

CONVENZIONE TRA CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA E CONFESERCENTI BOLOGNA PER IL SOSTEGNO AD ATTIVITA' DI ANIMAZIONE E PROMOZIONE COMMERCIALE DEL TERRITORIO BOLOGNESE.

TRA

CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA (C.F. - P. IVA 03428581205) nella persona di Giovanna Trombetti, in qualità di Dirigente dell'Area Sviluppo economico e Sociale, a tale funzione nominata con provvedimento n. _____ del _____, il quale dichiara di agire in questo atto esclusivamente per conto e nell'interesse dell'Amministrazione che rappresenta e presso cui è domiciliato, ai sensi delle vigenti disposizioni normative;

CONFESERCENTI BOLOGNA (C.F. 80063430377) nella persona di Massimo Zucchini in qualità di Presidente e legale rappresentante, il quale dichiara di agire in questo atto esclusivamente per conto e nell'interesse dell'Associazione che rappresenta e presso cui è domiciliato, ai sensi delle vigenti disposizioni normative,

Premesso che:

Alla Città metropolitana di Bologna è attribuita la funzione fondamentale di promozione e coordinamento dello sviluppo economico prevista dall'art. 1, comma 44, della L. 7 Aprile 2014 n. 56: in tale quadro la Città metropolitana agisce - tramite apposito accordo attuativo della Intesa quadro prevista dall'art- 5 della L.R. 13/2015 - per la promozione e il coordinamento dello sviluppo economico attraverso politiche che integrano e combinano le tradizionali funzioni settoriali di sostegno e valorizzazione dell'industria, del commercio, del turismo, in un profilo di area metropolitana a servizio dello sviluppo regionale.

Il settore dei pubblici esercizi, del commercio e dei servizi di vicinato è stato penalizzato più di altri dalla pandemia di Covid 19 e dalla crisi internazionale congiunturale determinata dal contesto inflattivo.

Questi fenomeni impongono la necessità di azioni concrete e coordinate per supportare nell'immediato e rendere maggiormente resiliente la rete dei pubblici esercizi e del piccolo commercio, che costituisce una fonte importante di occupazione, un fattore di vivibilità dei centri urbani, un presidio nei territori a minor densità abitativa.

La Città metropolitana, da tempo, ha indirizzato le sue politiche per il supporto e lo sviluppo del commercio di vicinato e dei pubblici esercizi. Tale orientamento è stato confermato anche negli strumenti recentemente promossi: il Patto metropolitano per il lavoro e lo sviluppo sostenibile e il Piano territoriale metropolitano.

Il Patto metropolitano per il lavoro e lo sviluppo sostenibile, in particolare, si è orientato allo sviluppo di azioni per promuovere la salvaguardia del sistema di imprese e attività commerciali e la loro solida ripresa per assicurare la continuità del lavoro in sicurezza e

l'occupazione regolare, considerandolo uno dei capisaldi per un nuovo sviluppo economico e sociale del territorio. Inoltre, emerge a più riprese nei cluster dei progetti del Patto, il tema del rafforzamento del commercio come componente essenziale per la promozione della rigenerazione urbana, del turismo sostenibile e diffuso, e come fattore chiave per la rivitalizzazione dei borghi storici, con particolare riferimento all'Appennino.

Anche il Piano Territoriale Metropolitano afferma che Città metropolitana promuove una linea di azione di carattere unitario volta alla permanenza e allo sviluppo del commercio di vicinato, fattore chiave per il miglioramento della vivibilità dei luoghi e per la rigenerazione del sistema insediativo. Prescrive inoltre che i PUG assumano tale linea di azione, declinando misure specifiche volte a promuovere lo sviluppo del commercio di vicinato e a rigenerare prioritariamente le aree e gli assi mercatali e commerciali, anche attraverso il coinvolgimento degli operatori economici.

In ragione del contesto rappresentato e nel quadro del Patto metropolitano per il lavoro e lo sviluppo sostenibile, l'Area Sviluppo economico della Città metropolitana di Bologna ha proposto alle Associazioni di Categoria del territorio l'Istituzione di un Tavolo metropolitano per il Commercio e le attività turistiche.

