

Possibili sviluppi del Progetto AlpCity – Focus sul seminario del 5 ottobre 2006 a Milano

L'ipotesi di dare continuità al progetto AlpCity con un progetto per la raccolta, la selezione e la valorizzazione di buone pratiche è coerente con le attività in programma della Direzione Commercio fiere e mercati della Regione Lombardia che nel 2002 ha istituito l'Osservatorio Regionale del Commercio che prevede tra le sue attività il “monitoraggio della rete commerciale in tutte le sue forme e tipologie, per mettere a disposizione della Regione, delle categorie e degli altri soggetti interessati le informazioni sulla consistenza e le caratteristiche della rete, sulle sue interazioni col territorio e con l'evoluzione della domanda, sui fenomeni di innovazione e sugli strumenti di applicazione delle norme di legge sul commercio e sugli strumenti pubblici di sostegno alle attività commerciali”

A tale fine l'Osservatorio svolge studi e indagini mirate e divulga i dati del monitoraggio. Vi è un apposito capitolo di spesa sul quale potrebbero essere cofinanziate le attività del nuovo progetto.

In questi anni abbiamo fatto molto sulla rilevazione della consistenza ma non vi è ancora nulla di strutturato per quanto riguarda le buone pratiche. AlpCity potrà essere l'occasione per avviare un lavoro sui centri urbani.

Con la sperimentazione del progetto AlpCity abbiamo constatato inoltre quali sono i bisogni per quanto riguarda lo sviluppo del commercio nelle aree montane ed in particolare nei piccoli comuni che non hanno consistenti flussi turistici:

- manca in coraggio per avviare sperimentazioni
- manca imprenditoria
- vi è un basso livello di formazione
- mancano modelli di riferimento da imitare
- mancano soggetti di riferimento che supportino le scelte e le decisioni degli imprenditori facendoli sentire parte di un'organizzazione più ampia (un esempio positivo è il ruolo svolto dalle Camere di Commercio in Francia nella sperimentazione dei modelli di negozi multiservizio – la creazione di catene di negozi multiservizio)
- manca da parte delle Amministrazioni Locali la capacità di associarsi per promuovere eventi di attrattività (Town Centre Management della montagna – come ipotizzato nella relazione finale dei progetti in Valcamonica e Valvestino)
- manca la capacità di integrare iniziative e risorse sul territorio
- manca la capacità di cooperazione tra i diversi formati di vendita (grande e media distribuzione commerciale ed esercizi di prossimità)

Vi è quindi la necessità per la Regione non solo di avviare studi e ricerche, ed identificare le azioni migliori da svolgere, da promuovere e da divulgare, ma anche di

individuare soggetti intermedi sul territorio che abbiano la necessaria capacità per agire da moltiplicatori degli sforzi.

Il seminario che si svolgerà il 5 ottobre presso Unioncamere Lombardia a Milano sarà occasione per verificare se e come i “soggetti intermedi” del territorio e potranno contribuire a sostenere non solo le iniziative di sviluppo su casi specifici, ma anche attività di formazione e divulgazione sul territorio e divenire riferimenti per la piccola imprenditoria.

I soggetti invitati sono le: Comunità Montane; gli Enti Parco; le Camere di Commercio; oltre alla Grande Distribuzione Organizzata cui è assegnato dalla nuova programmazione regionale il ruolo di sostegno e collaborazione con gli esercizi di minori dimensioni.

Oltre al tema della montagna vi è il tema dell’attrattività commerciale dei centri urbani in generale che si realizza con azioni di riqualificazione urbana e di Town Centre Management. Anche questo è un tema che potrà impegnare l’Osservatorio Regionale e potrà essere sviluppato in un nuovo progetto europeo.