

**Oggetto: SERVIZIO TUTELA DEL MERCATO. PROPOSTE FORMATIVE 2015**

Il Segretario Generale riferisce che il 12 gennaio si è conclusa la raccolta delle manifestazioni d'interesse per le proposte formative 2015 elaborate dal Servizio "Tutela del Mercato". All'appello hanno risposto oltre 70 persone, che hanno espresso on line il proprio giudizio assegnando un voto da 1 (minimo) a 5 (massimo). Dall'indagine è emerso che ben 5 delle 6 proposte hanno ottenuto punteggi medi ampiamente superiori a 3,5, di cui 4 superiori a 4,1.

Sulla base dei riscontri acquisiti, il Servizio "Tutela del Mercato" ha predisposto la seguente proposta formativa, tenuto conto anche dei costi previsti e della necessità di perseguire la copertura totale degli oneri a carico dell'Ente:

TITOLO	PERIODO	DURATA	N. MASSIMO PARTECIPANTI	SPESA PREVISTA (Iva inclusa)	QUOTA PROPOSTA (Iva inclusa)
Comunicazione low budget: i dieci errori che tutti fanno e che è facile evitare	Marzo	Intera giornata	20/25	€ 1.300	€ 70
Trappole mentali: la gestione del benessere di se stessi e dei propri clienti	Aprile	Intera giornata	40/45	€ 2.300	€ 60
Digital PR e Gestione della Web reputation	Maggio	1/2 giornata	Non previsto	€ 700	€ 40 (o gratis)
Personal Branding	Luglio	1/2 giornata	Non previsto	€ 700	€ 40 (o gratis)
La comunicazione "social": dal passaparola tra community al mobile marketing	Ottobre - Novembre	Intera giornata	40/45	€ 3.000	€ 80

Il Segretario Generale sottolinea altresì l'opportunità di favorire la partecipazione da parte delle aziende interessate prevedendo uno sconto nel caso di iscrizioni multiple.

Per quanto concerne la copertura delle spese, propone l'avvio di una procedura per la verifica di eventuali disponibilità a sponsorizzare l'intero percorso formativo, o parte di esso, anche al fine esentare dal pagamento i partecipanti agli eventi "Digital PR e Gestione della Web reputation" e "Personal branding", in considerazione della loro natura prettamente seminariale.

Segue uno scambio di opinioni tra i presenti, al termine del quale

**LA GIUNTA**

UDITO il relatore;

PRESO ATTO degli esiti della raccolta di manifestazioni d'interesse;

VALUTATE con attenzione le modalità organizzative delle proposte che hanno raccolto maggior apprezzamento da parte degli utenti;

CONSIDERATO che le quote proposte possono garantire, in caso di successo delle singole iniziative, la totale copertura delle spese sostenute dall'Ente, senza peraltro risultare eccessivamente onerose per imprese e professionisti interessati;

RITENUTO opportuno agevolare imprese, studi professionali, enti e associazioni che intendano iscrivere più di una persona alle giornate formative sopra elencate;

RITENUTO altresì opportuno avviare una procedura di sponsorizzazione ad hoc nella quale inserire le iniziative più omogenee per contenuti e obiettivi;

CONDIVISA la proposta di esentare dal pagamento della quota i partecipanti agli eventi "Digital PR e Gestione della Web reputation" e "Personal branding" alla luce del loro contenuto prettamente seminariale, a condizione che le somme incassate da uno o più sponsor o l'eventuale saldo attivo delle precedenti giornate formative garantisca la totale copertura dei relativi oneri;

All'unanimità

#### DELIBERA

1. di fissare per le iniziative formative proposte dal Servizio "Tutela del Mercato" le seguenti quote di partecipazione (IVA compresa):
  - a) Comunicazione low budget: i dieci errori che tutti fanno e che è facile evitare: € 70,00;
  - b) Trappole mentali: la gestione del benessere di se stessi e dei propri clienti: € 60,00;
  - c) Digital PR e Gestione della Web reputation: € 40,00;
  - d) Personal Branding: € 40,00;
  - e) La comunicazione "social": dal passaparola tra community al mobile marketing: € 80,00;
2. di ridurre del 20% la quota, a partire dalla seconda iscrizione, nel caso di adesioni multiple da parte del medesimo soggetto, sia che si tratti di un'impresa che di enti, studi professionali o associazioni;
3. di prevedere l'esenzione dal pagamento della quota di partecipazione per gli eventi "Digital PR e Gestione della Web reputation" e "Personal branding" a condizione che le somme incassate da uno o più sponsor garantiscano la totale copertura dei relativi oneri.

IL SEGRETARIO GENERALE

(Catia Baroncelli)



IL PRESIDENTE

(Luca Giusti)

