

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

Il rilancio del centro storico della città
Il progetto del comune di Carpi

con la collaborazione di

Il contesto

Carpi e il centro storico

- 70.000 abitanti (di cui il 10% in centro storico)
 - 400 operatori commerciali in centro storico (38% del totale)
 - 230 i posteggi mercatali
 - 57 i pubblici esercizi (sui 178 totali)
 - oltre il 60% delle manifestazioni è realizzato in centro storico
- ante sisma: il centro storico era stato ampiamente ristrutturato dal pubblico e dai privati: illuminazione, pavimentazione, arredo urbano, Palazzo dei Pio, negozi, vetrine,...
- post sisma: danni ad edifici storici come il Teatro Comunale, il Palazzo dei Pio, Chiese, e a Palazzi privati sugli assi Fanti e Cabassi. In totale sulla città danni per e. 23.000.000

Obiettivi a breve: messa in sicurezza, ristrutturazione, promozione della città, in particolare del centro storico, per tornare ad essere catalizzatore di utenti e turisti

I partner del progetto

Comune di Carpi

Associazioni di Categoria

Comitati Commercianti e Ambulanti

Comitato del Patrono

I partner operano dal 2005 all'interno di un consorzio denominato Concarpi

Concarpi: non ha scopo di lucro, svolge attività di servizio verso associazioni, enti e consorziati per coordinare e promuovere iniziative

La governance del centro

La governance è sviluppata in seno al consorzio Concarpi:

- Concarpi opera dal 2005
- I suoi organi sono: Presidente, Assemblea, Consiglio direttivo
- il Consiglio è convocato almeno una volta al mese e supporta la programmazione di eventi ed iniziative in Centro storico

Le azioni progettuali

- 1 - Programmazione, definizione delle azioni, valutazione, monitoraggio del progetto per il rilancio del centro storico della città
- 2 - Iniziative di animazione per il Commercio in sede fissa, commercio ambulante, pubblici esercizi per il periodo estivo, autunnale e invernale
- 3 - Azioni di promo-commercializzazione in sinergia fra commercianti, pubblici esercizi, ambulanti (es. Carta c'è, Lotteria gratta e vinci, Carpi Christmas live)
- 4 - Iniziativa di censimento e rivitalizzazione di realtà sfitte

Il monitoraggio

Modalità di monitoraggio: somministrazione di questionari agli esercenti e agli utenti, anche attraverso l'uso di social network

I principali risultati attesi:

- aumento delle frequentazione del centro storico
- riduzione dei negozi sfitti
- aumento qualitativo dell'offerta
- prolungamento degli orari di apertura
- aumento delle iniziative realizzate dagli esercenti