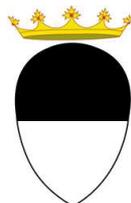


Comune di Ferrara

PROGETTO SPERIMENTALE DI VALORIZZAZIONE E GESTIONE CONDIVISA DEL CENTRO STORICO DI FERRARA



Comune di Ferrara



Ascom Provincia Ferrara



Confesercenti Ferrara

RELAZIONE TECNICA

Con il supporto di



PROGETTI SPERIMENTALI DI VALORIZZAZIONE E GESTIONE CONDIVISA DEI CENTRI STORICI DEFINITI CON PROCEDURE CONCERTATIVE (L.R. 41/97 - ART. 10)

documento per Regione Emilia - Romagna

ottobre 2012

SOMMARIO

1. PREMESSA	3
2. OBIETTIVI E RISULTATI PERSEGUITI DAL PROGETTO	4
3. INQUADRAMENTO DEL CONTESTO DI RIFERIMENTO	5
3.1 Inquadramento territoriale e analisi socio-economica	5
3.2 Imprese e commercio	8
3.3 Turismo e cultura	11
3.4 L'area di intervento.....	14
4. LE STRATEGIE DI VALORIZZAZIONE	15
4.1 Governance condivisa	15
4.2 Migliorare l'attrattività	15
4.3 Migliorare l'accessibilità e la fruibilità	15
4.4 Creare sinergie e ottimizzare la ricaduta sul territorio degli eventi.....	15
4.5 Miglioramento dell'offerta commerciale	16
4.6 Monitoraggio	16
5. I PROGETTI PER LINEA STRATEGICA	17
5.1 Governance condivisa	17
5.1.1 <i>Analisi, coinvolgimento e ascolto</i>	17
5.1.2 <i>Progettazione modello di Governance</i>	17
5.1.3 <i>Coordinamento Cabina di Regia</i>	18
5.2 Migliorare l'attrattività.....	18
5.2.1 <i>Azioni di incremento dell'attrattività del centro urbano</i>	18
5.3 Migliorare l'accessibilità e la fruibilità	19
5.3.1 <i>Azioni per il miglioramento dell'accessibilità e della mobilità</i>	19
5.4 Creare sinergie e ottimizzare la ricaduta sul territorio degli eventi.....	20
5.4.1 <i>Coordinamento e valorizzazione eventi</i>	20
5.5 Miglioramento dell'offerta commerciale	21
5.5.1 <i>Offerta commerciali e locali vuoti</i>	21
5.6 Monitoraggio	21
5.6.1 <i>Indagini di mercato (operatori economici e frequentatori)</i>	21
5.6.2 <i>Rilevazione flussi pedonali</i>	22
6. PIANO FINANZIARIO DEGLI INTERVENTI.....	24
7. CRONOPROGRAMMA.....	25
8. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE	26

1. PREMESSA

Il presente documento rappresenta la Relazione tecnica relativa al "*Progetto sperimentale di valorizzazione e gestione condivisa del centro storico di Ferrara*" presentato ai sensi del Bando di gara approvato con delibera della Giunta della Regione Emilia Romagna n. 1153 del 30 luglio 2012 e relativo alla realizzazione di alcuni progetti con le caratteristiche della sperimentazione di politiche coordinate, continuative e condivise tra i diversi soggetti interessati alla valorizzazione della funzione commerciale del centro storico che possano servire da modello per ulteriori esperienze.

Tali progetti si fondano sulla concertazione negoziata fra soggetti pubblici locali e Regione e trovano il presupposto nella collaborazione progettuale e realizzativa fra ente locale, sistema delle associazioni e operatori economici.

La presente proposta di progetto per il centro storico di Ferrara tiene conto di questi elementi.

