

3.4 - PROGRAMMA N. 130 - COMMERCIO E ARTIGIANATO

Responsabile: **Ass. Giorgio Razzoli**

Macroprogetti:

- 130.1 Osservatorio Prezzi
- 130.2 Qualificazione e innovazione dei servizi commerciali
- 130.3 Centri di vicinato

3.4.1 - Descrizione del programma

Con la riforma del commercio (Legge Bersani e della Legge Regionale 14/99) il Comune ha assunto un ruolo centrale nella regolazione ed incentivazione del sistema commerciale delle aree urbane.

Le funzioni in capo al Comune si articolano in due principali aree di attività: quella di regolazione delle attività commerciali e quella di vera e propria incentivazione e valorizzazione commerciale.

3.4.2 - Motivazione delle scelte

Semplificare la regolazione, qualificare l'incentivazione e l'innovazione: questi due orientamenti caratterizzeranno le azioni dell'assessorato nel prossimo triennio e, nel lungo periodo, del complessivo mandato amministrativo.

Regolare e innovare ovvero autorizzare ed incentivare, rappresentano in estrema sintesi anche gli ambiti di competenza di un Comune: la capacità di definire un sistema di programmazione delle attività, basato sull'equilibrio e sul "dialogo sistemico" tra regolazione e incentivazione, rappresenta una delle principali frontiere di efficienza e di efficacia dell'azione pubblica.

Nel merito le attività di regolazione del sistema economico dovranno tendere verso obiettivi di semplificazione, trasparenza e informazione: su tali principi guida sarà basata la revisione dell'insieme dei regolamenti e delle procedure di competenza settoriale.

Regole chiare e procedure semplificate, informazione e rispetto dei tempi; per perseguire questi obiettivi sarà implementato un nuovo assetto organizzativo del settore, attraverso la riorganizzazione funzionale degli uffici e dei sistemi informativi.

A livello di ambiente esterno, di fondamentale importanza nella gestione del processo, sarà il confronto con le associazioni economiche e le parti sociali sia nella fase di programmazione/revisione dei regolamenti, sia nella successiva fase di gestione.

L'obiettivo sotteso è quello di implementare un nuovo sistema organizzato delle relazioni, finalizzato a definire compiutamente ruoli, tempistiche e metodi di confronto; in questa direzione si procederà a progettare nuove forme di dialogo e confronto a cadenza programmata.

Per quanto riguarda le politiche di incentivazione ed innovazione, verrà privilegiato il fattore qualità inteso come capacità a selezionare azioni realmente impattanti nel sistema economico locale, attraverso la concentrazione delle priorità e degli obiettivi e la misurazione - valutazione delle azioni stesse.

La valutazione delle politiche poste in essere non dovrà essere intesa, infatti, come elemento distorsivo in un processo autoreferenziale ma, al contrario, come fondamentale fattore conoscitivo per modulare gli interventi.

Infine, grande attenzione dovrà essere posta sulle relazioni con altri contesti territoriali e livelli istituzionali sia al fine di sperimentare e individuare nuove forme di finanziamento dei progetti, attraverso la ricerca di fonti finanziarie regionali, nazionali o comunitarie, sia per orientare la stessa politica economica dell'assessorato verso esperienze di eccellenza.

3.4.3 - Finalità da conseguire

Promuovere la competitività e la qualificazione delle imprese commerciali attraverso azioni integrate di regolazione ed incentivazione:

1. PROGETTI DI VALORIZZAZIONE COMMERCIALE DEL CENTRO STORICO

L'obiettivo è qualificare il commercio in Centro Storico, realizzando progetti di valorizzazione commerciale per rilanciare le aree deboli, e lavorando per il consolidamento della società di promozione "Modenamoremio", monitorandone l'efficacia e la qualità delle azioni.

- Progetto di valorizzazione commerciale dell'area della Pomposa

Per l'area Pomposa, oggi restituita alla città con una nuova identità commerciale e pienamente reinserita nei circuiti culturali e promozionali del centro storico di Modena, verrà posto in essere un pacchetto di azioni integrate di qualificazione che prevedono interventi di 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 Porta Saragozza

Il progetto di valorizzazione commerciale dell'area di Porta Saragozza rappresenta un obiettivo prioritario nelle azioni di promozione e valorizzazione del Comune.

Sulla base dei risultati emersi dalla fase di progettazione partecipata sarà individuato, in sinergia con gli attori coinvolti, un piano direzionale di intervento finalizzato a promuovere la valorizzazione economica dell'area.

Il progetto contemplerà la creazione di una regia unitaria di intervento, per governare la complessità del piano di azione pluriennale, anche al fine di mettere a sistema gli interventi pubblici con quelli privati.

- Sostegno e valorizzazione della società per la promozione e il marketing del Centro Storico

Dopo aver contribuito ad avviare la società di promozione, si intende qualificare e valorizzare la sua mission, individuando obiettivi strategici condivisi anche dalle associazioni di categoria, per mettere a sistema le azioni di marketing a favore del centro storico.

2. INTERVENTI A SOSTEGNO DELLE PICCOLE IMPRESE COMMERCIALI E ARTIGIANALI

- Assi commerciali ad alta identità commerciale

In collaborazione con le circoscrizioni verranno individuati nuovi assi commerciali periferici nei quali la presenza di un tessuto commerciale ricco e vivace consente di incentivare l'associazionismo tra gli operatori economici per costruire azioni coordinate di valorizzazione delle vie e delle attività economiche.

