



# **Città di Imola**

Ufficio Stampa

## **COMUNICATO STAMPA**

**L'Ente di via Mazzini è capofila del progetto "Brand-Ue: acquisire competenze di place branding, attraverso azioni di formazione professionale per aumentare l'attrattività delle Città Europee"**

**L'UNIONE EUROPEA FINANZIA IL PROGETTO "PLACE BRANDING" PRESENTATO DAL COMUNE DI IMOLA**

Soldi dall'Unione europea ad Imola. La proposta progettuale presentata dal Comune di Imola sul Bando Erasmus+ è stata infatti ammessa a finanziamento. Lo ha fatto sapere, pochi giorni fa, l'Agenzia Nazionale Erasmus+ al Servizio sviluppo economico e progetti europei dell'ente di via Mazzini.

Il titolo del progetto, di cui il Comune di Imola sarà capofila, è **"Brand-Ue: acquisire competenze di place branding, attraverso azioni di formazione professionale per aumentare l'attrattività delle Città Europee"** ed è stato finanziato sul programma Erasmus + Azione chiave 2 "partenariati strategici per lo scambio di buone pratiche nel settore della formazione professionale".

Il finanziamento europeo è pari a € **121.324,00**. Imola svilupperà il progetto in partenariato con altre città europee, quali Forlì (Italia), Trollhättan e Orust (Svezia), Ciudad Real (Spagna), Dubrovnik (Croazia) e Rethymno (Grecia).

**Cos'è il "place branding"** - Anche i luoghi e non solo i prodotti possono diventare un marchio, "place branding" appunto: azioni mirate ad aumentare l'attrattività di un luogo, di una città, per attirare non solo turismo ma anche aziende, investimenti.

Per puntare a questo obiettivo è necessario investire sulla formazione e questa è la sfida che vuole raccogliere questo progetto. Il Comune di Imola, in collaborazione con Sern, la rete Sweden and Emilia Romagna Network di cui il Comune è membro, potrà così investire sui propri funzionari attraverso azioni di formazione affinché possano farsi portavoce di nuove strategie e politiche pubbliche per aumentare l'attrattività del territorio, verso gli amministratori locali ma anche gli stakeholders, i portatori di interesse presenti sul territorio: aziende, associazioni di categoria, terzo settore, associazionismo.

Fra le attività del progetto si prevedono 4 incontri di coordinamento a livello europeo nonché 3 corsi di formazione per funzionari pubblici per la definizione e condivisione di una strategia comune su come creare un "place brand" per attrarre più investimenti e turismo.

Il valore aggiunto del progetto sarà pertanto lo scambio di esperienze e di buone prassi fra le città partner del progetto: apprendere dalle esperienze di altre realtà europee, per sviluppare competenze di "place branding" e incrementare la collaborazione fra le Municipalità e gli attori locali allo scopo di sviluppare strategie comuni e creare condizioni più favorevoli di sviluppo locale.

Il primo incontro transnazionale per la partenza ufficiale del progetto, con la presenza di tutti i partner del progetto, si terrà a Imola indicativamente verso fine ottobre inizio novembre.

Imola, 24 agosto 2018

CAPO UFFICIO STAMPA