

3.4 - PROGRAMMA N. 130 - COMMERCIO E ARTIGIANATO

Responsabile: **Ass. Ennio Cottafavi**

3.4.1 - Descrizione del programma

COMMERCIO ED ARTIGIANATO

—

3.4.2 - Motivazione delle scelte

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 di aree urbane. Infatti, spetta ai Comuni l'iniziativa di elaborare progetti di valorizzazione commerciale 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.

—

3.4.3 - Finalità da conseguire

La nostra realtà commerciale è costituita da una miriade di piccoli e piccolissimi esercizi, che formano un tessuto connettivo di valenza non solo economica ma anche sociale, in grado di assicurare al territorio vivibilità e qualità delle relazioni. Il nostro obiettivo è rilanciare l'imprenditorialità e la competitività delle imprese commerciali e promuovere l'ammodernamento dell'intera rete distributiva, attraverso i progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane, in particolare per il centro storico e le aree di maggior criticità.

A) QUALIFICARE IL COMMERCIO IN CENTRO STORICO, LAVORANDO PER IL CONSOLIDAMENTO DELLA SOCIETA' DI PROMOZIONE, MONITORANDONE L'EFFICACIA E LA QUALITA' DELLE AZIONI, REALIZZANDO PROGETTI DI VALORIZZAZIONE COMMERCIALE PER RILANCIARE LE AREE DEBOLI.

Azioni:

- **Partecipazione attiva alla società per la promozione e il marketing del Centro Storico.**

La Società di promozione è una struttura manageriale, specializzata e dotata di capitale adeguati, che si occupa in modo unitario della promozione e del marketing del Centro Storico. Dopo la costituzione e l'avvio della Società Modenamoremio, è necessario incrementare il numero dei soci e la loro partecipazione attiva, perseguire un continuo incremento della qualità ed efficacia dei piani di marketing, monitorare i risultati ottenuti.

- **Progetto di valorizzazione commerciale dell'area della Pomposa.**

Il progetto si propone di avviare una profonda trasformazione dell'identità dell'Area della Pomposa che ha subito negli ultimi anni una progressiva desertificazione commerciale e si presenta tuttora come "area marginale del Centro Storico", connotandola principalmente come area giovane, cittadella universitaria dinamica e viva e, più in generale, come zona in grado di attrarre frequentazione e passaggio.

E' un progetto complesso e articolato su più piani di intervento di cui il primo - in piena fase di realizzazione - consiste in incentivi economici per l'insediamento di nuove attività commerciali, di pubblici esercizi e attività di servizio che rispondono alle esigenze espresse da residenti e studenti.

Sono inoltre in corso di realizzazione altri interventi che prevedono il sostegno alla qualificazione delle attività culturali, di aggregazione e del tempo libero, il recupero e il miglioramento dell'ambiente urbano e del patrimonio culturale, una intensa campagna di informazione sugli interventi e di coinvolgimento di tutti i soggetti interessati.

- **Progetto di valorizzazione commerciale dell'area di via Saragozza.**

Si sta avviando un percorso progettuale partecipato per rilanciare l'area di via Saragozza che a seguito del trasferimento di importanti uffici pubblici sta vivendo un periodo di particolare fragilità. Il percorso prevede l'analisi delle caratteristiche socio-economiche e strutturali dell'area e l'individuazione dell'identità che potrebbe caratterizzare la zona nel prossimo futuro. Partendo dalla base conoscitiva acquisita si lavorerà per mettere a punto e quindi realizzare un Progetto di valorizzazione commerciale articolato su azioni e piani di intervento operativi.

B) VALORIZZARE LE PICCOLE E MEDIE IMPRESE COMMERCIALI NEL TERRITORIO COMUNALE: INTERVENTI PER IL RILANCIO DEI CENTRI DI VICINATO E DEGLI ASSI AD ALTA DENSITA' COMMERCIALE.

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.

