acquisire un quadro conoscitivo d’insieme delle metodologie di valutazione dell’efficacia di una campagna di raccolta fondi
- selezionare e progettare la metodologia di valutazione dei risultati della campagna di raccolta fondi.

A seguire si riporta una schermata rappresentativa della visualizzazione del WBT di introduzione al Fund Raising:



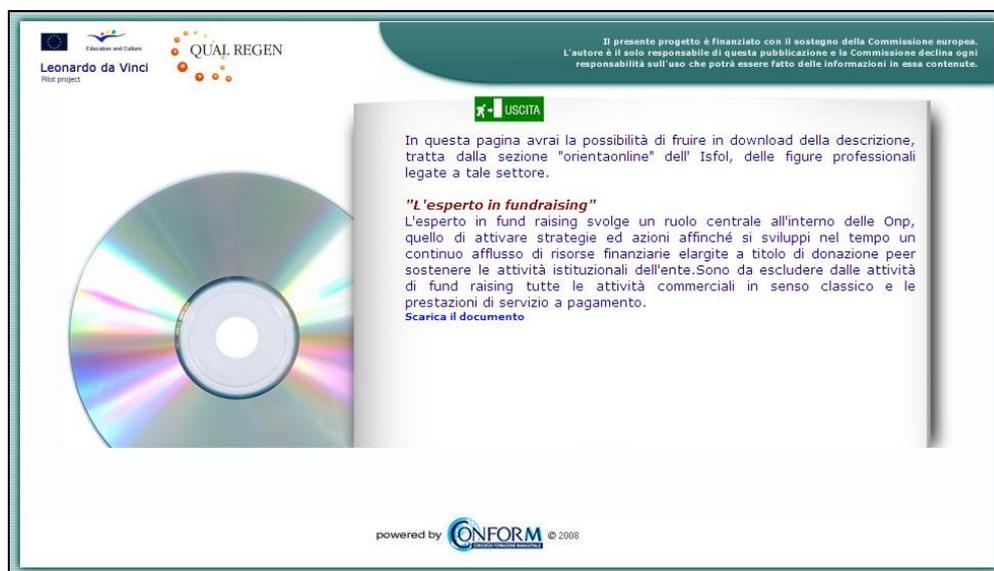
Cliccando sulla dicitura *Approfondimento o sull'immagine della libreria*, l'utente/visitatore avrà la possibilità di scaricare in download gli **Approfondimenti** relativi al Fund Raising:



Gli **Approfondimenti** scaricabili in download sono:

- Il Fund Raising
- Il Fund Raiser nella raccolta dei fondi
- Il ciclo operativo del Fund Raising
- Gli Strumenti di Fund Raising.

Cliccando sulla dicitura **Figure professionali o sull'immagine dei fogli**, l'utente/visitatore avrà la possibilità di consultare la descrizione delle **Figure professionali** censite dall'ISFOL in materia di Fund Raising:, ovvero: **L'esperto in fund raising**



Cliccando sulla dicitura **Buone Prassi per la comunicazione sociale o sull'immagine del faldone rosa** l'utente/visitatore avrà la possibilità di visualizzare le **Pubblicità sociali** realizzate da Ministeri e Dicasteri, in merito a:

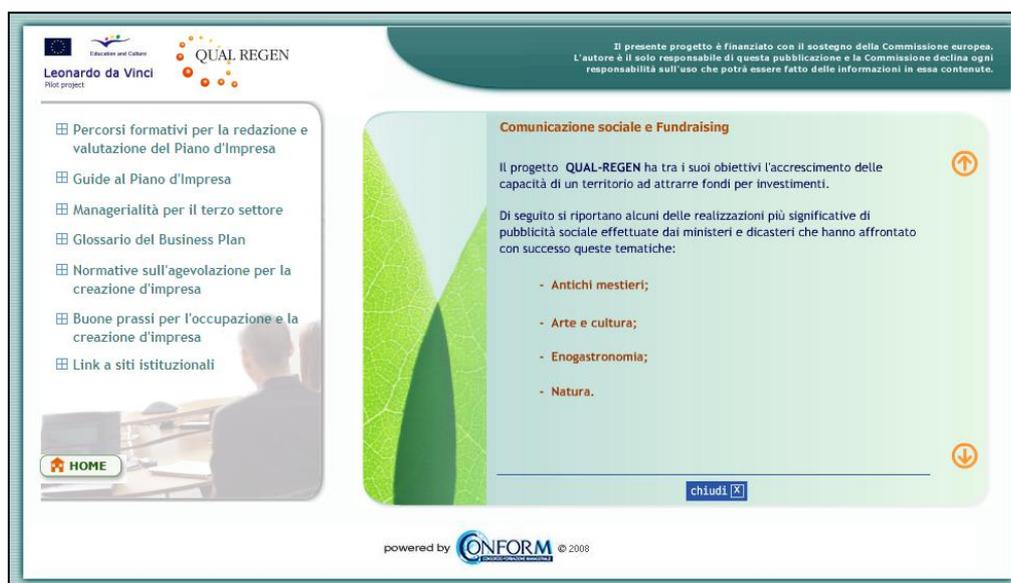
- Antichi Mestieri
- Arte e cultura
- Beni culturali
- Ambiente e Natura
- Immigrazione
- Salute
- Sicurezza e legalità



Per la descrizione dettagliata degli spot e delle campagne di comunicazione sociale catalogate in quest'area si rimanda alla sezione "Comunicazione sociale e Fundraising".