Le azioni rientreranno in un ambito più vasto e articolato per la valorizzazione e la promozione delle aree periferiche cittadine da realizzarsi mediante una progettazione annuale e coordinata degli eventi collegati alla promozione del tessuto economico periferico in stretto raccordo con le Circoscrizioni, per rafforzare i legami tra mondo economico-commerciale, Circoscrizione di riferimento e realtà associative già attive sul territorio (Comitati Anziani, associazioni di volontariato, ecc.).

Le iniziative e gli eventi hanno lo scopo di favorire la frequentazione nelle giornate di apertura domenicale o in altre occasioni significative e supportano significativamente la definizione di un'identità distintiva delle aree in cui vengono realizzate le manifestazioni.

- Centri di vicinato

Sono aggregazioni tipiche del commercio di quartiere che mirano ad incentivare la visibilità, a rafforzare la fidelizzazione dei consumatori in territori in cui il ruolo del piccolo commercio è divenuto marginale.

I progetti previsti riguarderanno l'animazione e la promozione dei centri di vicinato attraverso azioni specifiche per ogni centro di vicinato e progetti condivisi.

Scopo delle iniziative è contribuire a valorizzare il ruolo e l'importanza del servizio di prossimità, aumentarne la visibilità e favorire l'integrazione tra Centro Storico e periferia, attuando una collaborazione sempre più stretta tra centri di vicinato e altri soggetti presenti sul territorio (Circoscrizioni, Enti scolastici, Associazioni, Polisportive, Parrocchie).

- Azioni a sostegno dell'artigianato

Si intendono valorizzare e qualificare le attività artigianali presenti sul territorio comunale, promovendole tramite l'organizzazione di manifestazioni specifiche, volte alla valorizzazione delle produzioni tipiche locali.

Inoltre si prevede di razionalizzare e valorizzare la collaborazione con i Consorzi Fidi, che forniscono un sostegno diretto alle imprese tramite contributi in conto interessi e fungono da garanti rispetto al sistema creditizio

3. RIQUALIFICAZIONE E RAZIONALIZZAZIONE DEI MERCATI CITTADINI

L'attività di riqualificazione e promozione dei mercati si struttura in quattro ambiti di intervento:

- mercato di via Albinelli e di piazza XX Settembre: è prevista la realizzazione di un piano di interventi di qualificazione e promozione;
- mercato ortofrutticolo all'ingrosso: si intende operare per razionalizzare l'assetto organizzativo e gestionale del mercato, anche nell'ottica di un'ipotesi di riallocazione dello stesso, per la quale verrà effettuata una verifica economica e finanziaria;
- mercato del lunedì: si opererà per razionalizzare l'assetto logistico, continuando il programma di interventi strutturali;

- fiera antiquaria: nell'ottica di un suo rilancio, verrà proseguita una forte azione di riqualificazione, affiancata da iniziative di rilancio e promozione.

4. AZIONI DI ANALISI E RICERCA SULLA RETE COMMERCIALE

- Osservatorio sul commercio

Le politiche attive rivolte all'efficacia, efficienza e competitività del sistema d'offerta commerciale modenese necessitano di un adeguato e costante supporto informativo, che permetta di cogliere in tempo reale i fenomeni in atto, di valutare con cognizione di causa gli interventi migliori da attuare e di monitorarne i risultati.

Anche se non esistono attualmente rilevazioni sistematiche che possano dare informazioni sull'assetto della rete distributiva, è stata portata a termine nel 2003 un'indagine sul commercio al dettaglio che potrebbe rappresentare un buon punto di partenza da cui trarre gli spunti per predisporre un sistema di rilevazione permanente.

Le finalità principali del progetto sono:

1. verificare nel tempo l'andamento del commercio modenese e la sua capacità di soddisfare le attese dei consumatori;
2. verificare l'impatto delle politiche attive di intervento realizzate dall'Amministrazione Comunale;
3. cogliere tempestivamente, sulla base dell'interpretazione dei dati rilevati, le potenzialità e le opportunità che il sistema del commercio modenese può offrire.

Le fasi del progetto si possono così articolare:

1. definizione degli obiettivi, della metodologia di raccolta e dei metodi di aggiornamento e diffusione dei dati;
2. valutazione delle informazioni necessarie al Settore, effettuando anche una ricognizione di quelle disponibili che possono provenire da Camera di Commercio, Associazioni di Categoria, Provincia, Enti Locali, Università e imprese;
3. messa a punto di un sistema di monitoraggio permanente con il supporto del Servizio Statistica.

- Azioni di sistema per la pianificazione del commercio

Governance e partecipazione caratterizzano sempre di più l'assetto organizzativo degli enti locali; in questa direzione si intende lavorare in sinergia con la Provincia e con le associazioni intermedie per sviluppare strumenti di pianificazione della rete commerciale, quale il Piano Operativo del Commercio, col fine di agire in un'ottica di sistema, per lo sviluppo della realtà commerciale locale.

3.4.3.1 – Investimento

V. Programma Triennale dei Lavori Pubblici e interventi della parte in conto capitale del bilancio

3.4.3.2 – Erogazione di servizi di consumo

Vedasi bilancio di previsione 2005/07

3.4.4 - Risorse umane da impiegare

Vedasi PEG 2005

3.4.5 - Risorse strumentali da utilizzare

Vedasi PEG 2005

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

Coerente