



Con il sostegno della legge regionale
Emilia-Romagna n. 15/2018



Misano

per un commercio
vicino e sostenibile

INSIEME PER UNA VISIONE STRATEGICA

PROCESSO PARTECIPATIVO

DOCUMENTO DI PROPOSTA PARTECIPATA

Ottobre 2020



IL PERCORSO

Titolo del processo: "MISANO. Per un commercio vicino e sostenibile"

Ente promotore e titolare della decisione: Comune di Misano Adriatico

Responsabile del processo: Dott. Alberto Rossini.

IL DOCUMENTO

Curatori del testo:

Alberto Rossini Comune di Misano Adriatico

Gianluca Avella - Agenzia per l'Energia e lo Sviluppo Sostenibile

Francesca Gaburro - Agenzia per l'Energia e lo Sviluppo Sostenibile

Tiziana Squeri - Eubios

Periodo di redazione: Ottobre 2020

Data di approvazione da parte del Tavolo di Negoziazione: 26 Ottobre 2020

Data di invio del DocPP al Tecnico di Garanzia: 28 Ottobre 2020

IL TAVOLO DI NEGOZIAZIONE

Ente promotore e titolare della decisione:

Comune di Misano Adriatico

Filippo Valenti – Assessore Attività Produttive

Alberto Rossini- 'Ufficio di Piano

Tamara Ferri – Ufficio di Piano

Stefano Amanzio - SUAP

Soggetti Sottoscrittori accordo formale:

Comune di Misano Adriatico

Comitato di quartiere di Portoverde

Comitato cittadino di Misano Brasile

Confcommercio provincia di Rimini

Confesercenti provincia di Rimini

Associazione CNA di Misano Adriatico

Altri attori:

Associazione Commercianti di Porto Verde

Commercianti di Misano

PREMESSA

Il percorso partecipativo che il Comune di Misano Adriatico ha proposto per il 2020 parte dalla considerazione che il commercio in forma tradizionale vive da diversi anni una situazione critica legata a diversi fattori, tra cui la concorrenza sempre più forte delle nuove forme di distribuzione organizzata, con forte rischio di perdita identitaria a causa di continui fenomeni di dismissione degli usi del paese.

Il fenomeno è particolarmente sentito nella zona Misano Centro, nella zona di via Repubblica e via Platani e aree limitrofe, dove valorizzare la funzione commerciale di vicinato e la rivitalizzazione del commercio tradizionale con l'attuazione di politiche coordinate e condivise fra i diversi soggetti interessati, risulta essere strategica.

Nell'ambito delle politiche del Comune di riqualificazione del territorio, il centro cittadino continua a svolgere un ruolo fortemente identificativo anche in relazione all'alternanza stagionale della presenza turistica che costituisce un elemento fortemente destabilizzante.

Ulteriore elemento la nuova consapevolezza soprattutto delle giovani generazioni, sulle tematiche dello sviluppo sostenibile e della lotta ai cambiamenti climatici che, se intercettata, può diventare nuova cifra identitaria. Il rilancio del commercio di vicinato si inserisce pertanto in una strategia più ampia mirata a migliorare la qualità della vita dei cittadini e di resilienza ai cambiamenti climatici.

Il progetto ha avuto lo scopo di condurre cittadini, operatori del settore commercio e Amministrazione Comunale alla definizione di strategie per la riqualificazione urbana e il rilancio del commercio di vicinato nell'ottica dello sviluppo sostenibile: il presupposto è che, oggi, perseguire una crescita dell'economia locale non può prescindere da attivare strategie condivise con il territorio, che riescano a coniugare la tutela dell'ambiente con un maggior benessere sociale dei cittadini, migliorando al contempo la qualità dell'ambiente urbano.

Durante lo svolgimento del processo partecipativo, tuttavia, l'emergenza sanitaria per il Covid e le misure di chiusura di tutte le attività per la limitazione del contagio, hanno, da un lato, esasperato alcune dinamiche di contrazione del mercato già in atto in precedenza, e dall'altro hanno permesso di sperimentare nuove forme di vendita, introducendo pertanto nuovi elementi alla discussione.

IL PERCORSO EFFETTUATO

Il percorso si è sviluppato in una prima fase propedeutica di condivisione del percorso, una di svolgimento del processo partecipativo vero e proprio e l'ultima di chiusura.

1. Fase di avvio:

- Avvio del progetto: conferenza stampa di presentazione del Percorso partecipativo "Misano per un commercio vicino e sostenibile"
- Attività di formazione a tecnici e funzionari della PA e ad alcuni membri del TdN. Partendo dal paragone tra un sistema sociale ed un ecosistema naturale, l'intervento ha tentato di inquadrare gli aspetti di complessità tipici di tutte le trasformazioni, a partire dalle relazioni tra diversi portatori di interesse (stakeholder). La relazione ha illustrato come le interdipendenze tra gli elementi di un ecosistema rendano spesso vane o addirittura controproducenti tutte quelle soluzioni "lineari" che ignorano i feedback loop naturali
- Primo Tavolo di Negoziazione: condivisione del metodo di lavoro, delle finalità del calendario
- Definizione dei testi dei questionari on-line per cittadini e per commercianti e definizione del calendario degli incontri (poi annullato per chiusura Covid).
- Secondo Tavolo di Negoziazione: rimodulazione del progetto da Maggio con modalità a distanza.