Cliccando sulla dicitura *Alla scoperta delle risorse del territorio o sull'immagine dei faldoni*, l'utente/visitatore avrà la possibilità di visualizzare le schede informative relative alle potenzialità del territorio, esplicitate attraverso la piattaforma di web marketing ed articolate in percorsi virtuali relativi alle seguenti aree tematiche:

- Antichi Mestieri
- Arte e cultura
- Enogastronomia
- Natura.



Per la descrizione dettagliata degli itinerari virtuali, implementati al fine di scoprire le risorse e le potenzialità del territorio, si rimanda alla sezione **Le Radici**, nell'area "Territorio e opportunità di sviluppo".

## Marketing e Comunicazione Sociale



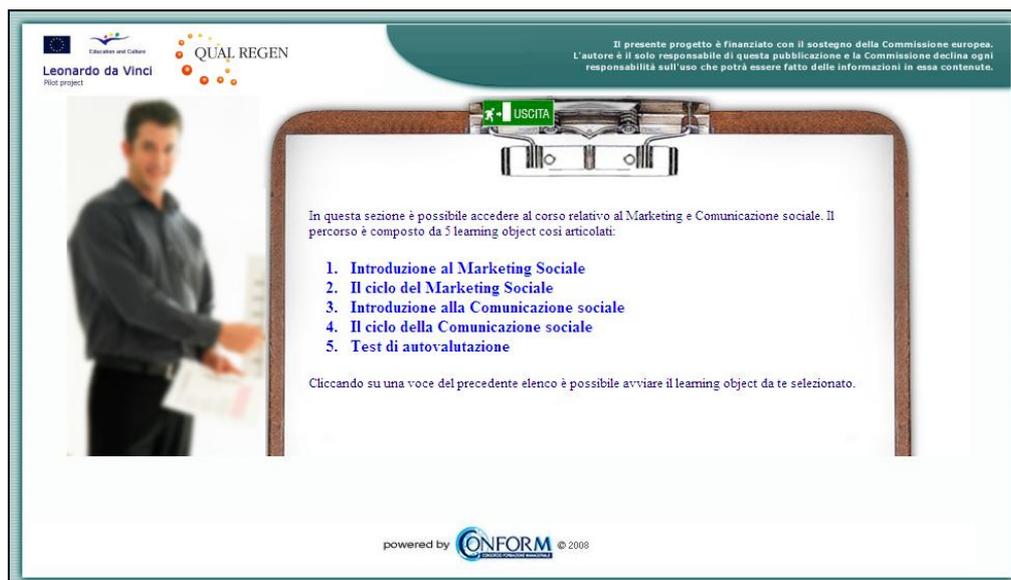
Selezionando il terzo ambiente di apprendimento, ovvero quello dedicato al “**Marketing e alla Comunicazione Sociale**”, l’utente/visitatore si troverà all’interno di un ufficio virtuale nel quale sarà possibile:

- frequentare on line il percorso formativo elaborato in materia di **Marketing e Comunicazione sociale**;
- scaricare in download le **Dispense** relative a **Marketing e Comunicazione**;
- scaricare in download gli **Approfondimenti** relativi a **Marketing e Comunicazione sociale**;
- usufruire di una vasta terminologia in materia, sfogliando il **Glossario del Marketing**;
- consultare la descrizione delle **Figure Professionali** relative a Marketing e Comunicazione Sociale;
- conoscere le **Buone Prassi** per lo sviluppo turistico del territorio;

Per poter usufruire dei materiali didattici e degli strumenti operativi elaborati e/o ricercati, opportunamente catalogati, l’utente/visitatore dovrà cliccare o sulle scritte contenute nel menù laterale o sui collegati *oggetti sensibili* di seguito riportati, seguendo il seguente incrocio:

<i>Percorso Formativo in Marketing e comunicazione sociale</i>	<i>Pc</i>
<i>Dispense</i>	<i>Libreria</i>
<i>Glossario</i>	<i>Agenda ad anelli</i>
<i>Approfondimenti</i>	<i>Faldoni colorati</i>
<i>Buone Prassi</i>	<i>Faldone rosa</i>
<i>Figure Professionali</i>	<i>Fogli</i>

Cliccando sulla dicitura *Percorso Formativo in Marketing e comunicazione sociale o sull’immagine del Pc*, l’utente/visitatore avrà la possibilità di accedere al modulo “**Marketing e Comunicazione Sociale**” realizzato con lo scopo di acquisire i concetti fondamentali del marketing sociale, attraverso un piano di lavoro capace di fornire un supporto metodologico nella pianificazione strategica ed operativa di un’azione di marketing sociale e nella progettazione di una campagna di comunicazione per valorizzare l’immagine e le attività di un’Organizzazione.



