

LE POLITICHE DELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA
PER LA QUALIFICAZIONE DEI CENTRI COMMERCIALI NATURALI
Dalla crisi un nuovo modello di sviluppo

Bologna, 1 luglio 2013

Dai progetti sperimentali alla definizione di uno strumento operativo a supporto dei comuni per la progettazione della valorizzazione dei centri storici

ELEMENTI INNOVATIVI DEGLI INTERVENTI NEI CENTRI
URBANI E CARATTERIZZAZIONE DEI CASI PILOTA

Marco Leoni – CAT Ascom-Confcommercio

con la collaborazione di



Alcuni punti di riferimento come premessa

***Negli interventi sui centri storici
entrano in gioco diversi valori***



Cosa si fa in Italia

Diverse le esperienze e gli approcci

**Progetti per
forme di incentivo:
In molte regioni Italiane**

**Percorsi di
Marketing Urbano
e di T.C.M.**

**Progetti integrati di intervento o di
valorizzazione commerciale**

**Centri Commerciali Naturali, Distretti
Commerciali, Piani Urbani Complessi**

**(Umbria, Piemonte, Lombardia, Emilia Romagna,
Puglia, Toscana)**



Cosa si fa in Europa

L'attenzione ai centri urbani e la valorizzazione della funzione commerciale è riconosciuta di rilevanza strategica.

I percorsi sono differenziati e con specifiche caratterizzazioni:

Percorsi partecipati in Catalogna

La valorizzazione del commercio urbano come scelta strategica

Town center management

Sviluppo e consolidamento di tali esperienze in Belgio Francia e Gran Bretagna

Politiche di Marketing Territoriale e Urbano

per gruppi di comuni in Francia

BIDs in Europa



Le problematiche da affrontare riguardano:

TEMPI BREVI



- Animazione ed eventi (grandi e piccoli eventi)
- Migliori standard, pulizia, sicurezza, segnaletica
- Efficienza dei collegamenti



- Integrazione offerta commerciale e di svago
- Qualità urbana
- Migliorare lo stato manutentivo dello spazio pubblico e delle quinte edilizie



- Qualificazione e coordinamento arredo urbano pubblico e privato
- Dotazioni di parcheggi e qualificazione dei percorsi
- Utilizzo delle potenzialità urbanistiche

TEMPI LUNGI

I casi Pilota dell'Emilia Romagna

Nel 2011 i progetti hanno riguardato 5 città della Regione:

ØPiacenza

ØParma

ØImola

ØFaenza

ØForlì

Nel 2012 I progetti riguardano 10 centri con caratteristiche molto diverse fra loro:

Città metropolitane: Bologna

Capoluoghi: Ferrara, Reggio Emilia, Cesena, Rimini e Ravenna

Centri intermedi: Carpi

Piccoli centri: Pieve di Cento, Santarcangelo e Collagna

Quindi aumenta la “variabilità” fra i diversi progetti.

I casi Pilota dell'Emilia Romagna

Le azioni che verranno presentate sono a diversi stadi di realizzazione:

- alcune azioni sono già state realizzate;
- alcune in corso di realizzazione;
- altre solo previste nei progetti.

Dal quadro emerge un ritardo in molti progetti (rispetto a quelli del 2011 alla stessa data) dovuto:

- Problemi di finanza locale: difficoltà a impegnare le somme, bilanci, crisi
- Necessità di tempo per gli studi preliminari (che in molte realtà del 2011 erano già stati realizzati prima della presentazione dei progetti)
- Problemi legati alla vita delle Amministrazioni

Alcuni elementi di sintesi dei progetti 2011



Ø **La governance**

La creazione di strumenti di collaborazione stabile fra ente pubblico e operatori privati :

- Ø Tavoli con finalità di condivisione delle strategie
- Ø Società/fondazioni con compiti operativi ecc.
- Ø Investimento sul capitale umano, coinvolgimento degli operatori

Esempi: attivazione di Cabina di Regia a Piacenza, sviluppo della governance già esistente a Imola, sistema organizzativo a Parma

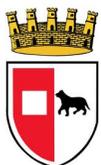
Ø **La comunicazione e la promozione del centro:**

- Ø Il marchio del centro
- Ø Le iniziative di animazione
- Ø Le politiche di fidelizzazione (concorsi ecc.)

Esempi: politiche unitarie di marketing degli esercizi a Faenza, marchio e immagine integrata a Piacenza, gli eventi di "Forlì nel cuore"; iniziative di animazione in tutti i progetti.

Gli elementi presenti nei progetti

Ø **La gestione degli spazi pubblici e dell'accessibilità:**



- Ø Cura della qualità degli spazi
- Ø Pedonalizzazioni,
- Ø Parcheggi e segnaletica



Esempi: Piano della sosta e verifica percorsi pedonali e ciclabili di collegamento tra parcheggi e il centro a Faenza, completamento pedonalizzazione a Imola, micro-progettazione partecipata a Parma, interventi di fidelizzazione e promozione della sosta e dei mezzi pubblici a Forlì



Ø **Politiche per le attività commerciali:**



- Ø Riqualficazione degli affacci (vetrine, tendaggi, dehors ecc.)
- Ø Riutilizzo dei "vuoti" commerciali
- Ø Formazione degli operatori



Esempi: la valorizzazione contenitori di proprietà pubblica per attività attrattive a Imola; monitoraggio e azioni sui negozi sfitti a Forlì, focus group con gli operatori a Piacenza.

Alcuni elementi di sintesi dei progetti 2011



Ø **Il monitoraggio delle politiche:**

- Ø Analisi dei consumatori
- Ø Monitoraggio dell'offerta
- Ø Monitoraggio dei flussi pedonali

Esempi: Interviste a frequentatori del centro di Piacenza, Faenza, Forlì; analisi della rete di Piacenza e Imola; interviste telefoniche a un campione di residenti nei territori di Forlì e Imola; interviste rivolte agli operatori del centro storico di Faenza e Piacenza; misurazione flussi pedonali 24 h su 24 da ottobre 2011 a Piacenza e in corso di realizzazione a Forlì.

Alcuni temi critici

Emergono alcune problematiche complesse sulle quali i progetti possono intervenire, ma che richiedono probabilmente anche nuovi strumenti:

- Ø **Centri storici e il cambiamento:** come reagire al calo dei consumi ed ai cambiamenti nelle modalità d'acquisto?
- Ø **Gestione del lay out delle aree naturali:** come evitare (o ridurre) i fenomeni di "spegnimento" di strade del centro?
- Ø **Continuità nell'azione di valorizzazione:** come garantire continuità di azione e di risorse nella gestione dei centri storici?

