

Programma n. 130 - COMMERCIO E ARTIGIANATO

1 - Sintesi dei principali risultati conseguiti nella realizzazione del programma

Il commercio modenese è costituito in prevalenza da esercizi di piccola dimensione, che formano un tessuto connettivo a valenza non solo economica ma anche sociale, in grado di assicurare al territorio vivibilità e qualità delle relazioni. Anche nel 2004 sono proseguite le azioni per 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 periferiche di maggior criticità.

Di seguito vengono riportate le direzioni di lavoro e le specifiche azioni sviluppate

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

Nel 2004 è proseguito l'impegno dell'Assessorato alle scelte strategiche, all'elaborazione dei programmi e al piano annuale di marketing di Modenamoremio. Tutte le azioni promozionali sono state indirizzate verso tre obiettivi: promozione complessiva del centro storico, promozione mirata ai singoli esercizi, promozione diretta verso i consumatori.

La Società ha realizzato una indagine tra i soci sul gradimento e l'efficacia delle azioni svolte. L'Assessorato ha esercitato una funzione di supervisione dello stato di attuazione del programma 2004 e sull'efficacia di quanto realizzato.

- Progetto di valorizzazione commerciale dell'area della Pomposa

Il Progetto presenta un bilancio positivo di 34 attività economiche aperte grazie alle opportunità concesse dai bandi di insediamento e altre 14 attività aperte sotto l'effetto traino dell'intervento di valorizzazione.

Le azioni nel 2004 si sono quindi indirizzate ad attivare strumenti promozionali per accrescere la visibilità dell'area e degli operatori economici. È stata così realizzata l'iniziativa Solidal Shop con finalità commerciali e benefiche ed è stato diffuso a tutte le famiglie un tabloid nel quale noti personaggi modenesi della cultura, dello sport e dello spettacolo hanno fatto da testimonial delle attività commerciali della Pomposa. Sono state anche realizzate nuove edizioni di tutte le manifestazioni che hanno ottenuto grande riscontro da parte del pubblico negli anni passati (Modena in Fiore, Stuzzicagente, Festival della Filosofia, Arancio Natal e le consuete iniziative serali estive). Sempre ai fini di promuovere l'area e l'immagine coordinata dei negozi sono stati realizzati shoppers "aperto pomposa" con il colore arancio che caratterizza l'area.

Si è anche concluso il monitoraggio sull'andamento delle attività economiche che ha evidenziato, come dato comune, la necessità di mantenere alto l'impegno dell'Amministrazione in particolare per accrescere le occasioni di frequentazione della zona.

- Progetto di valorizzazione commerciale dell'area di Porta Saragozza

Obiettivo del Progetto è il rilancio e la riqualificazione di una vasta zona del centro storico attorno a via Saragozza, un'area in forte trasformazione e con grande potenzialità di sviluppo per la presenza di numerosi edifici e grandi complessi il cui recupero e riutilizzo offrirà nuove opportunità anche agli operatori economici.

Nel corso dell'anno è stato realizzato un percorso di progettazione partecipata con tutti i principali portatori di interesse sull'area pubblici e privati (Provincia, Università, Istituti superiori, Scuole elementari, Associazioni di categoria del commercio e dell'artigianato, ecc.). Da una serie di incontri, organizzati per temi specifici, è scaturita una articolata proposta di lavoro suddivisa in obiettivi operativi, azioni e priorità in relazione sia agli interventi strutturali (strade, marciapiedi, illuminazione) che a quelli per il rilancio e la riqualificazione dell'economia dell'area.

E' stato anche avviato un lavoro di verifica sulle opportunità insediativa nella zona, censendo le caratteristiche dei locali liberi. Sul piano della comunicazione, infine, è stato progettato un logo dell'area e realizzate alcune strutture temporanee, informative e promozionali sull'avvio del Progetto.

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

Azioni:

- Centri di vicinato

E' stata realizzata in tutti i centri di vicinato una nuova edizione dell'iniziativa "Operazione scuola amica" che ha consentito di coniugare la promozione commerciale con la fornitura di materiale didattico e di realizzare una iniziativa a scopo benefico. Anche le numerose iniziative organizzate nei singoli centri di vicinato e le tradizionali Feste di Primavera e di Autunno hanno consolidato le forme collaborative con gli altri soggetti presenti nel territorio circostante e valorizzato il ruolo e l'importanza del servizio di prossimità.

- Assi commerciali ad alta densità commerciale

Sono state incentivate le iniziative proposte dalle Associazioni di via in occasione di ricorrenze e festività con l'obiettivo di promuovere le attività, animare le aree periferiche, consolidare il rapporto con la residenza. Sono state realizzate iniziative musicali itineranti lungo alcuni assi commerciali.

C) AGGIORNAMENTO DELLE BASI CONOSCITIVE SUL COMMERCIO MODENESE

In relazione all'obiettivo di verificare nel tempo l'andamento del commercio modenese, la capacità della rete distributiva di soddisfare le esigenze del consumatore e anche ai fini di mirare le politiche pubbliche, cogliendo tempestivamente i mutamenti in atto, sono state individuate le tipologie di indagine, i contenuti informativi e le modalità di rilevazione per la costituzione dell'osservatorio permanente sul commercio.