Il modulo è stato articolato nei seguenti learning objects:

- Introduzione al Marketing
- Il ciclo del Marketing Sociale
- Introduzione alla Comunicazione sociale
- Il ciclo della Comunicazione sociale
- Test di auto-valutazione

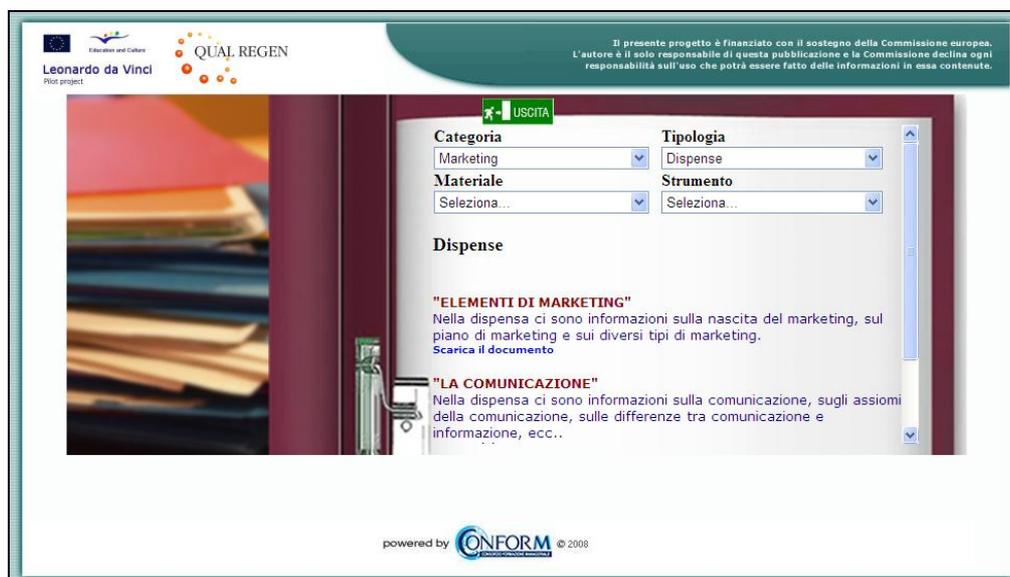
In particolare, la fruizione del modulo **“Marketing e Comunicazione Sociale”** consentirà all’utente di::

- acquisire la conoscenza dei concetti del marketing sociale, comprendendone gli aspetti caratteristici ed identificando i differenti possibili campi di applicazione
- comprendere la differenza tra pubblicità e marketing
- supportare le organizzazione nel decidere di cosa hanno realmente bisogno
- supportare le organizzazione nello sviluppare piani strategici, operativi, di business e di sviluppo
- comprendere il processo di pianificazione strategica del marketing sociale ed i metodi per progettare le differenti fasi del processo (macro e micro analisi dell’ambiente, definizione del piano, analisi ed assessment dei risultati)
- identificare le attività del ciclo operativo del piano di marketing sociale (definizione degli obiettivi, identificazione e segmentazione dei target - group, elaborazione della strategia, elaborazione del piano operativo e valutazione dei risultati)
- acquisire la metodologia e le tecniche per identificare le variabili fondamentali per segmentare e posizionare un’idea
- definire le strategie e le azioni del “social marketing mix”
- acquisire la conoscenze dei metodi di valutazione di una campagna di marketing sociale
- identificare le fasi e le attività necessarie per creare un piano di comunicazione sociale
- incoraggiare le organizzazioni a sviluppare la loro strategia pubblicitaria, supportandole nella definizione del target di audience

A seguire si riporta una schermata rappresentativa della visualizzazione del WBT di introduzione al Marketing e Comunicazione Sociale:



Cliccando sulla dicitura *Dispense su Marketing e Comunicazione sociale o sull'immagine della Libreria*, l'utente/visitatore avrà la possibilità di scaricare in download le **Dispense** in materia di Marketing e comunicazione sociale:

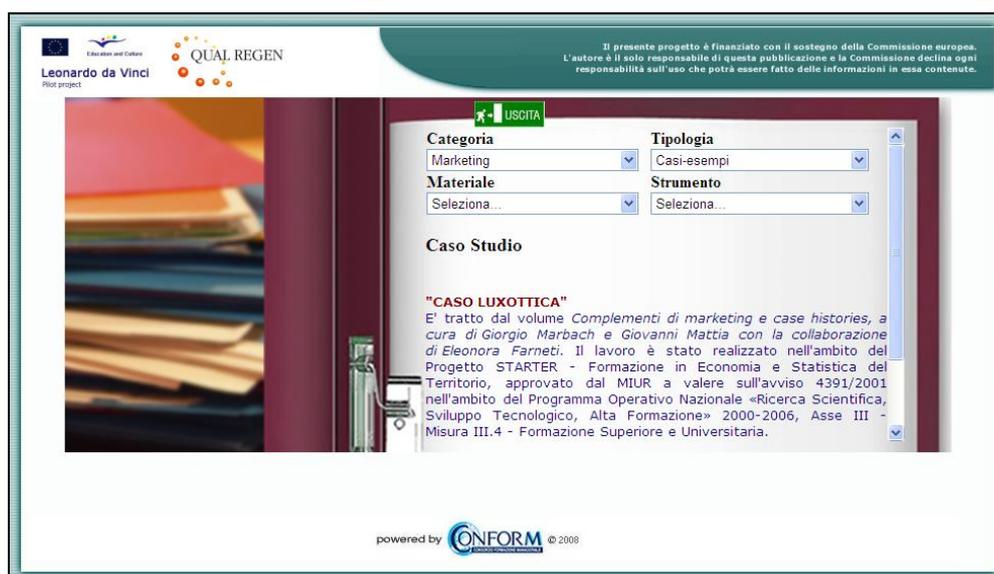


Le dispense scaricabili in download sono:

