

SINTESI MONITORAGGIO DEL PROGETTO DI PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE DEL CENTRO STORICO  
**RIVOLTO AGLI OPERATORI COMMERCIALI DEL CENTRO STORICO**

L'Amministrazione Comunale di Faenza ha assunto l'obiettivo di valorizzare e animare il centro storico, che esprime l'identità culturale di Faenza, sia nell'ottica di una maggior attrazione turistica, sia di una maggiore valorizzazione della rete commerciale e dei servizi che vi operano.

Per cogliere le opportunità offerte dalla Regione Emilia-Romagna, già nel 2011 il Comune di Faenza aveva elaborato e condiviso con le Associazioni degli imprenditori, un Progetto di "Valorizzazione e promozione del centro storico" (PVCS), progetto poi approvato e finanziato dalla Regione Emilia-Romagna.

Ora, il nuovo quadro strategico di valorizzazione del centro storico di Faenza partendo dall'analisi dei risultati del PVCS concluso nel 2014, porta a un'equilibrata valutazione dei problemi ancora da risolvere e dei possibili interventi operativi.

Pertanto, in risposta all'atto GR n. 1074 del 14 luglio 2014, il Comune di Faenza ha elaborato un nuovo Progetto di "Valorizzazione e promozione del centro storico", nuovamente approvato e finanziato dalla Regione Emilia-Romagna.

Anche per la presente edizione l'Amministrazione comunale ha ritenuto di affidare il servizio di monitoraggio ad entrambi gli organismi di assistenza tecnica (CAT) delle Associazioni di categoria dei commercianti, in possesso di professionalità e conoscenza approfondita delle tematiche in oggetto, che già avevano effettuato lo stesso monitoraggio nel progetto precedente.

L'indagine si propone di monitorare l'andamento del Progetto, confrontandola con la stessa indagine effettuata nel 2012 con il precedente PVCS.

L'impianto del questionario ricalca quello della corrispondente indagine relativa al PVCS 2011, con alcuni aggiustamenti per acquisire informazioni più attuali.

L'indagine è stata realizzata nel mese di Marzo 2016 tramite tecnologia CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) sui soci del Consorzio Faenza C'entro e su elenchi forniti dalle Associazioni di categoria Confcommercio e Confesercenti. Oltre il 89,4% degli intervistati esercita l'attività in centro a Faenza da oltre sei anni e più del 76% si trova in un locale in affitto.

Il questionario era suddiviso in quattro aree principali:

- 1) Valutazioni e suggerimenti per il centro storico di Faenza;
- 2) Valutazioni su alcune iniziative promosse per il centro storico della città;
- 3) Valutazioni su Faenza C'entro;
- 4) Valutazioni sulle iniziative di animazione promosse nel centro storico.

### ***Il centro storico***

La presenza di beni artistici e architettonici di valore storico è considerato il vero punto di forza del centro storico di Faenza, in percentuale molto superiore a quella registrata nella precedente indagine, mentre si nota un dimezzamento della percentuale di chi non vede nel centro storico nessun punto di forza.

Se nel 2012 la carenza di parcheggi era il problema più rilevante, nella presente indagine le maggiori criticità emerse sono state l'atmosfera degradata (18,5%) e la scarsa cura (14,6%), ma anche la percezione di poca sicurezza (12,6%), mentre la scarsa dotazione di parcheggi riguarda una percentuale del 13,9%.

Per gli operatori intervistati, il punto di forza dell'offerta commerciale è la qualità dei negozi (37,1%) e la professionalità dei commercianti (25,2%), mentre è calata al 7,3% , rispetto al

16% del 2012, la percentuale di chi non vede alcun aspetto positivo. La forte concorrenza di centri commerciali e outlet (20,7%) unitamente alla scarsa varietà dei negozi presenti (18,5%), sono gli elementi critici rilevanti.

Incremento della possibilità di parcheggio per i clienti, rendere il centro più accogliente e sicuro e maggiori occasioni di richiamo, come eventi e manifestazioni con caratteristiche commerciali, potrebbero essere particolarmente utili per aumentare la frequenza degli acquisti nelle attività del centro storico.

### ***Le iniziative promosse per il centro storico della città***

Sono state sottoposte a giudizio quelle iniziative, selezionate dal gruppo di lavoro del progetto, promosse dall'Amministrazione Comunale per incentivare le occasioni di visita del centro da parte delle persone. I giudizi sono stati espressi su una scala da 1 (=completamente negativo) a 10 (=completamente positivo).

Il primo tema riguardava i giudizi sul nuovo piano sosta, molto discusso inizialmente, ma che ora ha ottenuto la maggioranza di giudizi positivi (51,8%). Giudizi ampiamente positivi (87,6%) anche per il "Green go bus", servizio di minibus elettrici gratuiti per il centro storico. La creazione di parcheggi gratuiti a servizio del centro, tariffe ridotte in alcuni periodi dell'anno e abbonamenti a tariffe agevolate per residenti, unitamente all'incentivazione del Green go bus, sono gli accorgimenti considerati più efficaci per migliorare il sistema della viabilità in centro.

Il secondo tema era riferito alla conoscenza del MIC, Museo Internazionale delle Ceramiche, come attrattiva culturale per Faenza, che riscuote il favore della quasi totalità degli operatori commerciali (92,1%). Creare sinergia tra gli eventi e il miglioramento dell'illuminazione sono iniziative che vengono ritenute adeguate per aumentare la fruizione culturale del centro.

La valorizzazione del sistema del verde (con la riqualificazione dei parchi e l'iniziativa I Giardini di Natale), pur non essendo conosciuta da tutti, è stimata positivamente dall'87% di chi conosce questi progetti (62%).

L'ultima parte del questionario era dedicata ad indagare l'interesse della definizione di un programma unico di promozione delle attività del centro, il 94,1% degli intervistati ritiene importante che gli operatori del centro definiscano un programma unico di promozione e sviluppo delle attività e dei servizi.

### ***Faenza C'entro***

In questo quadro il 66,4% degli intervistati è risultato socio del Consorzio dei commercianti del centro e l'88,7 % ha dichiarato di conoscerne l'esistenza ma, del 33,6 % che non aderisce a Faenza C'entro, solo l'1,9% dichiara una disponibilità ad associarsi.

### ***Le attività di animazione promosse nel centro storico della città***

I Martedì d'estate, le luminarie natalizie e Gold Friday sono risultate le iniziative più gradite e che hanno avuto il maggior riscontro in termini di ricaduta economica per le attività del centro di Faenza, mentre diminuisce fortemente, rispetto al 2012 la percentuale di gradimento della pista del ghiaccio (dal 30% al 9,9%).

L'iniziativa comunque maggiormente apprezzata è stata Argilla Italia.

Il 37,7% degli intervistati ritiene che si dovrebbero promuovere più iniziative di animazione del centro, così come creare uno spirito di collaborazione tra gli operatori (18,5%) e puntare su azioni di marketing e promozionali del centro storico per renderlo più attraente, da un punto di vista commerciale, rispetto ad altri luoghi del commercio, come i centri commerciali artificiali.