2. Fase di svolgimento:

- *Comunicazione* attraverso la pagina Facebook del Comune "Misano in Comune" e lancio dei questionari (rivisitati per raccogliere impressioni legate alla chiusura Covid) e della raccolta delle foto storiche del Commercio di Misano.
- *Evento di lancio*, in modalità a distanza:
- *Primo e secondo laboratorio a distanza*: divisione in gruppi dei partecipanti e analisi SWOT a distanza con sessioni dedicate ad ognuno dei quattro elementi "Punti di forza/Debolezze" e "Opportunità/Minacce".
- *Terzo laboratorio in presenza*: a partire dagli ambiti emersi dall'analisi swot sono state enucleate tre tematiche (rete di commercianti, mobilità sostenibile e uso degli spazi pubblici) da discutere, al fine di arrivare alla definizione di proposte concrete. Emerge che la rete dei commercianti è la tematica più sentita e anche quella può fare da "trait d'union" per le altre.

3. Fase di chiusura:

- *Momento conclusivo di restituzione*: realizzazione di un video e di materiale grafico per la sintesi delle proposte emerse.

Calendario incontri

- 08 gennaio 2020 - Presentazione progetto
- 29 gennaio 2020 - Incontro di formazione – (in presenza)
- 13 febbraio 2020 - Primo Tavolo di Negoziazione (in presenza)

INTERRUZIONE PER COVID

- 26 maggio 2020 - Secondo Tavolo di Negoziazione (a distanza)
- 06 giugno 2020 - Evento di lancio (a distanza)
- 18 giugno 2020 - Primo laboratorio (a distanza)
- 25 giugno 2020 - Secondo laboratorio (a distanza)
- 06 ottobre 2020 - Terzo laboratorio (in presenza)
- 20 ottobre 2020 - Terzo Tavolo di Negoziazione (a distanza)
- 28 ottobre 2020 - Chiusura (a distanza)

Criticità, imprevisti, cambiamenti e dilazioni

Durante lo svolgimento del percorso partecipativo, in particolare tra il primo Tavolo di Negoziazione e l'Evento di Lancio si è verificata l'emergenza sanitaria legata al virus SARS- covid19, con la conseguente chiusura totale di tutte le attività. L'evento di lancio, pertanto, già programmato è stato cancellato e le attività si sono interrotte. A Maggio, in occasione della riduzione del rischio sanitario, è stato indetto un nuovo Tavolo di Negoziazione per valutare la ripresa dei lavori prima dell'inizio della stagione turistica e la modalità di lavoro.

Tra Maggio e Giugno, infatti sono stati organizzati tre incontri (l'evento di lancio e due laboratori) a distanza utilizzando le piattaforme on-line "Zoom" e "Miro".

In generale come criticità riscontrata, e aggravata dalla pandemia, si può citare lo scarso numero di partecipanti e la loro scarsa varietà. I comitati di cittadini presenti a Misano, che in un primo momento sembravano essere interessati, non hanno di fatto partecipato.

La raccolta delle foto storiche del commercio di Misano non ha funzionato, nessuno ha inviato materiale e anche il numero di questionari compilati è stato scarso.

LE PROPOSTE PER IL COMUNE

Laboratori online

A fronte delle misure di contenimento dell'epidemia di COVID e nella fattispecie delle limitazioni agli incontri in presenza, si è deciso di riprogettare le attività laboratoriali del percorso partecipato in *laboratori online*. In particolare si è voluto di volta in volta curare la rappresentazione visuale degli elementi di discussione, degli spunti e delle indicazioni fornite dai partecipanti. La mappatura visuale dei risultati di ogni incontro è una forma di restituzione fedele e al tempo stesso immediata dei contributi raccolti.

Già dal **primo incontro di lancio del percorso** si è voluto redigere una sintesi grafica che ispirasse i partecipanti, impostando la logica di lavoro che avrebbero ritrovato ai laboratori. Tre gli ambiti emersi dagli interventi <l'Azienda, il Territorio, la Rete>.

