

PROGETTO 2.B.1.4

“Il Porticone” - i portici centro commerciale naturale

CONTENUTO

L'associazione denominata “L'intercomitato il Porticone” (più sinteticamente “Il Porticone”) è stata costituita a Cuneo il 24.10.2001 con sede sita presso la Confcommercio di Cuneo. Trattasi di associazione di promozione economica culturale e sociale, senza scopo di lucro, che si propone altresì la promozione e l'incentivazione dell'offerta turistica e commerciale del Cuneese in tutte le sue forme.

Tale associazione ha ideato un programma per il 2006 riguardante la promozione di tale centro commerciale naturale tramite un progetto che riqualifichi e rilanci i negozi aderenti, identificabili in un marchio comune, che verrà pubblicizzato ai consumatori ben visibilmente sottolineato da una massiccia campagna pubblicitaria (carta stampata, maxi poster, cartellonistica stradale, gonfaloni, nuove vetrofanie, sito internet con vetrina virtuale, pieghevoli, consegna a domicilio, collegamento a grandi manifestazioni ed eventi con la mascotte in fase di realizzazione) che riqualificherà le attività partecipanti al progetto in un'ottica di concorrenza alla grande distribuzione.

RISULTATI ATTESI

Riqualificazione e rilancio del commercio tradizionale e riqualificazione del centro urbano per competere e distinguersi dalla grande distribuzione per confermare l'importanza del commercio di vicinato nel mantenimento di una città viva sia dal punto di vista sociale che occupazionale. Altri obiettivi consistono nel far conoscere e pubblicizzare i negozi aderenti per offrire ai clienti opportunità e garanzie qualificate frutto dell'esperienza e della forza di molti professionisti.

ATTORI

- Comune di Cuneo
- Comuni del polo commerciale
- Regione Piemonte
- Confcommercio.

RISORSE E STRUMENTI

Si basano sulle quote associative annuali conferite dai commercianti aderenti, dal patrocinio e dai contributi della Regione Piemonte, del Comune di Cuneo ed altri Enti nonché dalla sinergia tra pubblico e partner privati.

Gli strumenti con il quale opera “Il Porticone” sono i progetti che mirano all'attrattività, accessibilità, animazione, accoglienza ed affidabilità raggiungibili anche grazie ad un programma di iniziative indirizzate alla Regione Piemonte per utilizzare i finanziamenti programmati con la legge del 7/8/1997 n. 266 nell'ambito delle norme di attuazione previste con la Deliberazione C.I.P.E. del 5/8/98 n. 100; progetti condivisi tra Confcommercio ed altri Enti.

TEMPI

La realizzazione del programma di promozione de “Il Porticone” dovrà essere attuata entro dicembre 2006.

COSTI

Da quantificarsi anno per anno a secondo delle specifiche iniziative.

FATTIBILITÀ

Punti di forza:

- superamento della tradizionale molecolarità delle azioni dei singoli commercianti;
- rapporto positivo, e non solo rivendicativo, tra commercianti ed enti pubblici;
- la conseguenza del fatto che “Il Porticone” sia un centro commerciale naturale è riscontrabile nella facilità da parte dei commercianti stessi di sposare una filosofia comune che consiste nel riconoscersi in un unico progetto volto a contrastare la grande distribuzione;
- comunione di interessi tra i professionisti aderenti a tale associazione e gli interessi dei cittadini rappresentati dagli Enti Locali che trovano nella riqualificazione dei piccoli esercizi di vicinato un traguardo vantaggioso per tutti, sia dal punto di vista della qualità che da quello delle iniziative, dei prezzi e della affidabilità.

Punti di debolezza:

- consistono nei possibili limiti, quali quelli imposti dalle Leggi finanziarie, che sembrano potenzialmente ostacolare la realizzazione dei programmi di finanziamento regionali;
- difficoltà nel superare le resistenze dei singoli;

- scarsità delle risorse finanziarie

EVOLUZIONE DEL PROGETTO

Il progetto, già in fase di realizzazione, è vincolato all'andamento degli strumenti programmatici ed operativi finanziati dalla Regione Piemonte, quali il progetto di riqualificazione urbana (PQU), il cui obiettivo generale è quello di sviluppare un sistema di iniziative pubbliche e private di carattere materiale e gestionale nonché promozionale che valorizzino le peculiarità dell'insediamento urbano e le espressioni economico-commerciali che lo caratterizzano, accentuando la capacità attrattiva dell'addensamento, grazie al miglioramento del contesto urbano, dei servizi e dell'immagine della struttura commerciale.