- **INTRODUZIONE AL MARKETING**  
La funzione di marketing si colloca, all'interno dell'impresa, su due livelli che interagendo tra di loro e con le altre funzioni dell'impresa contribuiscono in modo peculiare al raggiungimento degli obiettivi economici. Nel documento si analizza il ruolo del marketing nel sistema impresa.
- **IL SISTEMA DELLE INFORMAZIONI DI MARKETING**  
Il sistema di informazioni per il marketing consente all'impresa di controllare, in modo più o meno efficace, l'evoluzione del proprio ambiente economico e sociale.
- **BISOGNI, MOTIVAZIONI E ATTEGGIAMENTI**  
Nel documento viene data una definizione dettagliata di bisogno, motivazione e atteggiamenti.

- **ANALISI DEI BISOGNI E SEGMENTAZIONE**  
La prima fase dell'analisi strategica consiste nell'identificare il mercato in cui l'impresa decide di operare e di conseguenza nell'individuazione della strategia adeguata. Questa scelta presuppone la scomposizione del mercato in segmenti dal punto di vista dei bisogni del consumatore.
- **L'ANALISI DELLE FORZE CONCORRENZIALI**  
Un'impresa detiene un vantaggio competitivo sui concorrenti quando ha una redditività più elevata, l'impresa può fornire lo stesso prodotto/servizio della concorrenza ad un prezzo inferiore oppure può scegliere di differenziare il prodotto/servizio.
- **LA SCELTA DELLA STRATEGIA DI MARKETING**  
Ogni impresa deve definire strategie specifiche per ciascuna area strategica d'affari tenendo conto sia del livello di attrattività presentato dal mercato di riferimento sia dei vantaggi che l'impresa detiene in ciascun prodotto/mercato.
- **IL PRODOTTO**  
Nel documento ci sono informazioni sul concetto di innovazione che consiste nella creazione e successiva commercializzazione di un prodotto/servizio o nell'utilizzo di un nuovo processo produttivo per realizzare prodotti nuovi o già esistenti.
- **LE DECISIONI STRATEGICHE DI DISTRIBUZIONE**  
Il sistema distributivo rappresenta un gruppo di soggetti che intervengono nel processo di scambio. Tale processo è di natura concorrenziale.
- **IL PREZZO**  
Il prezzo è uno strumento per stimolare la domanda e allo stesso tempo una variabile determinante per la redditività di lungo periodo. Nel documento sono analizzate le diverse strategie di prezzo.
- **LE DECISIONI STRATEGICHE DI COMUNICAZIONE**  
Per comunicazione di marketing si intende l'insieme dei segnali emessi dall'impresa e diretti verso i soggetti pubblici a cui si rivolge.
- **ELEMENTI DI MARKETING**  
Nella dispensa ci sono informazioni sulla nascita del marketing, sul piano di marketing e sui diversi tipi di marketing.
- **LA COMUNICAZIONE**  
Nella dispensa ci sono informazioni sulla comunicazione, sugli assiomi della comunicazione, sulle differenze tra comunicazione e informazione, ecc.
- **MARKETING**  
All'interno della dispensa ci sono informazioni sul marketing, sul marketing management, sul processo di acquisto e relative fasi, sull'analisi della concorrenza, ecc..
- **PROCESSO DI MARKETING E VENDITA**  
Nella dispensa ci sono informazioni sul processo di marketing.
- **COMUNICAZIONE PUBBLICA**  
Dispensa sulla comunicazione pubblica, resa disponibile on line.
- **COMUNICAZIONE AZIENDALE E WEB MARKETING**  
Dispensa sulle nuove tecnologie e sulla comunicazione d'impresa.
- **ORIENTAMENTO AL MARKETING SOCIALE**  
La dispensa contiene informazioni inerenti l'evoluzione del concetto di marketing e la definizione di "marketing sociale".

Cliccando sulla dicitura *Approfondimento o sull'immagine dei faldoni colorati*, l'utente/visitatore avrà la possibilità di scaricare in download gli **Approfondimenti** in materia di Marketing e comunicazione sociale:



Gli approfondimenti scaricabili in download sono i seguenti:

