



CONFCOMMERCIO OLBIA 2 Aprile 2008
CONVEGNO
Osservatorio sul commercio del Nord Sardegna
Programma di Azione 2008
Azioni di stimolo per l'attivazione dei centri commerciali naturali
Iscom Group

Alla presenza di tutti i rappresentanti dei consorzi turistici della Gallura e delle amministrazioni comunali, si tenuto un convegno presso la sala riunioni della Confcommercio di Olbia una riunione riguardante la trasformazione dei consorzi in centri commerciali naturali e nella promozione della creazione degli stessi.

Bisogna anticipare che i relatori hanno parlato di realtà legate a città e zone del territorio dislocate in diversi punti in Italia e non specificatamente con valenza turistica. Le nostre problematiche sono più complesse in quanto non dobbiamo far spostare le persone di qualche km (a meno che non pensiamo al mercato invernale), ma la nostra offerta è legata strettamente al turismo ed al problema di portare dal “Continente” le persone nel nostro territorio e di trattenerle.

In ogni caso le realtà descritte in seguito fanno parte di un progetto di trasformazione di un Consorzio in Centro Commerciale Naturale che noi abbiamo già fatto.

Attraverso la voce di due consulenti della Iscom Group si è parlato di vari punti che cercherò di elencare:

- valorizzazione del commercio e del turismo
- analisi del commercio sul territorio
- il cambiamento della fisionomia urbana non solo legato all'urbanistica, ma anche al commercio
- coordinamento delle varie politiche: urbane, commerciali, trasporto e di investimenti sul territorio
- i commercianti come interpreti e rappresentanti della vitalità urbana: i commercianti punto focale e fondamentale della città
- il commerciante ha il polso delle problematiche della gente
- organizzazione di politiche unitarie dei commercianti con l'amministrazione pubblica a partire dal breve termine con potenziamento dei servizi(manifestazioni, pulizia, segnaletica, sicurezza, efficienza dei collegamenti), al medio termine con potenziamento di qualità(qualità urbana, manutenzioni ed arredo urbano) al lungo termine con potenziamento di strutture(parcheggi, percorsi e urbanistica)
- differenze tra centro urbano e centro commerciale
- Il Centro Commerciale Naturale con chi deve interloquire in caso di disservizi, con chi deve agire sul territorio, quali sono gli interlocutori?
- La sinergia tra il Centro Commerciale Naturale e l'amministrazione
- Il Centro Commerciale Naturale : strutturare il Commercio del paese come se fosse un

- Centro Commerciale.
- Organizzazione del Centro Commerciale Naturale (come se fosse un Centro Commerciale):
 - Efficienza del commercio e suggestione(attrarre la gente)
 - Coordinamento: orari, quote consortili, spazi definiti, comunicazione ai clienti
 - Coerenza del sistema: layout dei negozi pianificato, spazi vuoti coperti da gigantografie indicanti prossime aperture, eliminare il senso di degrado
 - Comunicazione: nome negozio, logo e messaggio o slogan promozionale, grafica accurata
 - gestione dei mass media, della cartellonistica, mappe di orientamento, comunicazioni delle opportunità (promozioni,sconti,eventi, etc)
 - Fruibilità e sicurezza: Parcheggi sicuri con vigilantes, vigilantes all'interno della struttura
 - Alcuni grossi centri Outlet hanno ricostruito simulazioni di città all'interno del Centro Commerciale

STARTUP del Centro Commerciale Naturale

- Operatori con volontà di azioni congiunte
- logo del consorzio
- buone relazioni tra soggetti(Consorzio, Comune, Associazioni di settore, etc)
- risorse finanziarie e azioni in coordinamento tra i soggetti citati sopra
- piano di azione strutturato e monitoraggio dell'andamento
- cercare di circoscrivere la minaccia di azioni contrarie all'azione commerciale (lavori in corso e di manutenzione, cantieri comunali e privati, eventuali nuovi centri commerciali in loco)

Punti di partenza fondamentali per creare il Centro Commerciale Naturale:

- Grande evento
- Finanziamenti pubblici
- Iniziative di marketing territoriale
- Piano di marketing urbano
- Accordo tra pubblico e privato
- Pianificazione iniziative varie
- Analisi per il confronto
- Animazione
- Logo ed indentificazione territoriale
- segnalazioni esaustive sulle attività e miglior arredo urbano
- offerte commerciali e di svago
- coordinamento aperture attività
- crescita e ristrutturazione di serrande, insegne e vetrine
- pubblicità legata ai prezzi degli articoli(la gente pensa che nel paese gli articoli costano di piu')