2. OBIETTIVI E RISULTATI PERSEGUITI DAL PROGETTO

L'attuazione del progetto sperimentale per il centro storico di Ferrara è finalizzata a:

- impostare un modello di governance del centro storico di partnership pubblico-privato con il fondamentale coinvolgimento delle associazioni di categoria Confcommercio e Confesercenti che sviluppino in collaborazione con il Comune l'attività di progettazione con l'assistenza tecnica dei due CAT regionali Confcommercio e Confesercenti;
- realizzare un processo di coinvolgimento e valorizzazione degli operatori economici dell'area del centro storico finalizzato a definire interventi innovativi e condivisi;
- perseguire l'obiettivo specifico, che caratterizza in primis il territorio di Ferrara e di conseguenza il progetto sperimentale proposto, di realizzazione un progetto in grado di sviluppare forti sinergie, integrando tra loro funzione turistica, funzione commerciale e principali eventi del centro città.

Il progetto mira, quindi, a valorizzare il centro urbano comunale dal punto di vista turistico e commerciale e, più in generale, a definire un percorso di rilancio del territorio in una logica di sistema delle diverse componenti e funzioni che lo caratterizzano nella logica della Legge Regionale 41 del 1997 della Regione Emilia-Romagna.

3. INQUADRAMENTO DEL CONTESTO DI RIFERIMENTO

3.1 Inquadramento territoriale e analisi socio-economica

Con un territorio di circa 404,38 km², il comune di Ferrara è il capoluogo dell'omonima provincia che presenta una superficie estesa e si colloca al secondo posto in Emilia Romagna nel confronto con gli altri Comuni capoluoghi, nonché al 18° in Italia come comune di una discreta estensione. La superficie entro le mura del centro è di circa 4,5 km², mentre la lunghezza dell'anello delle mura è di 8,8 Km.

Ferrara sorge nell'area meridionale del Delta del Po a nord ovest delle valli di Comacchio, lungo il corso del Po di Volano, ex ramo deltizio del Po.

Figura 1

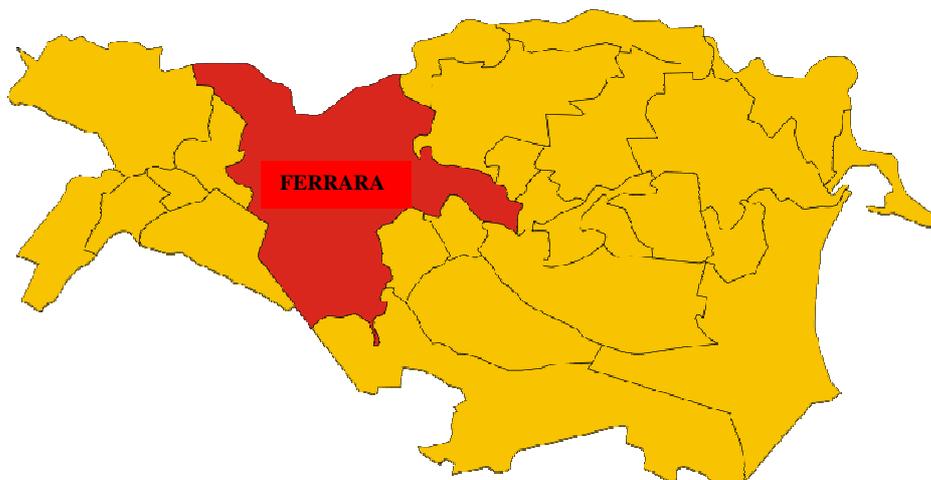
MAPPA EMILIA ROMAGNA, TERRITORIO PROVINCIALE FERRARA



La fondazione della città risale al VI° secolo e nasce come porto fluviale, la sua struttura urbanistica risale al XIV secolo sotto la guida della famiglia degli Este. La città di Ferrara è oggi Patrimonio dell'umanità come città del Rinascimento che conserva ad oggi il suo centro storico intatto, riconoscimento che l'UNESCO le ha conferito (la prima volta) nel 1995 e successivamente, nel 1999, per il Delta del PO e le Delizie Estensi.