- **Siti Istituzionali**

- **"Commissione Europea - DG per le Imprese"**  
Sito ufficiale della Commissione Europea sui programmi a favore delle imprese.
- **"Commissione Europea - DG del Commercio"**  
Informazioni utili sulla politica commerciale dell'Unione Europea (solo in lingua inglese o francese)
- **"Commissione Europea - DG dello Sviluppo"**  
Sito fornisce informazioni utili sulle politiche comunitarie in materia di sviluppo e sulle proposte di iniziative per promuovere il coordinamento delle politiche della Comunità con quelle degli Stati membri (solo in lingua inglese o francese)
- **Commissione Europea - DG del Mercato interno**  
Il Sito fornisce informazioni utili sul funzionamento del mercato interno, che è una delle principali priorità dell'Unione Europea. La DG ha come missione quella di garantire - nell'interesse dei cittadini e delle imprese dell'Unione Europea - l'integrazione del mercato europeo e di rimuove gli ostacoli al libero scambio di beni, servizi e capitali.
- **"Commissione Europea - DG della Concorrenza"**  
Il Sito fornisce informazioni utili sulla politica della concorrenza nell'Unione Europea (solo in lingua inglese o francese)
- **"Commissione Europea - DG Occupazione e Affari Sociali"**  
Il Sito fornisce informazioni sulle politiche per la promozione del Lavoro e dell'Occupazione della Commissione Europea
- **"Fondo Sociale Europeo"**  
Il Sito fornisce informazioni inerenti le finalità, la programmazione e i fondi disponibili del Fondo Sociale Europeo, uno dei Fondi Strutturali dell'Unione Europea che ha come fine quello di ridurre le differenze negli standard di vita ed aiutare le aree dell'Europa che per una o più ragioni sono caratterizzate da difficoltà sociali.
- **"Fondazione Europea per il miglioramento delle condizioni del lavoro"**  
Il Sito fornisce informazioni sui temi del lavoro, delle pari opportunità, della salute, della prevenzione sul lavoro e delle relazioni industriali elaborate dalla Fondazione a favore di attori chiave nel campo della politica sociale dell'Unione Europea.
- **"Banca Europea per gli Investimenti"**  
La Banca europea per gli investimenti (BEI) è stata istituita nel 1958 dal trattato di Roma. La sua funzione è concedere prestiti destinati al finanziamento di progetti d'interesse europeo,

quali raccordi ferroviari e stradali, aeroporti o programmi ambientali, con particolare attenzione alle regioni economicamente svantaggiate, ai paesi candidati e ai paesi in via di sviluppo.

- **"Comitato economico e sociale europeo"**  
Istituito dal trattato di Roma nel 1957, il Comitato economico e sociale europeo (CESE) è un organo consultivo incaricato di rappresentare datori di lavoro, sindacati, agricoltori, consumatori e altri gruppi d'interesse che costituiscono collettivamente la "società civile organizzata". Il suo ruolo è quindi esporre i pareri e difendere gli interessi delle varie categorie socioeconomiche nel dibattito politico con la Commissione, il Consiglio e il Parlamento europeo.
- **"Banca Centrale Europea"**  
La Banca Centrale Europea è la banca centrale responsabile della moneta unica europea, l'euro. Il suo compito principale consiste nel preservarne il potere d'acquisto, mantenendo così la stabilità dei prezzi nell'area dell'euro.
- **"Associazione Europea delle Camere di Commercio ed Industria"**  
Sito Ufficiale dell'Association of European Chambers of Commerce and Industry che rappresenta 45 associazioni nazionali di Camere di Commercio ed Industria and 1 Organizzazione Camerale Transnazionale, formando così un network europeo di 2.000 Camere regionali e locali con oltre 18 milioni di imprese europee iscritte quelle associate.
- **"Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale"**  
Le linee di intervento dell'attività ministeriale si riferiscono all'indirizzo, programmazione, sviluppo, coordinamento e valutazione delle politiche del lavoro e dell'occupazione; all'informazione e comunicazione istituzionale; alle politiche della formazione professionale; alla vigilanza amministrativa e tecnico-finanziaria sugli enti di previdenza e di assistenza obbligatoria e sulle organizzazioni non lucrative di utilità sociale e sui patronati; alla gestione e sviluppo del sistema informativo del lavoro.
- **"Ministero del Commercio Internazionale"**  
Il Ministero del Commercio Internazionale è un dicastero con istituito il 17 maggio 2006. Questo ministero raggruppa le funzioni dei precedenti ministero del Commercio con l'Estero e del dipartimento delle Politiche Comunitarie.
- **"Ministero dell'Economia e delle Finanze"**  
Il Dipartimento del Tesoro svolge attività di supporto tecnico alle scelte di politica economica e finanziaria del Governo, elabora le strategie macroeconomiche ed i più significativi documenti di programmazione. Il Dipartimento è responsabile di numerosi processi tra cui: analisi dei problemi economici, monetari e finanziari interni ed internazionali, affari economici e finanziari comunitari ed internazionali, elaborazione delle linee di programmazione economica e finanziaria, in funzione anche dei vincoli di convergenza e di stabilità derivanti dall'appartenenza dell'Italia all'Unione Europea, ecc..
- **"Ministero dello Sviluppo Economico"**  
L'attività del ministero in esame si articola in diverse aree tematiche: consumatori, imprese, commercio, energia e risorse, turismo, internazionalizzazione.
- **"Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per le Politiche Comunitarie"**  
Tale ministero esercita le funzioni e le attribuzioni di competenza del Presidente del Consiglio dei Ministri dirette ad assicurare la partecipazione dell'Italia all'Unione Europea ed in particolare quelle relative alle attività inerenti all'attuazione delle politiche comunitarie di carattere generale o per specifici settori, assicurandone coerenza e tempestività, nonché alle attività inerenti alla partecipazione dello Stato italiano alla formazione di atti e normative comunitari; o all'armonizzazione fra legislazione nazionale e normative comunitarie, individuando nella citata legge comunitaria annuale gli strumenti idonei a recepire nell'ordinamento interno gli atti comunitari che implicano i provvedimenti di attuazione ed assicurando l'adempimento degli obblighi comunitari.