L'obiettivo è di contrastare la scomparsa dei negozi di quartiere valorizzando il loro ruolo di aggregazione sociale e di servizio alla residenza progettando soluzioni di medio termine per il miglioramento delle diverse forme distributive, in termini di efficacia ed efficienza, anche prendendo spunto da diverse esperienze condotte all'estero e favorendo lo sviluppo di forme di collaborazione fra enti di vicinato e gli altri soggetti presenti sul territorio quali Circoscrizioni, Enti scolastici, Associazioni, Polisportive, Parrocchie.

Azioni:

• **Centri di vicinato:**

- creazione di iniziative ed eventi promozionali, interventi strutturali sugli arredi e per il miglioramento della viabilità e accessibilità ai centri
- incentivi alla progettazione comune e coordinate degli eventi mediante appropriati strumenti di consulenza di marketing
- monitoraggio dello stato di sofferenza e degli elementi di criticità mediante l'ausilio di studi mirati

• **Assi commerciali ad alta densità commerciale:**

- individuazione, in collaborazione con le Circoscrizioni, di alcune vie del territorio comunale (es. Zona Musicisti, Viale Medaglie D'Oro, Viale Gramsci, Viale Storchi, Via Nobili, ecc.) dove la presenza del commercio è significativa ed è pertanto possibile incentivare un percorso di aggregazione degli operatori economici per la progettazione di iniziative comuni
- creazione di eventi e individuazione di attività specifiche che tipicizzano le vie attraendo frequentazione nelle giornate di apertura domenicale o in altre occasioni significative

C) PREDISPOSIZIONE DELLE BASI CONOSCITIVE E PROMOZIONE DEL DIBATTITO SUL COMMERCIO.

Azioni:

• **Realizzazione di indagini sulla rete distributiva e sui comportamenti d'acquisto.**

A quattro anni dalla riforma del commercio, è necessario analizzare da un lato le principali caratteristiche e l'evoluzione del sistema di offerta commerciale al dettaglio del Comune di Modena, dall'altro esaminare il comportamento di acquisto dei consumatori e il loro grado di soddisfazione in relazione all'offerta. Tali informazioni evidenzieranno le criticità e le potenzialità del comparto commerciale, su cui ci si intende confrontare attraverso iniziative pubbliche dedicate, per impostare le politiche commerciali per i prossimi anni.

D) MIGLIORAMENTO DEL RAPPORTO TRA IMPRESE E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Azioni:

- Semplificazione attraverso la definizione di un modello unico di accesso che risponde a tutti i tipi di esigenze e di interlocutori
- Messa in rete degli accessi e dei servizi dello Sportello Unico per consentire l'accesso decentrato sul territorio e la trasmissione delle pratiche tra i diversi enti che devono concedere autorizzazioni per via telematica
- Nuovi servizi informativi e di supporto agli imprenditori quali:
 - il Bollettino Informativo per le Imprese su tutte le opportunità di finanziamento comunitarie nazionali e regionali
 - informazioni alle imprese sui problemi dell'internazionalizzazione
 - assistenza e informazione alle imprese per l'accesso ai finanziamenti regionali

E) VALORIZZAZIONE DEL MERCATO ORTOFRUTTICOLO E MERCATO ALIMENTARE DI VIA ALBINELLI

Il primo obiettivo è la razionalizzazione delle forme gestionali, che dovranno essere trasformate in gestioni esternalizzate condotte da specifici Consorzi degli operatori.

Un secondo obiettivo, collegato a questo, è la valorizzazione e la promozione dei mercati, attraverso iniziative specifiche definite dal Consorzio degli operatori (aperture pomeridiane per il mercato di Via Albinelli, iniziative di marketing, ecc.).

3.4.3.1 – Investimento

3.4.3.2 – Erogazione di servizi di consumo

–
3.4.4 - Risorse umane da impiegare

–
3.4.5 - Risorse strumentali da utilizzare

–
3.4.6 - Coerenza con il/i piano/i regionale/i di settore

Il progetto di valorizzazione commerciale dell'area della Pomposa è uno dei primi progetti di valorizzazione commerciale elaborato dal Comune in attuazione delle L.R. 14/99. E' finanziato attraverso la L.R. 41/97 ed è considerato dal Regione stessa un progetto pilota.