L'attuale Università degli Studi di Ferrara è stata fondata nel 1391 ed è tra le più antiche.

MAPPA PROVINCIA FERRARA, TERRITORIO COMUNALE FERRARA



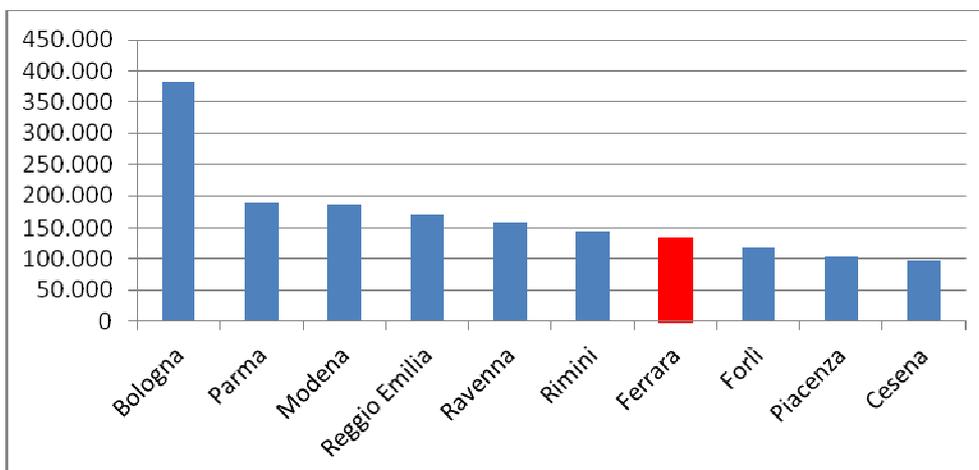
Sebbene si tratti di un territorio ampio dimensionalmente, Ferrara non ha elevata densità abitativa: 135.444 sono gli abitanti residenti censiti all'inizio del 2012, ponendosi come Comune al quart'ultimo posto in regione per numero di abitanti. Anche in termini di crescita – sebbene la crescita ci sia stata, contrariamente al dato medio italiano di questi ultimi anni – non si registrano dati di particolare significatività.

Dal confronto dell'analisi dei dati sulla popolazione residente negli ultimi 10 anni nel Comune di Ferrara, il tasso di crescita è stato di 4,05% allineandosi al tasso di crescita dell'intera provincia che si attesta al 4,35%. Simile anche la percentuale di stranieri residenti tra comune e provincia, rispettivamente del 7,8% e 7,6% sul totale popolazione.

I nuclei famigliari residenti a Ferrara sono poco meno di 65.000 unità con una media di 2,1 componenti.

Figura 3

POPOLAZIONE DEI COMUNI CAPOLUOGHI DELLA REGIONE EMILIA ROMAGNA (01/01/2012)



Fonte: Regione Emilia Romagna

Tabella 1

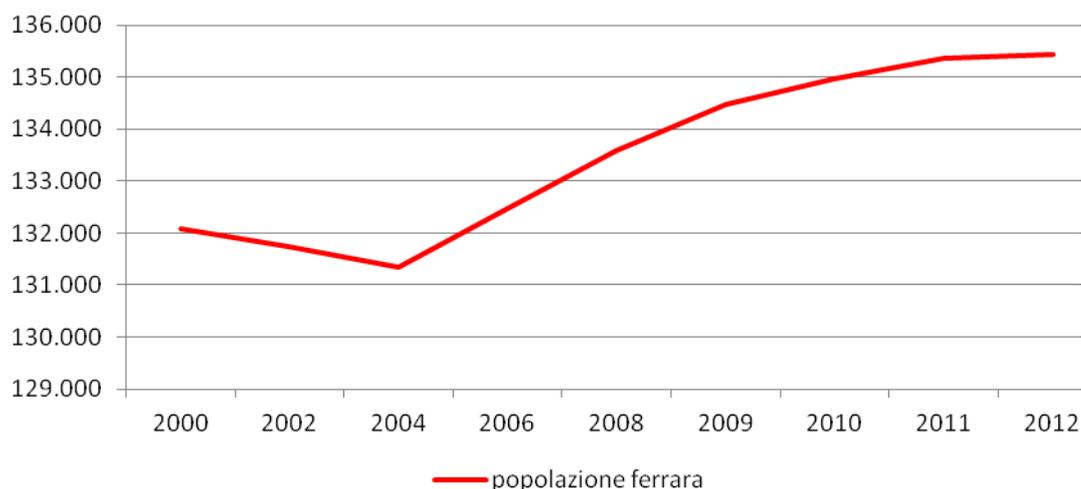
POPOLAZIONE DI FERRARA E DELLA PROVINCIA (2002 – 2012)