- **"Unione Italiana delle Camere di Commercio"**

L'Unioncamere cura e rappresenta gli interessi generali delle Camere di commercio e delle loro forme associative e articolazioni funzionali. Cura i rapporti del sistema con le istituzioni internazionali, nazionali e regionali - anche tramite le Unioni Regionali - e con le categorie, elabora indirizzi comuni, promuove e realizza iniziative coordinate, sostiene l'attività del sistema camerale in tutte le sue articolazioni, anche per favorirne lo sviluppo a rete.
  - **"Portale delle Camere di Commercio Italiane"**

Protagoniste nell'universo delle economie locali, le Camere di Commercio costituiscono un importante punto di riferimento per i settori produttivi, sia nel panorama nazionale che in quello internazionale. Le Camere, che sono definiti enti autonomi di diritto pubblico dalla legge 580/93, sono al centro di una fitta rete di organismi che lavorano con istituzioni, enti e associazioni, garantendo servizi, strategie di sviluppo e progetti, per una crescita equilibrata dell'economia.
  - **"Confederazione Generale Italiana del Commercio, del Turismo e dei Servizi"**

CONFCOMMERCIO, Confederazione Generale Italiana del Commercio, del Turismo, dei Servizi, delle Professioni e delle PMI è la più grande rappresentanza d'impresa in Italia, associando oltre 820.000 imprese. Il sistema di rappresentanza di Confcommercio si articola sia a livello territoriale, con organizzazioni provinciali e con unioni regionali, che categoriale, con organizzazioni nazionali di categoria.
  - **"European Community Business and Innovation Centre (EC BIC)"**

Nel dicembre 1994, la Commissione europea ha approvato il documento unico di programmazione (DOCUP) 94-96 per le zone ammissibili all'Obiettivo 2 nell' Emilia Romagna. In questo documento si precisano le modalità di utilizzazione della sovvenzione di 12 milioni di ECU dei Fondi strutturali. Con questo contributo, l'Unione europea sostiene la riconversione economica e sociale di queste zone industriali in declino.
  - **"Marketpress"**

MARKETPRESS è un quotidiano on line di moderna concezione e come tale si rivolge a quella nuova fascia di lettori sparsi in tutto il mondo che viaggiano in internet. MARKETPRESS fornisce quotidianamente ai suoi lettori un notiziario con molte informazioni sulla net economy dove gli eventi più importanti della giornata, sono trattati in modo dettagliato.
- **Caso Studio**
- **"CASO LUXOTTICA"**

E' tratto dal volume Complementi di marketing e case histories, a cura di Giorgio Marbach e Giovanni Mattia con la collaborazione di Eleonora Farneti. Il lavoro è stato realizzato nell'ambito del Progetto STARTER - Formazione in Economia e Statistica del Territorio, approvato dal MIUR a valere sull'avviso 4391/2001 nell'ambito del Programma Operativo Nazionale «Ricerca Scientifica, Sviluppo Tecnologico, Alta Formazione» 2000-2006, Asse III - Misura III.4 - Formazione Superiore e Universitaria.
  - **"CASO INVERNIZZI"**

E' tratto dal volume Complementi di marketing e case histories, a cura di Giorgio Marbach e Giovanni Mattia con la collaborazione di Eleonora Farneti. Il lavoro è stato realizzato nell'ambito del Progetto STARTER - Formazione in Economia e Statistica del Territorio, approvato dal MIUR a valere sull'avviso 4391/2001 nell'ambito del Programma Operativo Nazionale «Ricerca Scientifica, Sviluppo Tecnologico, Alta Formazione» 2000-2006, Asse III - Misura III.4 - Formazione Superiore e Universitaria.
  - **"CASO KAFE"**

E' tratto dal volume Complementi di marketing e case histories, a cura di Giorgio Marbach e Giovanni Mattia con la collaborazione di Eleonora Farneti. Il lavoro è stato realizzato nell'ambito del Progetto STARTER - Formazione in Economia e Statistica del Territorio, approvato dal MIUR a valere sull'avviso 4391/2001 nell'ambito del Programma Operativo

Nazionale «Ricerca Scientifica, Sviluppo Tecnologico, Alta Formazione» 2000-2006, Asse III - Misura III.4 - Formazione Superiore e Universitaria.

▪ **"CASO AQUAVIVA"**

E' tratto dal volume Complementi di marketing e case histories, a cura di Giorgio Marbach e Giovanni Mattia con la collaborazione di Eleonora Farneti. Il lavoro è stato realizzato nell'ambito del Progetto STARTER - Formazione in Economia e Statistica del Territorio, approvato dal MIUR a valere sull'avviso 4391/2001 nell'ambito del Programma Operativo Nazionale «Ricerca Scientifica, Sviluppo Tecnologico, Alta Formazione» 2000-2006, Asse III - Misura III.4 - Formazione Superiore e Universitaria.