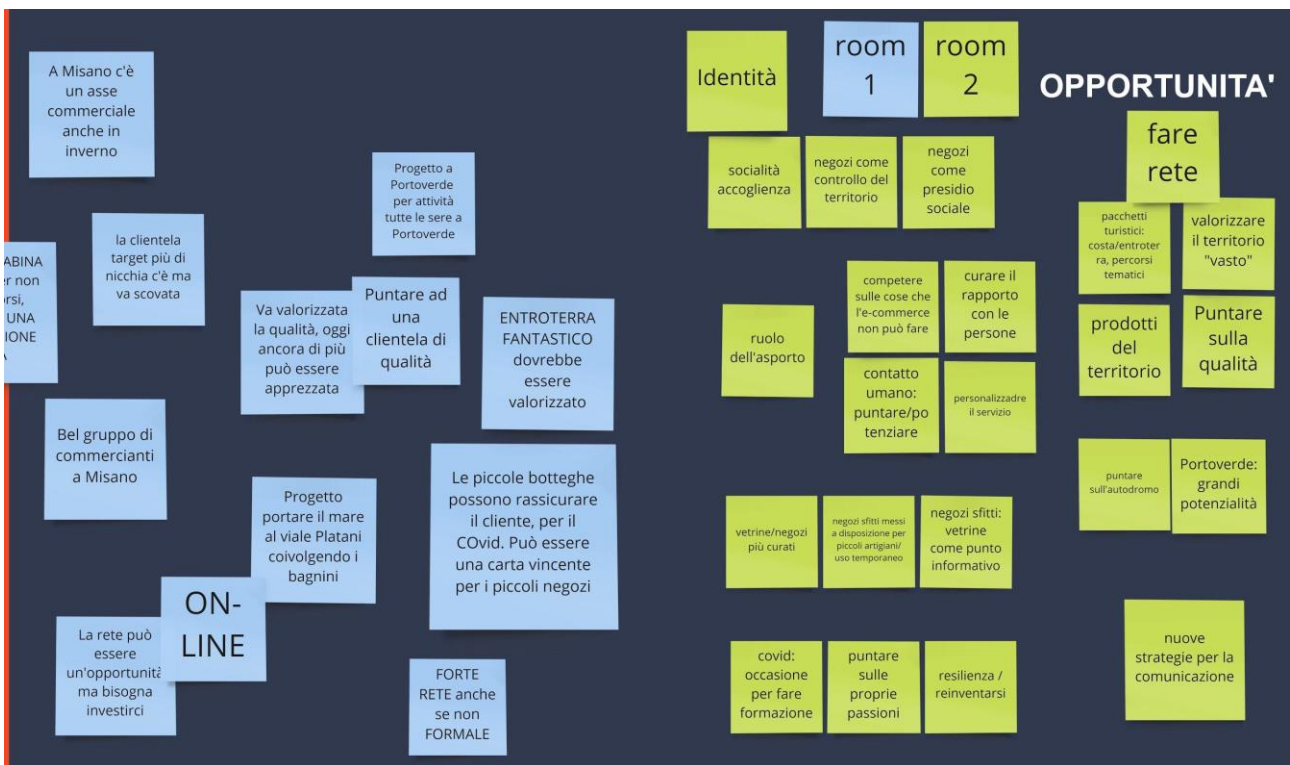
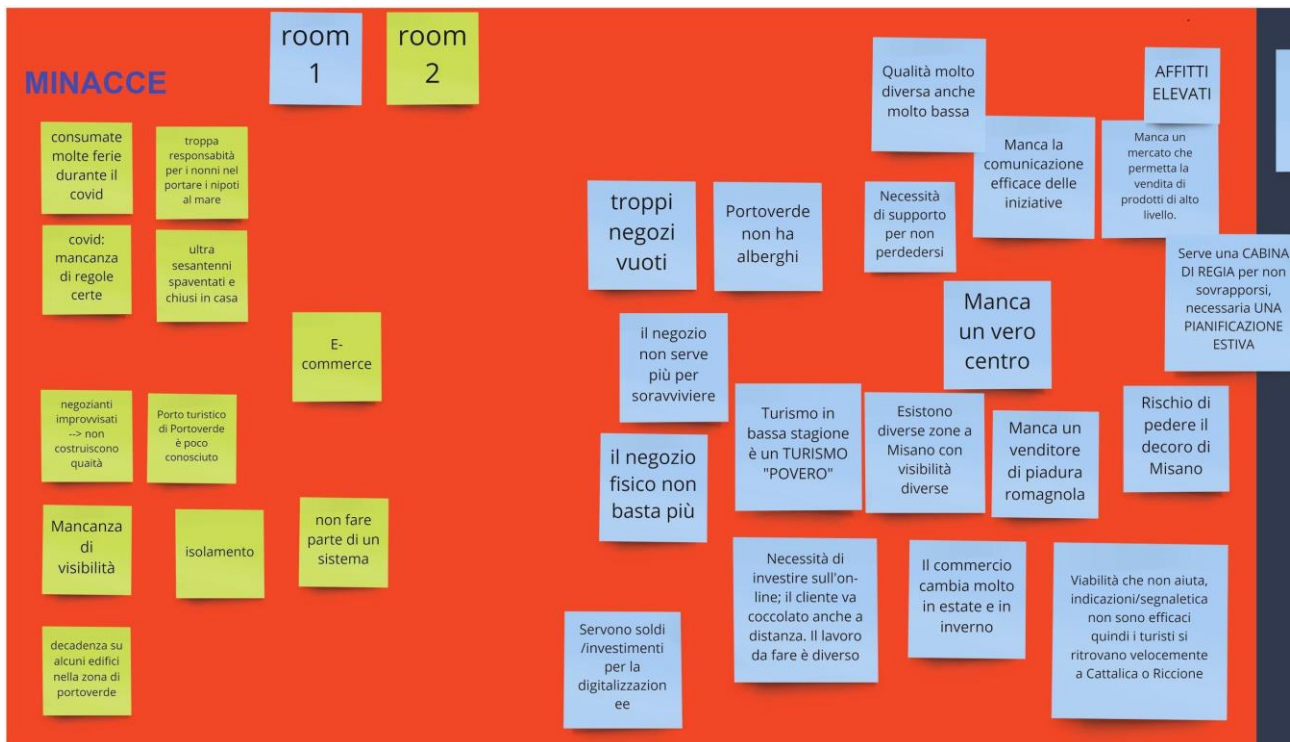
L'azienda. Una delle risposte all'emergenza COVID è stata la riorganizzazione in *modalità di vendita mista* (e-commerce e negozio fisico) che può rappresentare una modalità da perseguire e consolidare anche per il futuro; puntare ad una *offerta di qualità* in contrapposizione alla diffusione di distributori automatici e di punti vendita "tutto ad un euro" è strategico per il sistema territoriale. Tutto ciò risuona con la questione *dell'identità*, sia quella che il territorio propone alla clientela turistica, ma non solo. Interessante il riferimento alla *missione etica* del negoziante *di promotore della bellezza*, ad esprimere una sua funzione sociale, oltre che di cura dell'ambito urbano e *presidio territoriale*. Da qui anche il bisogno di esplorare una dimensione nuova nel *rapporto tra spazio pubblico e spazio privato*.

