

LE POLITICHE DELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA
PER LA QUALIFICAZIONE DEI CENTRI COMMERCIALI NATURALI
Dalla crisi un nuovo modello di sviluppo
Progetti anno 2012 (D.G.R. n. 2108/2012)

Bologna, 1 luglio 2013

Valorizzazione e Gestione condivisa del Centro Storico
Il progetto del Comune di CESENA
Matteo Marchi – Assessore Lavoro, Giovani, Imprese, Sviluppo del Territorio

con la collaborazione di



Il contesto

Bacino di gravitazione di circa 240.000 abitanti

PUNTI DI FORZA E CRITICITÀ

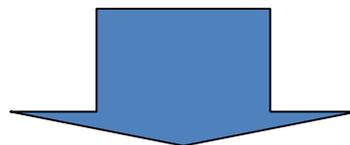
- ambiente urbano apprezzato
- tessuto commerciale percepito positivamente
- difficoltà di accessibilità
- mancanza di un vero e proprio magnete attrattivo
- eccessiva ampiezza del bacino di gravitazione.

4 DIRETTRICI DEL PROGETTO

1. rafforzamento della partnership pubblico-privato per la pianificazione strategica del centro storico;
2. utilizzo delle nuove tecnologie per dare risposte innovative ai problemi;
3. rafforzamento della capacità attrattiva grazie ad interventi mirati;
4. attenzione all'utilizzo degli spazi vuoti del centro storico.

I partner del progetto

- AMMINISTRAZIONE COMUNALE DI CESENA
- CNA
- CONFARTIGIANATO
- CONFCOMMERCIO
- CONFESERCENTI



“COMITATO DI VALORIZZAZIONE DEL CENTRO STORICO - ZONA A”

La governance del centro

COMITATO DI VALORIZZAZIONE DEL CENTRO STORICO - ZONA A

TAVOLO STRATEGICO (CONSIGLIO DIRETTIVO)

- programmazione e coordinamento eventi di animazione
- strategie di posizionamento e promo - valorizzazione
- piano di marketing;
- definizione delle risorse per finanziare le azioni di promo - valorizzazione
- elaborazione proposte riguardanti accessibilità, fruibilità, sosta e viabilità, ambiente urbano, arredo e decoro urbano, illuminazione, programmazione urbanistica ed architettonica, sicurezza, politiche tariffarie comunali riguardanti le attività economiche del Centro storico;

TAVOLO OPERATIVO (CONSIGLIO OPERATIVO)

recepisce le strategie e le direttive impartite dalla cabina di regia e si adopera per la traduzione pratica delle azioni stabilite.

Le azioni progettuali

AZIONE 1: GOVERNANCE DEL CENTRO STORICO

Attività

- creazione del Tavolo Strategico
- creazione di una struttura di supporto alla realizzazione del programma
- "revisione" del Comitato Zona A
- indagine conoscitiva sul Centro storico (cittadini/consumatori e operatori commerciali),

Risultati attesi

- gestione integrata e condivisa dell'organizzazione, promozione ed animazione del Centro storico
- analisi finalizzate a descrivere gli attuali punti di forza e di debolezza

Le azioni progettuali

AZIONE 2: CREAZIONE DI UN SISTEMA DI MIGLIORAMENTO DELL'ACCESSIBILITÀ

Attività

- realizzazione di un app per smartphone

Risultati attesi

- maggior utilizzo dei parcheggi in struttura
- miglioramento della percezione di accessibilità del centro storico.

Le azioni progettuali

AZIONE 3: PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE DEL CENTRO STORICO

Attività

- predisposizione del piano di comunicazione integrata
- definizione della linea di comunicazione ed immagine coordinata
- proposta, coordinamento e supervisione di eventi ed iniziative di animazione territoriale che valorizzino l'area rendendone più omogenea la frequentazione

Risultati attesi

- realizzazione di materiale pubblicitario
- piano di marketing operativo
- creazione e diffusione di un'identità di area condivisa e riconoscibile dall'esterno
- iniziative di animazione territoriale e di valorizzazione del commercio

