

Programma n. 130 - COMMERCIO E ARTIGIANATO

Responsabile: **Ass. Ennio Cottafavi**

1 - Sintesi dei principali risultati conseguiti nella realizzazione del programma

In forza della Legge Bersani di riforma del Commercio e della conseguente Legge Regionale 14/99 “Norme per la disciplina del commercio in sede fissa”, i Comuni assumono un ruolo propulsore e centrale nella valorizzazione commerciale e di aree urbane. Infatti, spetta ai Comuni l’iniziativa di elaborare progetti di valorizzazione commerciale e di aree particolarmente deboli, in stretto rapporto con i soggetti pubblici e privati interessati. Il ruolo del Comune si configura pertanto sempre più come promotore e coordinatore di interventi di valorizzazione commerciale, e sempre meno, anche in seguito alle leggi di semplificazione introdotte sulla base della Bassanini, come ente meramente autorizzatorio.

Di seguito elenchiamo i principali obiettivi che ci siamo dati per il 2001 e le relative azioni con i risultati conseguiti.

A. Qualificare il commercio in centro storico, sostenendo il passaggio dall’associazionismo di via ad un sistema coordinato di promozione commerciale del centro storico

A1. Costituzione di una società per la promozione e il marketing del centro storico

La realizzazione di una struttura manageriale, specializzata e dotata di capitale autonomo, che si occupi a tempo pieno della promozione e del marketing del Centro Storico, rappresenta un salto di qualità imprescindibile rispetto a quanto realizzato finora dall’associazionismo spontaneo e volontaristico, in quanto costituisce un sistema coordinato e manageriale di valorizzazione del Centro Storico.

Risultati:

E’ stato promosso un nuovo strumento manageriale, specializzato, dotato di capitali adeguati e in grado di fornire una visione strategica e unitaria delle attività realizzate nel centro storico, per elevare la qualità del marketing, valorizzando l’esperienza dell’associazionismo di via ma superandone i limiti organizzativi e di gestione.

- Sono stati realizzati numerosi momenti di confronto con le Associazioni di categoria del commercio e dell’artigianato e le Associazioni di via già operanti per la promozione del centro storico. Attraverso questo percorso è stato possibile progettare in modo condiviso uno strumento adeguato di marketing in cui i protagonisti siano gli operatori economici che operano nel centro storico.

- Sono stati individuati tutti i soggetti economici e istituzionali da coinvolgere, i potenziali partner e sponsor; con gli uni e gli altri è stato avviato un percorso di condivisione.

- Sono stati coinvolti, mediante incontri pubblici, oltre un centinaio di imprenditori commerciali e artigianali del centro storico appartenenti alla distribuzione tradizionale, così come esponenti delle catene in franchising e di altri canali distributivi

- Sono stati approfonditi con esperti gli aspetti tecnico giuridici relativi alla struttura societaria più idonea; è stato inoltre predisposto e condiviso con i potenziali soci lo schema di Statuto.

- Dopo aver esaminato diverse forme societarie, valutandone l’adeguatezza rispetto al progetto, è stato deciso concordemente che lo strumento societario più efficace - in relazione all’obiettivo di promozione del centro storico e alle esigenze espresse dagli operatori - è quello di una società cooperativa a responsabilità limitata in funzione consortile.

- E’ stata realizzata una intensa campagna informativa e realizzato materiale illustrativo per diffondere l’iniziativa agli oltre mille operatori economici del centro storico.

- Sulla base del calendario degli eventi 2002, programmato dall’Amministrazione comunale, sono state proposte alcune iniziative - più specificatamente rivolte alla promozione del commercio del centro storico- che la futura Società potrà organizzare.

- E’ iniziata la raccolta delle pre-adesioni e il percorso di consultazioni per la nomina degli organi societari.