Il Tavolo metropolitano per il commercio e le attività turistiche si propone di essere la sede istituzionale di monitoraggio, analisi, co-progettazione e coordinamento di azioni condivise per il consolidamento e lo sviluppo del commercio, dei pubblici esercizi e dei servizi di vicinato.

Nell'ambito del settore commercio Il Tavolo metropolitano agisce in stretto coordinamento con il Tavolo di Ripresa economica, nell'ambito delle sue nuove attività, definite nel quadro del Patto metropolitano per il lavoro e lo sviluppo sostenibile, di monitoraggio e di sviluppo di azioni per le filiere produttive e di servizi e per le trasformazioni del mercato.

Il Tavolo è chiamato ad operare su tre livelli per:

- Aggregare le istanze dei territori. Il Tavolo è la sede ove raccogliere le istanze provenienti dai diversi attori coinvolti e dai territori per portarle all'attenzione degli organi regionali e nazionali.
- Coordinare le iniziative dei Comuni e delle Unioni del territorio. Per rafforzare l'impatto ed estendere le buone pratiche che Comuni e le Associazioni di Categoria hanno messo in campo in questi mesi, il Tavolo si propone di svolgere un'azione di coordinamento: a livello politico, anche attraverso l'Ufficio di Presidenza della Città metropolitana, e attraverso la rete dei SUAP per la parte tecnica.
- Costruire, a livello metropolitano, azioni mirate per il rafforzamento dell'economia urbana. Il Tavolo potrà istruire misure anche in modo urgente collegate al Patto metropolitano, da definire in condivisione con le Associazioni di categoria, la Camera di Commercio e con i territori.

Tutto ciò premesso

SI CONVIENE E SI STIPULA QUANTO SEGUE:

Articolo 1 - Premessa

Le premesse costituiscono parte integrante e sostanziale della presente convenzione.

Articolo 2 - Finalità

La presente convenzione definisce i rapporti tra la Città metropolitana di Bologna e Confesercenti Bologna allo scopo di valorizzare e promuovere il commercio di prossimità attraverso l'adesione congiunta al programma di cui all'allegato A che fa parte sostanziale ed integrante della presente convenzione

Articolo 3 - Oggetto

La presente Convenzione disciplina i rapporti tra le parti in merito alla gestione coordinata di iniziative inserite nel progetto, in collaborazione con i Comuni del territorio metropolitano.

Articolo 4 - Impegni delle parti

La Città metropolitana si impegna a:

- mettere a disposizione l'attività, le conoscenze e le competenze proprie e della rete degli stakeholder pubblici e privati ai fini della attuazione di quanto previsto al precedente art. 3;
- svolgere un ruolo di supporto per l'associazione capofila nella realizzazione delle azioni, promuovendone l'adesione sul territorio anche tramite i propri canali informativi;

L'Associazione Confesercenti Bologna si impegna a:

- svolgere le funzioni di capofila e referente operativo delle azioni definite nell'allegato A monitorando costantemente l'andamento complessivo ed il relativo stato di avanzamento delle iniziative A tal fine Confesercenti opererà, per la gestione contabile delle azioni previste e per la loro fatturazione, attraverso la propria società di scopo CE.S.CONF 2 S.r.l. che svolge anche il ruolo di CAT con iscrizione all'Albo Regionale;
- svolgere un ruolo che assicuri la gestione coordinata del progetto in collaborazione con la Città metropolitana;
- provvedere alla messa a disposizione delle risorse necessarie per l'attuazione degli obiettivi previsti al precedente art. 3, assicurando il sostegno economico necessario alla organizzazione del progetto;
- provvedere a predisporre il rendiconto inerente all'utilizzo delle risorse impiegate da entrambi gli enti per la realizzazione delle attività di cui all'allegato A entro il 30 novembre 2024 secondo le modalità di cui al successivo art. 6;

Entrambe le parti si impegnano a valorizzare il programma di animazione di cui al citato allegato nell'ambito delle proprie attività pianificate, attraverso la partecipazione a fiere ed altre occasioni di promozione e visibilità assicurando l'informazione e valorizzazione del programma nei propri punti di informazione, siti web, canali social, pubblicazioni, eventi ed altre iniziative.