Il monitoraggio

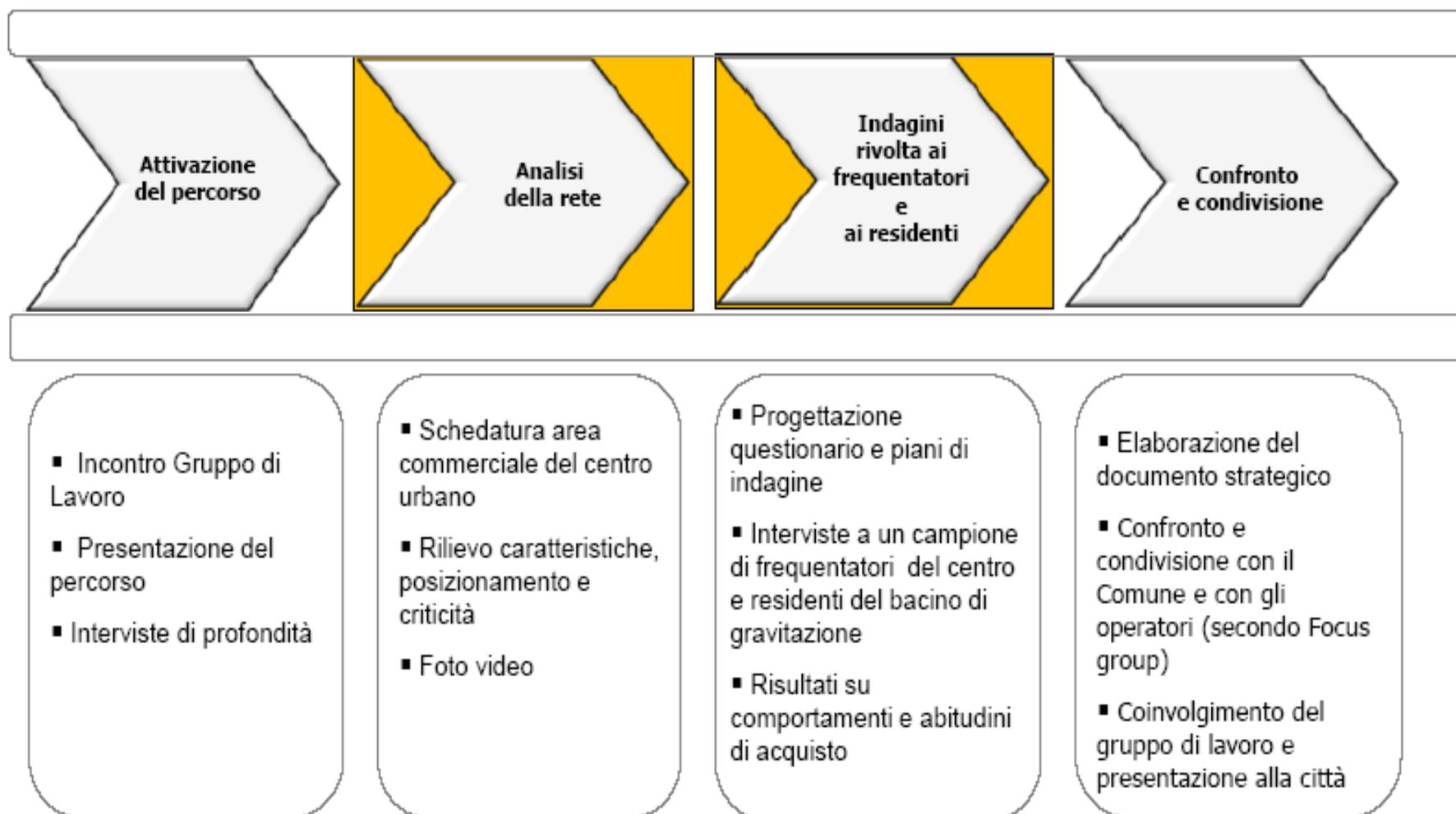
Monitoraggio 2011

punto di partenza per la valutazione dell'efficacia delle azioni proposte.

Monitoraggio 2014

Si intende prevedere alla fine dei 24 mesi previsti dalla Delibera Regionale una ripetizione dell'indagine, al fine di istituzionalizzare un sistema di monitoraggio necessario per avere il polso del centro storico della città, con una continuità di indicatori necessaria alla dovuta analisi comparativa dei diversi periodi