A2. Progetto di valorizzazione commerciale dell’area della Pomposa

Ci si propone di connotare positivamente la zona della Pomposa, all’interno del centro storico, principalmente come area giovane, dinamica e viva e più in generale come zona in grado di attrarre nuova frequentazione e passaggio.

Infatti i numerosi e qualificati interventi di recupero strutturale realizzati negli anni ’90 nell’area della Pomposa non sono stati sufficienti a garantire una definitiva riqualificazione della zona.

La ristrutturazione delle vie e delle piazze, se non è affiancata da un recupero dell’anima economica non basta a rivitalizzarle: sono infatti le attività umane del commercio e dell’artigianato, le vetrine illuminate, i bar e i ristoranti aperti che creano passaggio e frequentazione.

Risultati:

Si è dato avvio alla prima fase del progetto pluriennale di valorizzazione dell'area della Pomposa, consistente nell'insediamento di nuove attività commerciali, artigianali e di pubblici esercizi nei locali inutilizzati situati in tale area.

- E' stata realizzata una nuova mappatura dei locali vuoti di maggiore dimensione e verificati i requisiti igienico edilizi necessari per l'attività di pubblico esercizio.
- Attraverso un approfondito confronto con le Associazioni di categoria è stato possibile pervenire ad un accordo con la Commissione Pubblici Esercizi e superare il contingentamento del numero di pubblici esercizi nel centro storico. Ciò ha reso possibile l'insediamento di dieci nuovi pubblici esercizi (bar/ristoranti) nell'area della Pomposa.
- Sono state messe a punto con le Associazioni di categoria, le modalità di incentivazione e sostegno per le attività di pubblico esercizio dell'area e più in generale del centro storico, riservati agli esercenti disposti a contribuire alle iniziative di valorizzazione.
- Tramite la collaborazione con la Facoltà di Economia Aziendale dell'Università di Modena e Reggio, è stata realizzata una apposita indagine che ha permesso di individuare puntualmente la domanda aggiuntiva e le tipologie di pubblico esercizio richieste dai giovani rispetto all'offerta attualmente presente in centro storico.
- E' stata curata la redazione del Progetto Pomposa che contiene la descrizione analitica, dettagliata per fasi e programmi di intervento. Il Progetto è stato presentato in Provincia per il finanziamento Regionale.
- Al fine di promuovere i nuovi insediamenti, sono stati predisposti due bandi pubblici per assegnare contributi ai migliori progetti di attività commerciali, artigianali e nuove licenze di pubblico esercizio.
- Contemporaneamente alla pubblicazione dei bandi è stata avviata una intensa campagna stampa di promozione del Progetto sia diffusa a tutta la cittadinanza, sia mirata ai potenziali imprenditori economici.
- Alla promozione tradizionale è stata affiancata una innovativa performance teatrale itinerante, realizzata nell'area, quale originale ulteriore canale promozionale.
- A seguito delle numerose manifestazioni di interesse pervenute è stata avviata una puntuale ricerca sulla proprietà dei locali. I proprietari dei tanti locali sfitti sono stati contattati direttamente e coinvolti nel Progetto di valorizzazione.
- E' stato predisposto un servizio di accoglienza, informazione e orientamento per le persone interessate a partecipare ai bandi.

B. Valorizzare le piccole e medie imprese commerciali nel territorio comunale: interventi per il rilancio dei centri di vicinato e degli assi commerciali pregiati

B1. Centri di vicinato: creazione di eventi ed iniziative promozionali, interventi strutturali sugli arredi e per il miglioramento della viabilità

Considerando la città come sistema integrato e capace di attrazione nel suo insieme, è necessario operare contemporaneamente sul miglioramento del centro storico e delle altre aree commerciali, in un'ottica che mira a superare la dicotomia tra centro e periferia.

Risultati:

L'Associazione "Imprese Centri di Vicinato" è stata riconosciuta quale interlocutore privilegiato per l'elaborazione di iniziative comuni di valorizzazione e visibilità dei centri di Vicinato. E' stato stanziato un fondo in suo favore per la progettazione annuale, comune e coordinata dei eventi da realizzare dotandosi di appropriati strumenti di consulenza e di marketing.