▪ **"CASO COFFE"**

E' tratto dal volume Complementi di marketing e case histories, a cura di Giorgio Marbach e Giovanni Mattia con la collaborazione di Eleonora Farneti. Il lavoro è stato realizzato nell'ambito del Progetto STARTER - Formazione in Economia e Statistica del Territorio, approvato dal MIUR a valere sull'avviso 4391/2001 nell'ambito del Programma Operativo Nazionale «Ricerca Scientifica, Sviluppo Tecnologico, Alta Formazione» 2000-2006, Asse III - Misura III.4 - Formazione Superiore e Universitaria.

▪ **"CASO ETHIC-AGRO"**

E' tratto dal volume Complementi di marketing e case histories, a cura di Giorgio Marbach e Giovanni Mattia con la collaborazione di Eleonora Farneti. Il lavoro è stato realizzato nell'ambito del Progetto STARTER - Formazione in Economia e Statistica del Territorio, approvato dal MIUR a valere sull'avviso 4391/2001 nell'ambito del Programma Operativo Nazionale «Ricerca Scientifica, Sviluppo Tecnologico, Alta Formazione» 2000-2006, Asse III - Misura III.4 - Formazione Superiore e Universitaria.

- **Dispense**

▪ **"ANALISI DEL MERCATO"**

Il primo passo che il management deve compiere nel processo di gestione strategica è l'individuazione del business in cui l'impresa intende operare e che è funzione della possibilità di attuare una strategia competitiva vincente. Nel documento viene data una definizione di area strategica d'affari e sono descritti diversi modelli di analisi del mercato.

▪ **"MARKETING STRATEGICO"**

Il marketing è una funzione primaria di gestione aziendale che comprende numerose attività riconducibili a selezione del target, progettazione di beni, servizi e idee in linea con il proprio target, definizione del prezzo, comunicazione con il target prescelto, ecc.. Nel documento sono descritte le strategie che l'impresa può adottare nei confronti del mercato.

▪ **"STRATEGIA AZIENDALE"**

L'orientamento strategico di fondo delle imprese si basa su una nozione allargata di strategia che definisce l'identità dell'impresa, evidenziando che cosa essa fa , perché essa lo fa , come lo fa. L'OSF si configura come la parte invisibile ed intangibile della strategia che affonda le sue radici nel sistema di valori e nella cultura aziendale ed è nel contempo la base della visione futura dell'impresa ed il risultato di continui processi di apprendimento.

▪ **"MARKETING OPERATIVO E POLITICA DI PRODOTTO"**

All'interno del documento ci sono informazioni relative al marketing operativo cioè a quel complesso di decisioni tattiche di marketing, relative alla gestione delle singole variabili del marketing mix, sottese ad un dato orientamento strategico e finalizzate all'ottimizzazione delle risorse allocate per questa specifica funzione.

▪ **"POLITICA DISTRIBUTIVA"**

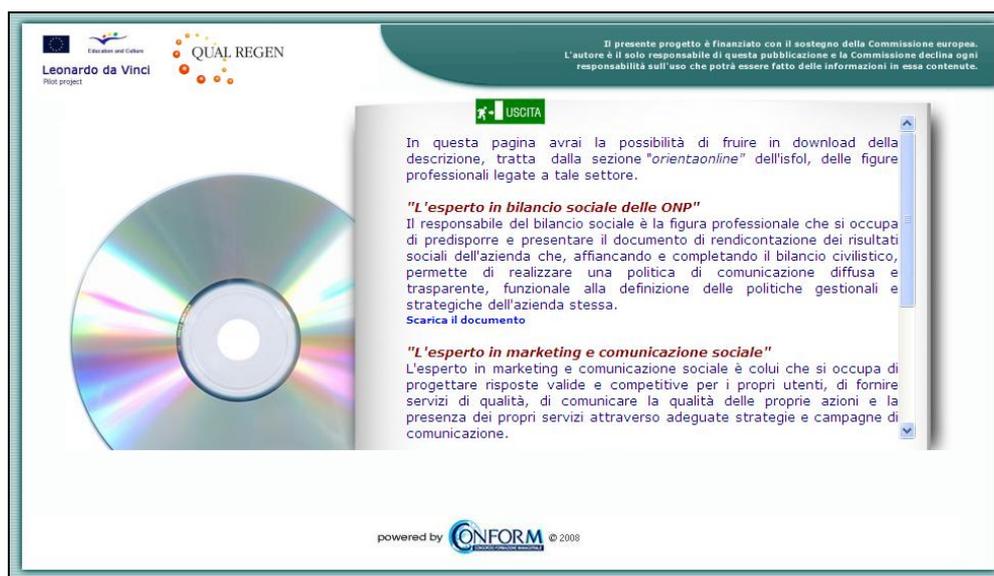
All'interno del documento ci sono informazioni relative alla politica distributiva che comprende l'insieme delle attività poste in essere dall'azienda per trasferire i beni dai luoghi di produzione ai luoghi di consumo, ponendoli a disposizione degli acquirenti secondo le modalità di assortimento, di pagamento e di consegna ad essi gradite.