Il territorio. Misano Adriatico resta poco riconoscibile al turista, stretta tra Riccione e Rimini e *priva di un'integrità territoriale* e forse anche di un "*claim*" forte. Questi sono punti su cui ragionare e lavorare assieme. Ciò detto *sport e benessere* possono essere i punti su cui puntare nella comunicazione al turista, anche allargando all'entroterra misanese.

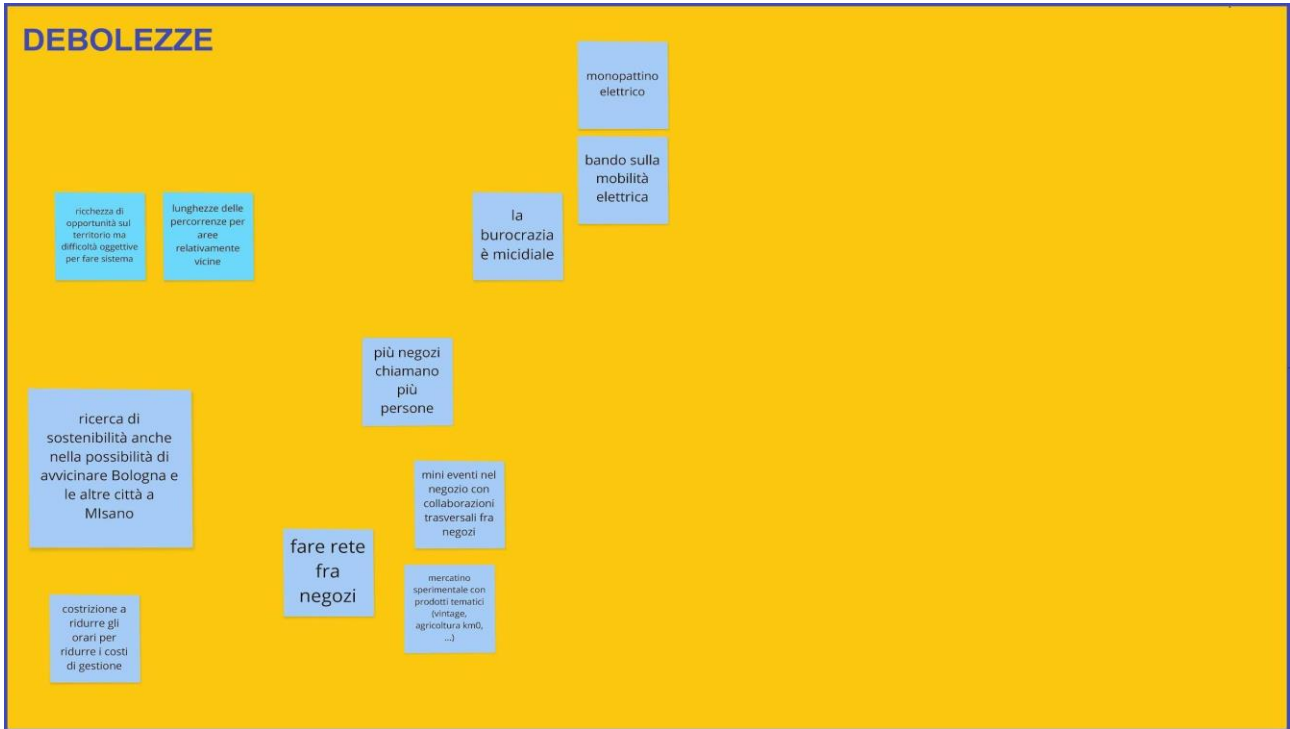
La rete. emerge il bisogno di consolidare una forma di coordinamento, a partire dal nucleo informale di negozianti attivi sul territorio. Oltre a questo rete è intesa anche come integrazione, allaccio attraverso il territorio dell'offerta di qualità.



