

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

Governance e promozione commerciale del Centro Storico ed  
in particolare del Centro Commerciale Naturale  
Il progetto del comune di Santarcangelo di Romagna

Presentato dall'Unione dei Comuni Valle del Marecchia

con la collaborazione di



# Il contesto

---

## Premessa

Il Centro Storico di Santarcangelo di Romagna vanta una particolarità: un insieme di negozi e pubblici esercizi, attività terziarie e servizi che lo caratterizzano come un vero e proprio centro commerciale, a ridosso di un pregevole e ben conservato centro medioevale.

Diversi interventi sono stati effettuati nel tempo per fare in modo che queste caratteristiche rimanessero tali e che la città conservasse la propria identità:

- Riqualificazione delle vie del centro (pavimentazione, arredi e sottoservizi);
- Creazione del parco cittadino;
- Nuovi arredi per le occupazioni di suolo pubblico da parte degli esercizi.

## Problematicità e prospettive

Nonostante la crisi il complesso delle attività del centro storico finora ha retto, limitandosi ad un avvicendamento nella gestione più ravvicinato e non si è ancora verificato in maniera allarmante il fenomeno dei locali sfitti. Si teme comunque che con la crisi e il caro-affitti la situazione possa deteriorarsi e quindi si rendono necessarie delle politiche comuni di gestione e promozione.

# I partner del progetto

---

Con l'Unione dei Comuni Valle del Marecchia, che ha presentato il progetto per il Comune di Santarcangelo di Romagna, hanno sottoscritto apposita convenzione per la realizzazione del progetto di governance e promozione del Centro Storico di Santarcangelo:

- Confesercenti;
- Confcommercio;
- CNA;
- Confartigianato imprese;
- Comitato di commercianti santarcangiolesi "Città Viva", che da anni collabora con l'Amministrazione comunale per la realizzazione dei progetti nell'ambito della L.R. 41/97.

# La governance del centro

---

L'Amministrazione comunale di Santarcangelo collabora da anni con il Comitato "Città Viva" (comitato di esercenti santarcangiolesi), sia per la realizzazione di azioni di promozione sia per la presentazione dei progetti nell'ambito della L.R. 41/97. Ora c'è la volontà di realizzare uno strumento di governance del centro storico che coinvolga anche altri soggetti, quali i singoli imprenditori le associazioni economiche di categoria o enti terzi (camera di commercio, istituti bancari, istituti culturali), con l'obiettivo di elaborare un progetto di intervento mirato per la realtà santarcangiolese che tenga conto delle sue specificità.

# Le azioni progettuali

---

Azioni per promozione e marketing commerciale del CCN nell'ambito della promozione dell'intero centro storico:

- Realizzazione di eventi (ad esempio la festa del commercio o le serate estive del venerdì) caratterizzati dal marchio "Santarcangelo" da abbinare ad un'immagine coordinata;
- Elaborazione e sperimentazione di strategie che portino ad azioni commerciali coordinate (acquisti associati da parte degli esercenti per abbattere i propri costi, sconti, tessere fedeltà a beneficio dei clienti) in modo che anche la politica commerciale possa diventare col tempo comune ad un sempre maggior numero di esercizi;
- Elaborazione e sperimentazione di strategie che portino alla realizzazione di una serie di servizi a vantaggio del CCN (stabilizzazione del bus navetta di collegamento dai parcheggi, segnaletica, agevolazione nei parcheggi a favore della clientela, ecc.);
- Caratterizzazione di Santarcangelo soprattutto nel periodo natalizio, particolarmente importante da punto di vista commerciale, dando continuità al progetto EcoNatale (nato nel 2009) che ha visto negli ultimi anni il centro storico addobbato non con le solite luminarie ma con vere e proprie installazioni artistiche realizzate con materiali di recupero da artisti/artigiani che ogni anno hanno aggiunto nuove opere.



Osservatorio regionale del commercio



# Il monitoraggio

---

Si prevedono una serie di monitoraggi che avranno come indicatori:

- Numero di eventi realizzati;
- Tipi di strategie di marketing valutati e/o sperimentati;
- Realizzazione del “marchio”;
- Numero di commercianti aderenti a ciascuna iniziativa/evento;
- Soddisfazione dei clienti;
- Aspettative degli operatori commerciali e loro soddisfazione;
- Città di provenienza e motivo della visita del CCN.