Articolo 5 - Quadro economico delle risorse

Relativamente agli interventi previsti nell'art. 3 della presente Convenzione, l'impegno economico di ciascuna delle parti in relazione alla collaborazione in oggetto è quello di seguito definito:

- Associazione Confesercenti Bologna: € 10.000,00. L'Associazione opererà attraverso il proprio CAT CE.S.CONF.2 S.r.l. – (Centro di assistenza tecnica alle imprese commerciali), quale soggetto previsto dalla legge regionale 5 luglio 1999, n. 14 per la gestione delle iniziative di promozione e valorizzazione delle imprese commerciali;
- Città metropolitana di Bologna: € 10.000,00

La Città metropolitana trasferisce le risorse - nel limite massimo di cui sopra – ad Associazione Confesercenti Bologna quale capofila di progetto, a titolo di trasferimento a copertura parziale dei costi sostenuti per lo svolgimento delle attività previste

Articolo 6 - Modalità di rendicontazione

Ai fini dell'erogazione del trasferimento da parte della Città metropolitana ad Associazione Confesercenti Bologna, dovrà essere inviata alla Città metropolitana una richiesta di liquidazione entro il 30 novembre 2024, allegando:

- una relazione tecnica illustrativa delle attività previste in calendario e realizzate conformemente concordati;
- un rendiconto analitico delle spese (organizzative e promozionali) sostenute per il programma di animazione;
- copia della lettera di incarico dato da Confesercenti a CE.S.CONF. 2 S.r.l. per la gestione contabile delle azioni previste dal progetto;
- copia della documentazione contabile di pagamento dell'importo a carico di Confesercenti in favore di CE.S.CONF. 2 S.r.l. in relazione alla lettera di incarico di cui al precedente paragrafo, per la gestione contabile delle azioni previste dal progetto;
- copia della documentazione amministrativa e contabile relativa alle voci di spesa sostenute dalla CE.S.CONF. 2 S.r.l., sulla base della lettera di incarico da parte di Confesercenti indicate nel rendiconto con allegata documentazione attestante l'effettivo pagamento dei costi complessivi sostenuti (copia semplice fatture, ricevute di pagamento) per la realizzazione delle azioni previste dal programma.

Non sono riconoscibili i costi per IVA deducibile. Non potranno essere riconosciuti importi superiori alla dotazione assegnata. In caso di rendicontazione delle risorse per un importo inferiore alla dotazione complessiva messa a disposizione da entrambi gli Enti, la quota della Città metropolitana verrà proporzionalmente riparametrata.

Articolo 7 - Durata della convenzione

La presente convenzione ha validità dalla data della sua sottoscrizione con scadenza al 30 novembre 2024 per la presentazione della richiesta di erogazione e scadenza delle procedure di rendicontazione e liquidazione al 31 marzo 2025, salvo proroga adottata con atti formali da parte dei competenti organi di ciascun Ente.

Articolo 8 - Dicitura

Associazione Confesercenti Bologna si impegna ad utilizzare la dicitura “in collaborazione con la Città metropolitana di Bologna”, includendolo nel materiale informativo realizzato nell’ambito delle attività di cui all’art. 3 della presente convenzione, secondo le modalità specificamente indicate dalla Città metropolitana.

Articolo 9 - Trattamento dei dati

Le parti si impegnano, per quanto di rispettiva competenza, al rispetto della vigente disciplina normativa in materia di trattamento dei dati personali (GDPR - Regolamento generale per la protezione dei dati personali n. 2016/679), con riferimento a quei dati personali di cui in qualsiasi modo dovessero venire in possesso nell’attuazione delle azioni della convenzione.

Articolo 10 - Giurisdizione e normativa applicabile

Le controversie relative alla presente convenzione sono di competenza del Giudice Amministrativo in giurisdizione esclusiva ai sensi dell’Articolo 133 del D.lgs. 104/2010 – Codice di giustizia amministrativa.

Per tutto quanto non previsto, le parti fanno espresso rinvio alla Legge 56/2014 e al D.lgs. 267/2000 - T.U.E.L., in quanto compatibile.

Letta, approvata e sottoscritta digitalmente dalle parti.