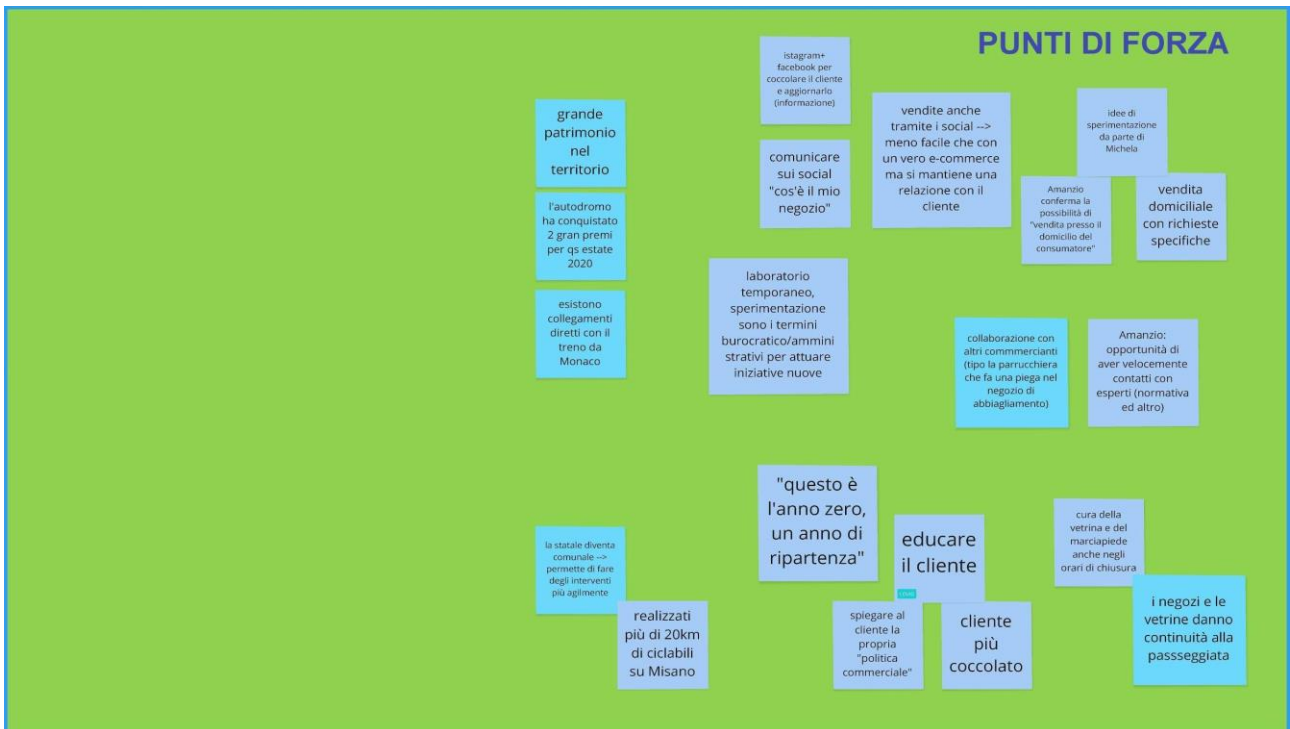
I laboratori sono stati organizzati in modo da costruire con i partecipanti una vera e propria analisi SWOT in due puntate intorno al problema del commercio di vicinato nel contesto misanese. I quattro quadranti "Punti di forza/Debolezze" e "Opportunità/Minacce" sono mostrati di seguito.



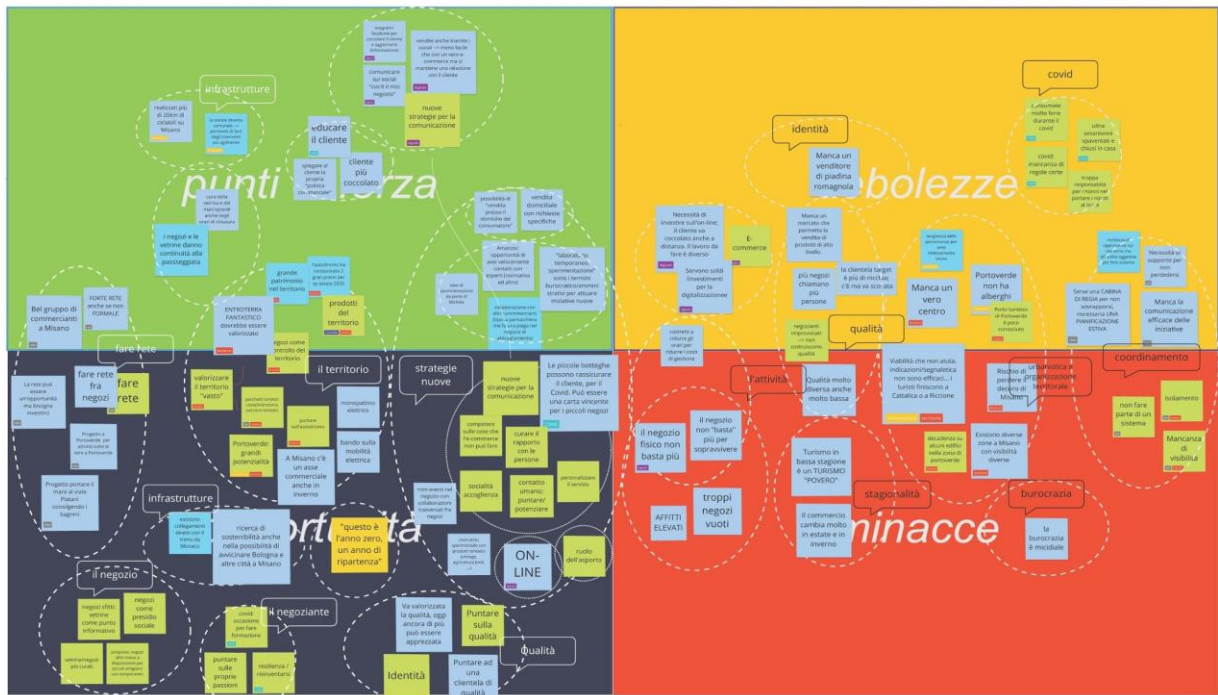
DEBOLEZZE



PUNTI DI FORZA



Successivamente i contributi sono stati riorganizzati in cluster tematici in una SWOT aggregata (vedi immagine sotto).