Il monitoraggio



Approfondimento: utilizzo degli spazi vuoti

AZIONE 4: UTILIZZO DEGLI SPAZI VUOTI

Attività

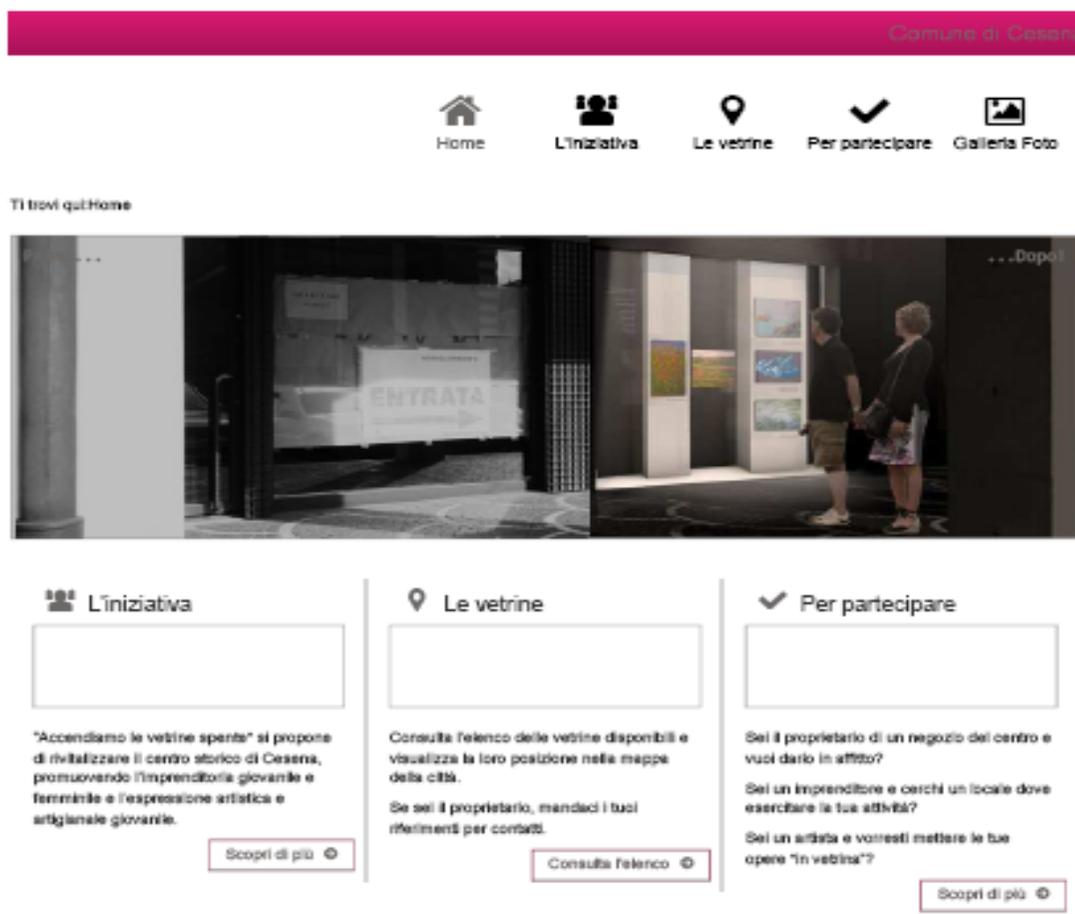
- concessione di incentivi per la promozione del decoro e della vitalità del centro attraverso il riavvicinamento dell'impresonditoria e dell'arte giovanile
- creazione di un sito internet per la presentazione dei locali sfitti, loro georeferenziazione, immagini, e presentazione dei progetti di allestimento

Risultati attesi

- favorire l'insediamento di nuove attività
- disincentivare la presenza di vetrine degradate e maltenute
- qualificazione delle attività commerciali da un punto di vista strutturale e di immagine esterna
- individuazione in Zona A di un soggetto identificabile per la progettazione e gestione degli spazi vuoti

Approfondimento: utilizzo degli spazi vuoti

Il sito internet



Seguici su Facebook

 **Regione Emilia-Romagna**

Osservatorio regionale del commercio



Approfondimento: utilizzo degli spazi vuoti

Criticità

La richiesta di spazi da parte di artisti supera di gran lunga l'offerta

L'incentivo offerto (importo di 13 Euro per mq. su base annua – corrispondente alla media della quota IMU comunale) non è ritenuto sufficiente da molti proprietari

Gli interessati invece del contatto diretto coi proprietari preferiscono un servizio di "intermediazione immobiliare" da parte del Comune

Alcune agenzie sconsigliano ai proprietari il comodato

I costi di registrazione del comodato (nel caso non sia verbale)

La crisi in atto non agevola l'apertura di nuove attività