E' stato realizzato il Progetto "Operazione Scuola Amica" che ha consentito di rifornire di materiale didattico numerose scuole modenesi, consolidando il legame tra centri di vicinato e territorio circostante.

Sono state realizzate numerose iniziative e momenti di animazione, quali la Festa di primavera, la Festa delle castagne e di Natale, tese a promuovere i centri e a favorire l'aggregazione sociale.

E' stato prodotto numeroso materiale informativo (manifesti, volantini comunicati stampa su giornali locali e comunicati radio) per informare la cittadinanza delle iniziative e promuovere il servizio di vicinato.

Sono stati realizzati interventi di miglioramento dell'accesso e della viabilità nel centro di vicinato ZETA.

E' stata realizzata la progettazione di un passaggio coperto di collegamento fra le attività economiche nel centro di vicinato COGNENTO.

C. Integrare maggiormente le politiche commerciali nelle politiche complessive della città e riqualificare i mercati

La progettazione coordinata e intersettoriale degli interventi dell'Ente per la valorizzazione delle strutture commerciali prevede tra l'altro la razionalizzazione delle risorse e l'adozione di modalità gestionali più efficaci per i mercati/fiere cittadini.

C1. Mercato di Via Albinelli: riconversione modalità gestionali per maggior efficienza ed efficacia

Il mercato coperto di via Albinelli è stato ristrutturato con un onere complessivo di oltre 6,5 miliardi di lire per oltre l'85% a carico degli operatori. La spesa è stata anticipata dall'Amministrazione comunale ma la quasi totalità degli operatori, fin dal reinserimento nella nuova struttura (fine 1997), si è rifiutata di pagare le quote di ammortamento. Allo stato si rende necessario avviare una trattativa che porti a concordare nuove modalità di gestione della struttura mediante costituzione di un Consorzio tra gli operatori del Mercato. Una gestione di questo tipo, essendo completamente autonoma, determinerà sensibili economie all'interno del Settore.

L'accordo è tuttavia subordinato all'attuazione da parte dell'Amministrazione Comunale di alcuni interventi di manutenzione straordinaria oltre che alla negoziazione dell'intervento per il raffrescamento della struttura durante il periodo estivo. Se l'accordo sarà raggiunto si potrà procedere anche al recupero delle quote d'ammortamento fin qui non pagate.

Risultati:

Sono stati avviati intensi contatti con i rappresentanti legali degli operatori al fine di giungere al pagamento delle quote di ammortamento pregresse oltre che alla costituzione del Consorzio tra gli operatori del Mercato di Via Albinelli:

- con i legali degli operatori del Mercato si è giunti a concordare le condizioni di un accordo che porterà alla costituzione di un Consorzio degli operatori e al recupero delle quote pregresse di ammortamento non ancora saldate. La convenzione prevede inoltre l'affidamento al Consorzio della gestione di tutti i servizi accessori del mercato.

- nelle more di costituzione del Consorzio si è pervenuti alla determinazione di un canone di affitto che, oltre a riconoscere il valore del bene utilizzato per lo svolgimento del mercato, consente di recuperare, nel volgere di pochi anni, tutti i mancati pagamenti prima imputati alla ristrutturazione dell'immobile; motivo questo del contenzioso instaurato in passato e dei mancati pagamenti.

C2. Mercato del lunedì: nuove modalità gestionali con risparmio di risorse umane

Si intende dare avvio ad un percorso congiunto con gli operatori del Consorzio per arrivare alla gestione diretta del mercato del lunedì con risparmio di risorse umane e risparmio di spese di manutenzione. Tale Consorzio infatti permetterà di porre a carico diretto del Consorzio stesso la gestione di tutte le spese per gestione e manutenzione ordinaria del mercato con conseguente risparmio del tempo di lavoro impiegato all'interno del Settore per la gestione e il rimborso delle spese. Qualora il Parco Novi Sad non fosse disponibile ad ospitare, ancorché occasionalmente, lo svolgimento del Mercato, dovrà essere individuata un'area alternativa.