PROGETTO VALORIZZAZIONE COMMERCIALE E TURISTICA AREA METROPOLITANA BOLOGNA

Il Progetto prevede **DUE specifiche azioni, da realizzarsi nel periodo autunno/inverno 2024, che hanno i seguenti obiettivi:**

1. Promuovere le eccellenze turistiche della città di Bologna e dell'area Imolese (con specifico riferimento al Borgo di Dozza) attraverso il coinvolgimento di influencer- blogger specialisti nei vari settori del turismo
2. Sostenere l'attività commerciale dell'offerta del settore dell'abbigliamento organizzando tre mercati straordinari dedicati prioritariamente a questa offerta nella città di Bologna e nei comuni dell'area metropolitana.

AZIONE 1- BLOGINBO

Questa azione, che sarà condivisa nelle sue linee generali con il Territorio Turistico Bologna-Modena, vuole dare continuità all'esperienza, avviata il passato anno, di valorizzazione e promozione delle imprese e del territorio metropolitano di Bologna attraverso il coinvolgimento di **influencer- blogger specialisti nei vari settori del turismo.**

La scelta è dettata anche dalle seguenti considerazioni:

- 1. Gli influencer facilitano l'accesso a nuovi potenziali turisti** I follower di un influencer sono in principio affini alla sua tematica e non necessariamente hanno già preso in considerazione la destinazione o la proposta;
- 2. Gli influencer possono essere un canale per ottenere nuovi follower** Più specialista e tematico è l'influencer, maggiore è la probabilità che i suoi follower siano attratti ed interessati a ricevere periodicamente informazioni e proposte tramite social o newsletter. Questo è un modo per la destinazione di incrementare la base di contatti;
- 3. Gli influencer possono incrementare la credibilità della destinazione o del prodotto** Partendo dalla base dell'affinità, se l'influencer parla e posta su una destinazione o prodotto, sarà interpretato dai suoi follower come affidabile e credibile;
- 4. Gli influencer creano dei contenuti per noi**

Per l'esperienza di quest'anno si intende privilegiare blogger italiani la cui attività sui social sia interessante per la promozione del turismo del nostro territorio e delle nostre imprese, avvalendoci, per la loro individuazione, della collaborazione della società **Iniziative Turistiche**

I blogger ospitati avranno il seguente obbligo contrattuale:

- Creare e promuovere contenuti testuali e fotografici sui propri blog e siti di viaggio e canali social network (tramite l'utilizzo di hashtag dedicati e con link diretti ai partner del progetto), al fine di promuovere la città metropolitana di

Bologna e la sua offerta turistica culturale, enogastronomica ed outdoor sui principali mercati europei.

- Garantire la propria presenza nella città metropolitana di Bologna con l'obiettivo di creare contenuti (in diretta e a seguito dell'esperienza) sui propri canali social e blog relativi alle tematiche culturali, enogastronomiche ed outdoor
- Garantire l'impegno per Output Blog con le seguenti caratteristiche:
- condivisione quotidiana durante il viaggio e di contenuti sui canali social media (Instagram, Facebook, Twitter) con hashtag (#BlogInBo) e menzioni agli account della destinazione/partner, per blogger;
- scrittura di 1 articolo di min. 1.500 parole con foto riguardo all'Edit

2° AZIONE: I MERCATI STRAORDINARI

L'obiettivo del progetto è nella realizzazione, a Bologna e nell'area metropolitana, di 2/3 mercati di qualità.

Questi mercati straordinari potranno prevedere la partecipazione di

- un numero consistente di banchi dell'abbigliamento selezionati nei diversi mercati
- di alcuni banchi alimentari di somministrazione alimenti e bevande, prodotti tipici, sentita la disponibilità a partecipare degli operatori
- eventuale presenza di produttori agricoli del territorio.

Si ipotizza di individuare, **nel periodo autunno 2024** per questi mercati le seguenti aree

- Comune di Bologna
- Comune di Crevalcore
- Comune di Casalecchio di Reno

CAMPAGNA PUBBLICITARIA E DI STAMPA

Per tutte le azioni sarà cura dell'ufficio stampa la realizzazione di un progetto di comunicazione delle iniziative utilizzando i canali della carta stampata e del web promozione delle singole iniziative