Numerosi sono i temi emersi che insieme tracciano una mappa delle potenzialità e delle criticità del tessuto commerciale di Misano Adriatico; di seguito una lista ragionata delle tematiche riscontrate:

- ✓ **NECESSITÀ DI FARE RETE TRA NEGOZIANTI** (i negozianti hanno bisogno di una rete attraverso cui coordinarsi, a partire dai piccoli progetti già avviati fino alla predisposizione del calendario della stagione turistica)
- ✓ la **pandemia COVID** ha evidenziato le criticità di un settore da tempo particolarmente esposto e fragile, ma altresì le possibilità di ripartenza; il 2020 è l'anno della ripartenza.
- ✓ **NUOVE STRATEGIE** vanno messe in campo, a partire da una personalizzazione dei servizi al cliente che vadano incontro anche al bisogno di sicurezza; più in pratica:
 - socialità, cura del rapporto col cliente e contatto umano sono uno dei caratteri che il commercio di quartiere può esprimere.
 - il potenziamento dell'attività online pare essere una delle direzioni più promettenti esplorate già durante la pandemia. Prima ancora di arrivare al vero e proprio commercio online, si tratta di strategie di comunicazione

- attraverso i social per stringere un canale relazionale più intimo con la clientela (“comunicare cos’è il mio negozio”).
- la vendita presso il domicilio del cliente
 - la collaborazione estemporanea tra commercianti in mini eventi (abbigliamento e
 - “laboratori temporanei”, anche coinvolgendo botteghe e attività limitrofe (ad es. promozione del riciclo e del recupero dell’usato)
 - digitalizzazione più sistematica
- ✓ per poter realizzare e sperimentare progetti di questo tipo è necessaria la **COLLABORAZIONE** dell’Amministrazione Comunale, anche attraverso quel lavoro quotidiano di assistenza amministrativa che gli uffici dello Sportello Unico alle Attività Produttive già svolge (a chiarimento di cosa si può fare? come? ecc)
 - ✓ gli **AFFITTI GENERALMENTE ELEVATI** dei locali, d’altro canto, sono un ostacolo alla ripresa e un indicatore di una distanza tra proprietari delle vetrine e negozianti e dunque di una diversa percezione dei rischi. un’altra conseguenza di questo dato sono
 - ✓ le **VETRINE LASCIATE SFITTE**, che minano il tessuto commerciale. da qui la proposta di facilitare la riallocazione delle vetrine sfitte a sedi di negozi
 - ✓ il bisogno di puntare alla **QUALITÀ**, in quanto sistema territoriale e non temporanei, di punti informativi, piccoli esercizi artigianali lasciare che anche pochi punti vendita (tipo tutto ad un euro, piuttosto che negozi automatici posti in posti strategici snaturino l’offerta e l’identità del luogo
 - ✓ la qualità dei prodotti del territorio e più in generale il patrimonio rappresentato dall’entroterra sono una direttrice su cui investire e rappresentano una lettura identitaria su cui investire.
 - ✓ le **INFRASTRUTTURE PER LA MOBILITÀ SOSTENIBILE** esistenti vanno potenziate (gli assi ciclabili dall’entroterra verso il paese, i collegamenti ferroviari con le città),
 - ✓ anche la **SEGNALETICA** a servizio della mobilità su quattro ruote va migliorata, in quanto inefficace (Misano sfugge ai turisti che viaggiano in auto lungo la litoranea); anche la segnaletica legate alle attività dovrebbe essere potenziata,
 - ✓ più in generale **L’UTILIZZO DELL’AMBIENTE URBANO** anche a servizio delle attività commerciali,
 - ✓ la **MANCANZA DI UN VERO CENTRO CITTADINO** e il carattere fortemente stagionale del turismo esasperano lo sfilacciamento del commercio di quartiere (manca un nucleo forte di botteghe) e portano
 - ✓ la **DIFFICOLTÀ A FARE SISTEMA** tra i negozianti nonostante un nucleo proattivo e propositivo troppo piccolo chiede un intervento all’amministrazione comunale.

Laboratorio in presenza

Dei diversi ambiti tematici emersi dalle precedenti attività, che l'Amministrazione ritiene possano entrare nel futuro *protocollo di intesa* (principale output del percorso) tre in particolare sono stati presentati ai partecipanti, chiedendo loro di approfondire la discussione:

- 1) coordinamento e rete fra commercianti per eventi e iniziative;
- 2) uso degli spazi pubblici per eventi e iniziative;
- 3) mobilità sostenibile nel commercio: cargo bike e altro.

I presenti all'ultimo laboratorio hanno scelto all'unanimità di affrontare il primo tema.

Nel corso della discussione sono diversi gli aspetti affrontati.

A seguire, in sintesi, quanto emerso dal confronto.

Coordinamento E Rete Fra Commercianti:

- definizione di una cabina di regia
- raccordo con l'Amministrazione
- organo di progettazione delle iniziative di sostegno e di sostenibilità, sia verso il territorio sia tra i commercianti stessi.