D) MIGLIORAMENTO DEL RAPPORTO TRA IMPRESE E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Nella prima metà del 2004 l'attività di semplificazione amministrativa a sostegno delle imprese si è realizzata secondo le linee generali seguite dallo Sportello Unico per le Imprese, con il costante aggiornamento delle competenze degli operatori e delle procedure alle modifiche normative intervenute in numerosi campi d'azione dello Sportello, in una chiave di semplificazione della relazione con l'impresa e di omogeneità sull'intero territorio provinciale.

Nella seconda metà dell'anno le modificazioni nell'assetto organizzativo, e in particolare l'uscita dal Settore dello Sportello Unico per le Imprese hanno comportato un momento di analisi e riprogettazione dell'azione amministrativa: durante il percorso di adeguamento delle procedure ai nuovi assetti organizzativi e alla nuova distribuzione delle competenze sono stati comunque garantiti i consueti livelli di servizio all'utenza.

E) VALORIZZAZIONE DELLE PIAZZE DEL MERCATO DI VIA ALBINELLI

Nel corso della primavera del 2004, è stato organizzato un calendario di iniziative dirette alla valorizzazione delle piazze del mercato di via Albinelli, che ha richiamato un forte afflusso di pubblico nell'area e un rinnovato interesse per il mercato.

Tra queste iniziative si annoverano la "Festa degli allestimenti floreali" che ha interessato il mercato nel corso del mese di aprile 2004; la "Festa romagnola" di musiche e balli tradizionali emiliano romagnoli, sempre nel corso del mese di aprile; "Gli antichi mestieri in piazza", evento tenutosi l'8 maggio 2004; l'iniziativa "Il bello e il buono al mercato Albinelli" con arte, musiche e assaggio dei prodotti tipici modenesi nel periodo dal 17 al 22 maggio.

Tutte queste iniziative, unitamente ad altre azioni consolidate di mantenimento d'interesse sulle varie aree del centro storico e alle manifestazioni che si sono susseguite nel corso del 2004 in varie zone del centro, hanno consentito di risvegliare l'attenzione dei cittadini verso zone penalizzate nel sentire comune, e hanno avuto un'immediata ricaduta sul volume d'affari delle attività ivi dislocate.

F) MIGLIORAMENTO CONTINUO E CONSOLIDAMENTO DELLA COMPETITIVITÀ DEL COMMERCIO MODENESE

Sono stati organizzati approfondimenti con le associazioni di categoria su quanto emerso dalla seconda conferenza cittadina sul commercio e sono state individuate le principali criticità della rete distributiva: scarsa innovazione dei punti di vendita in termini di offerta merceologica e di servizio, scarsa propensione ad attivare collaborazioni con altre imprese.

Tra le azioni da intraprendere per il superamento di tali criticità è stata individuata la sperimentazione di modalità innovative di formazione degli operatori economici in grado di fornire competenze anche non convenzionali in termini di apertura alle esperienze innovative e all'attivazione di sinergie coordinate con altri soggetti.

2 - Principali indicatori dei risultati conseguiti

Indicatore	Consuntivo 2002	Consuntivo 2003	Consuntivo 2004
Semplificazione amm.va procedimenti relativi a commercio, pubblici esercizi e polizia amm.va: n° procedure riviste	500	200	200

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	2.354.671,18	100,00		2.374.625,04	100,00		2.039.700,31	100,00	
Spesa per investimento	-	0,00		-	0,00		-	0,00	
Totale	2.354.671,18		0,67	2.374.625,04		0,63	2.039.700,31		0,69

5 - Considerazioni sulla congruenza fra risultati conseguiti e indirizzi impartiti

Gli indirizzi programmatici sul commercio indicavano l'obiettivo di rilanciare l'imprenditorialità e la competitività delle imprese commerciali, attraverso progetti di valorizzazione commerciale di aree urbane e iniziative di promozione e qualificazione nei principali poli di aggregazione commerciale.

I risultati ottenuti dal Progetto di valorizzazione della Pomposa sono stati sostanzialmente positivi, anche se possono essere ulteriormente ampliati e potenziati mantenendo ancora alto l'impegno dell'Amministrazione sull'area.

Nel Progetto di valorizzazione di Porta Saragozza, la progettualità, che ha impegnato in modo congiunto pubblico e privato, ha ottenuto risultati eccellenti anche in termini di indicazioni operative. Il lavoro svolto costituirà il fondamento delle azioni future che saranno realizzate proseguendo con il metodo della partecipazione e condivisione dei risultati.

Le iniziative realizzate nei centri di vicinato e negli assi commerciali sono state apprezzate e hanno segnalato l'importanza del servizio di vicinato.

La comunicazione all'esterno sui progetti e sulle iniziative ha suscitato l'interesse dei cittadini e l'attenzione degli imprenditori.

I risultati ottenuti sono senza dubbio soddisfacenti, sia per quanto attiene il centro che per quanto concerne la periferia.

La congruenza e la coerenza tra risultati e indirizzi politici si può pertanto definire raggiunta in alto grado.

Le iniziative realizzate per la valorizzazione delle piazze del Mercato di Via Albinelli hanno riscosso grande successo e hanno risvegliato l'attenzione dei cittadini e non verso aree prima percepite come marginali rispetto alle zone di punta del Centro Storico.