	Popolazione 2002	Popolazione 2012	Variazione assoluta	Variazione percentuale
Ferrara	130.169	135.444	5.275	4.05%
Provincia	344.025	359.686	15.661	4.35%

Fonte: Regione Emilia Romagna

Figura 4

FERRARA: ANDAMENTO POPOLAZIONE (2000 – 2012)



Fonte: dati Istat

3.2 Imprese e commercio

Di seguito si riportano alcuni dati utili a dimensionare imprese del commercio (Codice ATECO 45 – 46 – 47) e finalizzati ad una prima esemplificazione delle attività presenti sul territorio.

Si partirà da dati provinciali per poi dettagliare le diverse informazioni, sulla base dei dati ufficiali disponibili, relativamente alla realtà comunale di Ferrara.

Tabella 2

IMPRESE ATTIVE PER SETTORE ECONOMICO – DATI INTERA PROVINCIA

Settore economico	Anno 2010	%	Anno 2011	%	31 marzo 2012	%
agricoltura	9.000	26%	8.796	26%	8.680	26%
industria	8.260	24%	8.097	24%	8.004	24%
terziario	17.326	50%	17.330	51%	17.131	51%
<i>Non classificate</i>	15		19		32	
Totale	34.601	100%	34.242	100%	33.974	100%

Fonte: Elaborazioni Iscom Group su dati Infocamere-Movimprese

Sono 33.947 le imprese attive dell'intera provincia di Ferrara; di queste poco più della metà sono imprese del comparto terziario. Nello specifico, la maggiore consistenza di imprese è quella che fa capo ai "servizi" con il 46% di imprese e al "commercio" con il 42%.

Tabella 3

COMPOSIZIONE DELLE IMPRESE DEL TERZIARIO – DATI INTERA PROVINCIA

Comparto	Anno 2010	%	Anno 2011	%	31 marzo 2012	%
Commercio	7.294	42%	7.262	42%	7.213	42%
Turismo	2.153	12%	2.164	12%	2.164	13%
Servizi	7.897	45%	7.904	46%	7.854	46%
Totale	17.326	100%	17.330	100%	17.231	100%

Fonte: Elaborazioni Iscom Group su dati Infocamere-Movimprese

Il commercio al dettaglio rappresenta il 55% del totale delle imprese attive del settore, il commercio all'ingrosso è il 34%.

Il tasso di imprenditorialità straniera nel solo comune di Ferrara si attesta tra il 6% ed il 7,5% sul totale delle imprese attive, con picchi nelle costruzioni e nel settore del commercio.

Progetto sperimentale di valorizzazione e gestione condivisa del centro storico di Ferrara

L'imprenditoria femminile, scesa dal 2010 al 2011 ad un - 1,2%, è comunque presente nel Comune di Ferrara con il 21,4% delle imprese di cui l'89,5% con esclusiva presenza femminile (dati 2011. CCIAA FE – Osservatorio dell'economia)

Il valore aggiunto provinciale 2010 è pari a quasi 9 milioni di euro correnti, di cui il 69% relativo al terziario (6,19 milioni). (fonte: Unioncamere)

Gli occupati al 31 dicembre 2012 sono pari a circa 159 mila unità di cui il 66% occupato nel settore terziario.

