



Laboratorio
Economia
Locale



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

Progetto di consulenza strategica

Strategie di marketing territoriale dall'input dei clienti all'offerta di servizi. I centri storici e il commercio di vicinato

COMUNE DI CREMONA

Servizio Distretto Urbano del Commercio, Tempi e Orari

Dicembre 2023

1. PREMESSA

Cremona ha registrato negli ultimi anni indicatori di afflusso turistico molto positivi in termini di arrivi e presenze, superiori alla media nazionale come tassi di variazione, pur con dimensioni assolute ancora ridotte. Anche gli indicatori della qualità della vita rivelano dinamiche in crescita nell'ultimo decennio, grazie ad un sistema produttivo diversificato e vocato ad alcuni settori di eccellenza come l'agroalimentare, la meccanica avanzata, la metallurgia, il legno e l'agricoltura.

La presenza dei poli universitari ha inoltre arricchito sia la qualità dell'offerta culturale della città che incrementato gli arrivi di studenti da diverse aree dell'Italia. Tuttavia il sistema commerciale locale vive ormai da due decenni una profonda trasformazione sia dal lato dell'offerta che della domanda. Si assiste ad un netto calo degli esercizi del commercio al dettaglio, sia in sede fissa che ambulante, e al contempo l'esplosione dell'e-commerce e lo sviluppo significativo della grande distribuzione organizzata.

Questi cambiamenti nell'offerta commerciale derivano dalle trasformazioni della domanda e dei consumi, che hanno registrato il passaggio da un modello in cui le persone confluiscono verso beni e servizi (ad esempio ristoranti e negozi di alimentari, musei e cinema, scuole e ospedali) a un modello in cui beni e servizi arrivano alle persone (consegna, online retail e servizi, telecontrollo e digital twin). La pandemia ha solo accelerato questa trasformazione. Non stupisce quindi che il prossimo futuro sarà caratterizzato da: un aumento degli acquisti online; la coesistenza di nuovi e vecchi modelli di consumo con spazio di mercato ancora sufficiente nel breve termine per i negozi tradizionali e di quartiere; un crescente interesse per i mercati urbani che vendono prodotti agricoli locali; il permanere dell'importanza dell'interazione umana nel rapporto cliente-venditore. Accanto a questo mutamento strutturale delle abitudini dei consumatori va valutato l'impatto che sta avendo l'andamento dei prezzi sul livello dei consumi stessi. Oltre agli aspetti quantitativi in termini di riduzione dei consumi, l'aumento dei prezzi ha comportato anche un cambiamento nelle abitudini dei consumatori con un forte incremento delle vendite dei discount alimentari.

L'Amministrazione comunale di Cremona ha elaborato negli anni sia il Piano Strategico del Commercio nel 2019 che il Piano dei tempi e degli orari di Cremona (Pto-CR) nel 2022 individuando politiche di promozione e valorizzazione commerciale territoriale.

Le strategie individuate in questi strumenti di pianificazione sono riconducibili a quattro politiche specifiche:

- Cremona ospitale per cittadini e visitatori
- I giovani e la città del domani
- Orari dei servizi pubblici e digitalizzazione
- Mobilità di prossimità, cambia il volto della città

A questi strumenti si aggiunge il patto del DUC (Distretto Urbano del Commercio) del 2020, con finalità specifiche di promozione degli operatori del centro storico.

Il Piano Strategico di Sviluppo Turistico, recentemente approvato dalla Giunta Comunale, ha inoltre dato indicazioni che possono contribuire anche alla qualificazione dell'offerta commerciale, ripensando alla città non solo per i residenti ma anche per gli "ospiti", sia turisti che studenti temporanei.

Il Laboratorio di Economia Locale dell'Università Cattolica (LEL) offre le proprie competenze di analisi territoriale e supporto tecnico-scientifico, maturate in oltre 20 anni di ricerca e formazione sui temi dello sviluppo locale e della promozione territoriale. Il LEL è un centro di ricerca dell'Università, attivo dal 1995 presso la Facoltà di Economia e Giurisprudenza delle sedi di Piacenza e Cremona: l'attività si concentra sull'analisi delle economie locali, con particolare

riferimento alla promozione dei sistemi locali e alle politiche territoriali. Le aree di ricerca e formazione del LEL riguardano: lo sviluppo economico dei sistemi locali, il marketing territoriale, la pianificazione territoriale, le politiche di sviluppo locale. Il gruppo di ricerca si è specializzato nel supporto metodologico e scientifico alla programmazione territoriale per Comuni, Province, Regioni, Camere di Commercio, Consorzi e Associazioni di enti locali, Associazioni di categoria e singole imprese, e in particolare per l'elaborazione concertata di piani strategici e piani di marketing territoriale. Oltre a 220 quaderni pubblicati e rapporti di ricerca, i ricercatori del LEL hanno curato diverse pubblicazioni italiane ed internazionali, tra cui "Politiche per lo sviluppo territoriale" (Carocci), "Promuovere il territorio" (Franco Angeli) e "Il territorio nell'anima" (Vita e Pensiero).

2. OBIETTIVI E METODOLOGIA DEL LAVORO

L'obiettivo generale è quello di offrire all'Amministrazione Comunale nuove indicazioni strategiche e strumenti di conoscenza e supporto metodologico per attuare **politiche di promozione e qualificazione dell'offerta commerciale**.

In particolare il lavoro avrà i seguenti obiettivi specifici:

1-valorizzare le indicazioni del Piano Strategico di Sviluppo Turistico di Cremona per il settore del commercio

2-organizzare momenti di formazione e confronto con gli operatori commerciali di Cremona

Il primo obiettivo sarà realizzato attraverso una rilettura delle analisi quantitative e qualitative del Piano di Sviluppo Turistico utilizzando i risultati delle indagini quantitative realizzata in particolare:

-su operatori turistici e commerciali

-su cittadini

-su giovani universitari

Saranno anche rielaborati i dati aggiornati di Data Appeal sul sentiment dichiarato da cittadini e turisti tramite canali social in tema di qualità dei luoghi, degli attrattori, della ricettività e della ristorazione.

Per il secondo obiettivo saranno organizzati tre momenti seminariali pubblici, destinati in prima battuta agli operatori commerciali ma aperti anche ad operatori della ricettività in generale con la seguente ipotesi di contenuto:

-primo workshop: restituzione dei risultati delle indagini del Piano strategico di sviluppo turistico agli operatori commerciali

-secondo workshop: due best practice di valorizzazione commerciale di città di media dimensione

-terzo workshop: una/due best practice di valorizzazione commerciale da parte di associazioni di categoria.

Tutti gli obiettivi saranno perseguiti anche con l'utilizzo degli incontri online e del webinar in merito alla condivisione di contenuti e strategie di lavoro e di azione.

3. TEMPI E RISORSE

Per lo svolgimento del servizio sarà impiegato un Gruppo di Lavoro multidisciplinare composto da risorse qualificate del LEL, coordinate dal Prof. Paolo Rizzi, assicurando la stretta collaborazione fra i singoli esperti ed i rappresentanti del Comune di Cremona. Per la realizzazione del progetto che prevede la consegna di un report nel 2023 e la realizzazione dei tre seminari aperti entro il mese di aprile del prossimo anno, si chiede un contributo di 5.000 euro (Iva inclusa). Il compenso sarà erogato in due rate: il 40% all'avvio del progetto; il restante 60%, alla conclusione dei lavori.