Risultati:

Sono state avviate le trattative con gli operatori e le Associazioni di Categoria che sono culminate nella nascita del Consorzio " Il Mercato" che dal 1° Gennaio 2002 gestirà i servizi accessori del Mercato dietro corrispettivo di 320 Mln.

- è stata predisposta e siglata una convenzione che prevede il trasferimento al Consorzio della gestione dei servizi del mercato.

- è stato predisposto il Progetto di ristrutturazione del Parco Novi Sad ed è in corso il confronto con il Settore Ambiente.

- è stata reperita ed allestita un'ulteriore area alternativa (Centro Storico) atteso che quella ubicata nelle Vie Monte Kosica e dintorni confliggeva con lo svolgimento delle partite di calcio.

C3. Mercato/fiera dell'antiquariato: nuove modalità di gestione con risparmio di risorse umane

Si intende dare avvio ad un percorso congiunto con gli operatori del Consorzio per arrivare alla gestione diretta del mercato con risparmio di risorse umane e risparmio di spese di manutenzione. Tale Consorzio infatti permetterà di porre a carico diretto del Consorzio stesso la gestione di tutte le spese per gestione e manutenzione ordinaria del mercato con conseguente risparmio del tempo di lavoro impiegato all'interno del Settore per la gestione e il rimborso delle spese. Qualora il Parco Novi Sad non fosse disponibile ad ospitare, ancorché occasionalmente, lo svolgimento del Mercato, dovrà essere individuata un'area alternativa.

Risultati:

Sono state avviate le trattative con gli operatori e le Associazioni di Categoria che sono culminate nella nascita del Consorzio " Fiera Antiquaria Città di Modena" che dal 1° Agosto 2001 gestisce i servizi accessori del Mercato dietro corrispettivo di 320 Milioni di lire.

- nel mese di Giugno è stata predisposta e siglata una convenzione che prevede il trasferimento al Consorzio della gestione dei servizi del mercato.

- è stato predisposto il Progetto di ristrutturazione del Parco Novi Sad ed è in corso il confronto con il Settore Ambiente.

- è stata reperita ed allestita un' ulteriore area alternativa (Centro Storico) atteso che quella ubicata nelle Vie Monte Kosica e dintorni configgeva con lo svolgimento delle partite di calcio.

C4. Luna Park: nuove modalità gestionali con risparmio di risorse finanziarie e umane

Si vorrebbe passare dalla gestione diretta dell'allestimento e dell'organizzazione del Parco alla gestione completamente a carico degli operatori ottenendo un risparmio di circa mezzo miliardo per allestimento dell'area e la gestione del parco di divertimenti.

Si ipotizza la nascita di un Consorzio di operatori che consenta la gestione diretta dell'area e dei servizi necessari al funzionamento con risparmio di risorse umane e finanziari e a carico del Comune.

Risultati:

Il Parco Ferrari, area di svolgimento del Luna Park, è stato dotato degli impianti di base (impianto elettrico e idrico) a spese degli operatori. La spesa sostenuta dagli operatori ammonta a circa 500 Mln.

Sono state gettate le basi per la costituzione di un Consorzio degli operatori dello spettacolo viaggiante che sarà realizzato nei primi mesi del 2002.

D. Miglioramento del rapporto tra imprese e pubblica amministrazione

D1. Trasferimento di nuove competenze al Servizio Attività Economiche e Commercio

Si prevede di esportare le buone prassi adottate dallo Sportello Unico in materia di risposta univoca e certezza dei tempi anche nei rimanenti Uffici del Settore che, peraltro, si è arricchito di nuove funzioni e competenze.