Soggetti Che Possono Sottoscrivono Il Protocollo Intesa:

- Amministrazione Comunale
- Associazioni di categoria
- Rete dei commercianti nelle forme che si andranno a definire

Attività Che Saranno Oggetto Del Protocollo D'intesa

Il Comune sta lavorando sulla qualità urbana e la viabilità con interventi di riqualificazione (ad esempio sul lungomare) e sul collegamento con le frazioni (soprattutto in direzione mare-monte), e contemporaneamente connotando il territorio in chiave di benessere e salute. I commercianti chiedono di partecipare a questo processo attraverso i seguenti punti:

- rafforzamento dell'alleanza tra commercio, artigianato e turismo;
- coordinamento degli eventi e delle iniziative della stagione turistica anche in relazione alla programmazione di altri enti analoghi attivi sul territorio;
- iniziative finalizzate al decoro urbano anche attraverso un'azione di mediazione e orientamento dell'occupazione degli spazi privati, in particolare quelli sfitti;
- uso degli spazi pubblici per eventi organizzati congiuntamente da più commercianti;
- iniziative finalizzate alla sostenibilità in particolare sul fronte della mobilità e dell'economia circolare

INIZIATIVE POTENZIALI DA ATTIVARE

Rafforzamento dell'alleanza tra commercio, artigianato e turismo

L'Amministrazione Comunale, le associazioni di categoria e la rete di commercianti dovranno collaborare attraverso un confronto strutturato al fine di definire le modalità di collaborazione.

Coordinamento degli eventi e delle iniziative della stagione turistica

L'Amministrazione Comunale, le associazioni di categoria e la rete di commercianti, Dovranno collaborare di elaborare un calendario di eventi coerente e condiviso.

Mediazione e orientamento dell'occupazione degli spazi privati per aumentare la qualità del tessuto commerciale e la coerenza con l'identità del territorio

- L'Amministrazione Comunale si attiverà attraverso iniziative ad hoc. Si cita come esempio: incentivi di varia natura, modulazione della tassazione in relazione a variabili specifiche da individuare, bandi per il supporto all'insediamento di attività commerciali temporanee anche mobili. Snellimento delle procedure per il cambio della destinazione d'uso.
- La rete potrà promuovere formule contrattuali innovative tra proprietario e affittuario con condivisione di una quota degli utili e collaborazioni tra i commercianti per prendere in carico le vetrine altrimenti abbandonate
- In collaborazione la rete, le associazioni di categoria e l'Amministrazione Comunale potranno identificare strategie per la condivisione e la promozione di un'identità del territorio.
- Uso degli spazi pubblici per eventi organizzati congiuntamente da più commercianti
- Uso di spazi pubblici, come ad esempio giardini e spazi aperti della città, per eventi specifici, momenti espositivi e di aggregazione che coinvolgono i negozianti.

Aumento della sostenibilità

L'Amministrazione Comunale sta lavorando al potenziamento dei collegamenti Mare-monti e delle strutture ciclabili, attraverso gli strumenti di pianificazione preposti. Esempi di attività:

- creazione di percorsi preferenziali per la mobilità dolce verso le aree commerciali;
- potenziamento della segnaletica presente;
- messa a disposizione di un servizio di cargo bike per le consegne a domicilio;
- iniziative di economia circolare destinate alla valorizzazione delle merci usate;
- la rete deve promuovere misure di sostenibilità tra i commercianti, come ad esempio aumentare l'attenzione sul tema della raccolta differenziata e dell'economia circolare anche nei confronti dei clienti.

Questionari online

Sono stati proposti due diversi questionari, rimasti aperti dal 15/06 al 13/10/2020.

I partecipanti a cui si rivolgevano i due strumenti erano da un lato cittadini e consumatori e dall'altro commercianti ed operatori economici. Di seguito si riportano i principali spunti e filoni di approfondimento.

Preme evidenziare, in particolare, la diversa percezione che le due categorie interpellate dichiarano rispetto agli elementi che rendono più sostenibili i piccoli

negozi: seppur derivante da un piccolo campione, un'indicazione importante per gli operatori del commercio che vogliono rinnovarsi.

Mentre consumatori e commercianti sono sostanzialmente d'accordo sulla vendita di prodotti locali, per entrambi al primo posto (66,7% consumatori, 50% commercianti), gli altri divergono in maniera piuttosto evidente.

Per i consumatori al primo posto, a pari merito con la vendita di prodotti locali, c'è la raggiungibilità del negozio a piedi o in bici (66,7%), seguito da consegna a domicilio con mezzi sostenibili (44,4%), uso del vuoto a rendere (33,3%), riduzione dei rifiuti (33,3%).

Invece per i commercianti al secondo posto ci sono, a pari merito, riduzione dei rifiuti (35,7%) e bassi consumi energetici del negozio (35,7%), seguiti (tutti al 14,3%) da: consegna a domicilio con mezzi sostenibili; vendita di prodotti da riuso e/o riciclo; raggiungibilità del negozio a piedi o in bici; parcheggi e accessibilità.

Qui di seguito l'analisi statistica dell'indagine.

CITTADINI E CONSUMATORI

Hanno partecipato 18 persone (14F, 4M), residenti in varie zone di Misano, in prevalenza a Misano Mare (39% ca.). Sulla base di scelte multiple, il 78% ca. del campione ha dichiarato che di solito frequenta i negozi di Misano Mare e il 50% che fa abitualmente la spesa fuori dal Comune di Misano. I negozi ed esercizi di vicinato più abitualmente frequentati a Misano sono: alimentari e simili (77,8%), farmacie (55,6%), bar e ristoranti (44,4%), abbigliamento (27,8%), cartolerie/edicole (27,8%). I principali spunti raccolti e i filoni di approfondimento sono riportati di seguito.