- **"CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT"**  
Il Customer Relationship Management (CRM) è uno dei processi aziendali chiave finalizzato alla creazione, gestione e preservazione nel tempo di relazioni e legami con i clienti finali e gli operatori di canale.
- **"CUSTOMER SATISFACTION"**  
Documento utile per rilevare il livello di soddisfazione dei clienti.
- **"E-MAIL MARKETING"**  
La posta elettronica permette di raggiungere un target ampio in tempi brevissimi, con un feedback immediato.
- **"IL MODELLO DELLE 3C"**  
Il modello delle 3C di Kenichi Ohmae, un famoso guru giapponese di strategia, sottolinea che uno stratega dovrebbe puntare su tre fattori per avere successo. Nel documento vengono evidenziati.
- **"LA COMUNICAZIONE"**  
La comunicazione è una delle politiche del marketing mix e può essere definita come "il complesso di azioni poste in essere dall'impresa per indurre, preservare o modificare i modelli di comportamento degli operatori di mercato allo scopo di ritrarre un vantaggio competitivo.
- **"IL MARKETING ED I PRODOTTI TIPICI E TRADIZIONALI"**  
La crescente domanda di prodotti differenziati, ed il conseguente aumento dell'asimmetria informativa, sono aspetti del comportamento del consumatore e della sua interazione con gli altri soggetti coinvolti nel mercato che hanno reso evidente la necessità e l'importanza di azioni per la valorizzazione e la promozione dei prodotti agro-alimentari tipici.
- **"STRATEGIA DI INTERNAZIONALIZZAZIONE"**  
La strategia di espansione internazionale rientra nelle strategie corporate di sviluppo dimensionale e può essere definita come il comportamento imprenditoriale diretto ad assicurarsi in maniera sistematica nuovi sbocchi all'estero per le produzioni poste in essere in patria o direttamente nei Paesi stranieri.
- **"STRATEGIE PIANO E BUDGET DI MARKETING"**  
Una strategia di marketing è lo studio della migliore scelta possibile per raggiungere, gli obiettivi di marketing. La base di una migliore strategia è principalmente lo studio del mercato, e l'espressione di una strategia sono le scelte del mix di marketing.
- **"ANALISI DELL'AMBIENTE"**  
Nell'approfondimento vengono specificate le caratteristiche dell'ambiente organizzativo, del micro-ambiente e del macroambiente.
- **I SOGGETTI DEL MARKETING**  
L'approfondimento chiarisce quali sono le varie tipologie di soggetti che agiscono nell'ambito del marketing territoriale.
- **"LA COMUNICAZIONE"**  
Nell'approfondimento vengono affrontate le tematiche del public speaking.
- **"RISPOSTE SUL MARKETING"**  
300 risposte sul marketing.

Cliccando sulla dicitura *Glossario del Marketing o sull'immagine dell'agenda ad anelli*, l'utente/visitatore avrà la possibilità di accedere al **Glossario del Marketing**.



Cliccando sulla dicitura **Figure professionali o sull'immagine dei fogli**, l'utente/visitatore avrà la possibilità di consultare la descrizione delle **Figure professionali** censite dall'ISFOL in materia di Marketing e comunicazione sociale :



Le **Figure professionali** individuate sono:

- L'esperto in bilancio sociale delle ONP
- L'esperto in marketing e comunicazione sociale
- L'esperto in marketing culturale.

Cliccando sulla dicitura **Buone Prassi per lo sviluppo turistico del territorio o sull'immagine del faldone rosa** l'utente/visitatore avrà di visualizzare le schede informative relative alle potenzialità del territorio, esplicitate attraverso la piattaforma di web marketing ed articolate in percorsi virtuali relativi alle seguenti aree tematiche:

- Antichi Mestieri
- Arte e cultura
- Enogastronomia
- Natura.



The screenshot displays the QUAL-REGEN website interface. At the top left, it features the Leonardo da Vinci logo and the text 'Leonardo da Vinci Pilot project'. The main navigation menu on the left includes: 'Percorso Formativo sul Marketing e la Comunicazione Sociale', 'Dispense su Marketing e Comunicazione', 'Approfondimenti', 'Glossario', 'Figure professionali', and 'Buone prassi per lo sviluppo turistico del territorio'. A 'HOME' button is located at the bottom of the menu. The main content area is titled 'Turismo e territorio - Occupazione e creazione di impresa'. It contains the following text: 'Il presente progetto è finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.' Below this, it states: 'Il progetto QUAL-REGEN ha tra i suoi obiettivi l'accrescimento delle capacità di un territorio ad attrarre fondi per investimenti. Di seguito si riportano alcuni delle realizzazioni più significative di pubblicità sociale effettuate dai ministeri e dicasteri che hanno affrontato con successo queste tematiche:'. A bulleted list follows: '- Turismo e territorio;', '- Occupazione e creazione di impresa.'. The interface also includes a 'chiudi [X]' button at the bottom right of the content area and a 'powered by ONFORM © 2008' logo at the bottom center.

Per la descrizione dettagliata degli itinerari virtuali, implementati al fine di scoprire le risorse e le potenzialità del territorio, si rimanda alla sezione **Le Radici**, nell'area "Territorio e opportunità di sviluppo".