Si intendono quindi sviluppare nuovi servizi informativi e snellire le procedure, per estendere la semplificazione introdotta dalla nuova disciplina sul commercio.

Risultati:

Sono state trasferite le competenze in materia di TOSAP temporanea, manifestazioni e pubblicità, dalla Polizia Municipale al Servizio Attività Economiche e Commercio, dal 1° Marzo 2001.

Sono state trasferite le competenze in materia di Autorizzazioni amministrative e Agenzie d'Affari, dalla Questura al Servizio Attività Economiche e Commercio, dal 1° Settembre 2001.

Tanto le nuove materie e competenze quanto quelle già allocate presso il Settore funzionano con "modalità da Sportello" ossia risposte certe ed esaustive, certezza dei tempi di ottenimento dei provvedimenti, unico referente del buon andamento della pratica.

2 - Principali indicatori dei risultati conseguiti

Indicatore	Consuntivo 2001
Semplificazione amm.va procedimenti relativi a commercio, pubblici esercizi e polizia amm.va: n° procedure riviste	350
Costituzione di una società per la promozione e il marketing del Centro Storico: n° imprenditori che hanno rilasciato una pre-adesione	100
Progetto di valorizzazione commerciale dell'area della Pomposa: ricognizione dei locali e individuazione puntuale di locali disponibili ad uso commerciale - n° locali	80
Progetto di valorizzazione commerciale dell'area della Pomposa: superamento del contingentamento delle licenze e ottenimento della possibilità di aprire nuovi pubblici esercizi (bar e ristoranti) da insediare nell'area - n° locali	10

3 - Spesa sostenuta per la realizzazione del programma

	Previsione Iniziale	% su tot.	% su tot. spese finali	Previsione Assestata	% su tot.	% su tot. spese finali	Spesa Impegnata	% su tot.	% su tot. spese finali
Spesa corrente	3.293.869.572	100,00		3.471.168.930	100,00		3.459.348.762	100,00	
Spesa per investimento	-	0,00		-	0,00		-	0,00	
Totale	3.293.869.572		0,53	3.471.168.930		0,53	3.459.348.762		0,62

5 - Considerazioni sulla congruenza fra risultati conseguiti e indirizzi impartiti

L'Assessorato alle Politiche Economiche intende avvalersi di tutte le potenzialità insite nelle nuove competenze assegnate ai Comuni a seguito della Legge Bersani di riforma del Commercio e della conseguente Legge Regionale 14/99 "Norme per la disciplina del Commercio in sede fissa".

In particolare, anche attraverso l'innovativo strumento costituito dai progetti di valorizzazione commerciale, il Comune si propone quale attivo promotore per lo sviluppo e la qualificazione del settore commerciale in Centro Storico, superando l'approccio tradizionale di mero supporto economico. Infatti i progetti portati avanti si caratterizzano per la capacità di integrazione di soggetti diversi (pubblici e privati) in alleanze strategiche; per il coinvolgimento di tutti i principali attori in un modello di progettazione e realizzazione "partecipata"; per la capacità di creare effettive catene del valore in un'area strategica quale quella del Centro Storico; infine per la capacità di stimolare negli operatori un atteggiamento propositivo e di collaborazione reciproca.

L'Amministrazione Comunale intende contrastare la scomparsa dei negozi di quartiere poiché ne riconosce il valore economico, sociale, di aggregazione e di servizio alla residenza.

Si propone pertanto di favorire lo sviluppo di forme collaborative fra centri di vicinato e gli altri soggetti presenti sul territorio quali Circoscrizioni, Enti scolastici, Associazioni, Polisportive, Parrocchie e di valorizzare il legame esistente tra i centri di vicinato e il territorio in cui sono inseriti.

Si reputa di avere ampiamente raggiunto e talvolta superato i risultati ipotizzati in fase progettuale, in linea con l'indirizzo politico ricevuto.