Dei piccoli negozi piacciono (scelta multipla):

- rapporto con il negoziante (94,4%)
- alta qualità dei prodotti (50%)
- che aiutano a trovare quello che si cerca (33,3%)
- che svolgono una funzione sociale.

Dei piccoli negozi invece NON piacciono (domanda aperta, 10 risposte):

- prezzi elevati e più alti della grande distribuzione (60%)
- scarso assortimento (30%)
- che non consegnano a domicilio (10%).

Cosa andrebbe migliorato dei piccoli negozi di Misano per renderli più attrattivi (domanda aperta, 12 risposte):

- viabilità e accessibilità (33%)
- rete fra commercianti e iniziative comuni (25%)
- prodotti locali, di qualità, di nicchia (25%)
- consegna a domicilio (16,7%)

- prezzi e offerte (16,7%)

Soluzioni più interessanti durante la quarantena messe in pratica dai commercianti (domanda aperta, 13 risposte):

- consegna a domicilio (93,2%)
- prenotazioni e ordini telefonici/a distanza (15,4%)

Soluzioni applicate in quarantena da conservare (domanda aperta, 12 risposte):

- consegna a domicilio (58,3%)
- ingressi contingentati (16,7%)

Commercio più sostenibile: elementi importanti per i piccoli negozi (scelta multipla):

- vendita di prodotti locali (66,7%)
- raggiungibile a piedi o in bici (66,7%)
- consegna a domicilio con mezzi sostenibili (44,4%)
- uso del vuoto a rendere (33,3%)
- riduzione dei rifiuti (33,3%)

COMMERCianti ED OPERATORI ECONOMICI

Hanno partecipato 14 operatori (8F, 6M) di varie zone, con una netta prevalenza di quelli di Misano Mare (71,4%). Tipologie rappresentate: 5 abbigliamento, 2 profumeria e cosmetica, 1 parrucchiera, 1 benessere estetica, 1 servizi alla persona, 1 bar/ristorante, 1 pasticceria, 1 fioraio, 1 cartoleria/edicola. Periodo di apertura: annuale 71,4%, stagionale 28,6%. I principali spunti raccolti e i filoni di approfondimento sono riportati di seguito.

Strategie adottate nel periodo Covid (domanda aperta, 14 risposte):

- comunicazioni online, telefonate, videochiamate, social (50%)
- prevenzione, igienizzazione, sanificazione, rimodulazione spazi (35,7%)
- consegna a domicilio (14,3%)

Soluzioni adottate utili per il futuro (domanda aperta, 9 risposte):

- nessuna (44,4%)
- e-commerce (22,2%)
- clienti su appuntamento (in inverno durante la settimana, in estate più flessibile)
- consegna a domicilio
- ampliare l'offerta
- stories su Instagram

Aspetti da affrontare per sostenere il commercio di vicinato in futuro (scelta multipla):

- accessibilità al negozio (57,1%)
- scarso bacino di clientela (42,9%)
- servizi personalizzati (28,6%)
- rapporto con la clientela (21,4%)
- discontinuità di vendita (14,3%)

- km zero/prodotti locali (14,3%)
- migliorare viabilità (14,3%)

Commercio più sostenibile: elementi importanti per i piccoli negozi (scelta multipla):

- vendita di prodotti locali (50%)
- riduzione dei rifiuti (35,7%)
- negozio con bassi consumi energetici (35,7%)
- consegna a domicilio con mezzi sostenibili (14,3%)
- vendita di prodotti da riuso e/o riciclo (14,3%)
- raggiungibile a piedi o in bici (14,3%)
- parcheggi e accessibilità (14,3%)

LA RISOLUZIONE DELLE PROPOSTE

Le proposte emerse nel percorso partecipativo, qui illustrate, una volta approvate dal Tecnico di Garanzia, saranno riportate nel Documento Finale che verrà approvato in Giunta Comunale in quanto risultato del processo partecipativo.

Le proposte contenute del Documento di Proposta Partecipata che costituiranno la base per la redazione di un protocollo d'intesa tra Amministrazione Comunale, Associazioni di Categoria e commercianti in generale.

L'Amministrazione si impegna, entro 6 mesi dalla conclusione del progetto, a dare seguito ai risultati emersi.

Inoltre l'Amministrazione di concerto con le Associazioni di categoria si impegnano a promuovere il protocollo attraverso attività di comunicazione e di informazione, a predisporre gli strumenti operativi e gestionali necessari all'effettiva attuazione del Regolamento e alla pubblicazione online di tutti i documenti e gli atti formali che ne deriveranno.

IL PROGRAMMA DI MONITORAGGIO

Il Comitato di Garanzia, ed eventualmente i partecipanti al TdN e altri cittadini partecipanti al percorso che ne facessero richiesta, costituiranno il "Gruppo di monitoraggio". Tale gruppo che avrà il compito di seguire nei sei mesi successivi la conclusione del percorso, il recepimento degli esiti del processo da parte dell'Amministrazione Comunale e i relativi sviluppi operativi. Il Gruppo di Monitoraggio dovrà valutare l'efficacia del protocollo d'intesa e potrà concordare con l'Amministrazione eventuali attività ulteriori volte a garantire un più completo raggiungimento degli obiettivi di progetto.