Tabella 4

NUMERO DEGLI OCCUPATI PER SETTORE ECONOMICO, DATI PROVINCIALI (VALORI IN MIGLIAIA)

	Agricoltura	Industria	Terziario	totale
Piacenza	4	42	76	123
Parma	6	69	126	200
Reggio Emilia	6	100	131	237
Modena	4	137	174	315
Bologna	16	122	312	450
Ferrara	9	44	106	159
Ravenna	14	54	111	178
Forlì – Cesena	13	52	106	172
Rimini	4	38	92	134
Emilia Romagna	75	658	1.234	1.967

Fonte: Elaborazioni Iscom Group su dati Istat

Tabella 5

CONSISTENZA DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI AL DETTAGLIO (COMPRESO IL NUMERO DI ESERCIZI CHE HANNO DICHIARATO L'ATTIVITÀ COMMERCIALE COME SECONDARIA)

	Anno 2010				Variazione % 2010/2009	
	Esercizi	Mq di vendita	N. esercizi x 1000 abitanti	Mq x 100 abitanti	Esercizi	Mq di vendita
Ferrara provincia	6.136	523.305	17	145	0,20%	-0,70%
Ferrara comune	2.464	221.912	18	164	1,50%	-1,40%

Fonte: CCIAA, Osservatorio del Commercio

Buoni i risultati che si rilevano dai dati della precedente tabella, con esercizi commerciali di dettaglio che - sebbene subiscano una lieve contrazione relativamente alla superficie di vendita – aumentano dell'1,5% in termini di consistenza.

Progetto sperimentale di valorizzazione e gestione condivisa del centro storico di Ferrara

Altri dati utili a dimensionare le attività commerciali presenti nel Comune di Ferrara¹:

- 5.666 sono le unità locali "commercio"
- che esprimono complessivamente 16.049 addetti;
- le unità locali "altro terziario" sono 1.158
- ed esprimono complessivamente 4.462 addetti.

¹ Dati 2011 – CCIAA Ferrara

3.3 Turismo e cultura

Ferrara città d'arte e di turismo, città di cultura. Ecco alcuni dati utili ad inquadrare sia il sistema di offerta che la consistenza della domanda.

Arte e cultura

La rete museale del territorio ferrarese si compone di istituzioni civiche, statali e privati; principalmente i Musei civici sono 28, gli statali 4 e i privati 3 con un patrimonio che interessa l'archeologia, l'ambito artistico, storico, etnografico e naturalistico.

Nello specifico la città esprime un patrimonio così composto.

- Musei: Museo Archeologico Nazionale - Museo d'Arte Moderna e Contemporanea Filippo de Pisis - Museo della Cattedrale - Museo dell'Ottocento - Museo del Risorgimento e della Resistenza - Museo di Storia Naturale - Museo Ebraico e Sinagoghe - Museo Giovanni Boldini - Museo Lapidario - Padiglione d'Arte Contemporanea PAC - Pinacoteca Nazionale - Porta degli Angeli - Spazio Espositivo, Palazzo dei Diamanti.
- Palazzi monumentali: Palazzo Schifanoia -- Casa Romei - Castello Estense - Palazzina Marfisa d'Este - Casa di Ludovico Ariosto - Palazzo Costabili detto di Ludovico il Moro - Palazzo dei Diamanti - Palazzo Bonacossi - Palazzo Municipale - Palazzo Paradiso - Palazzo Massari - Teatro Comunale.

Ed inoltre, a rendere Ferrara una città accogliente e attrattiva concorre anche il nutrito calendario eventi cui di seguito se ne riportano i principali.

- Ferrara in Jazz - Ferrara Fiere - Vuldandra - Il Palio - Ferrara sotto le stelle - Ferrara Buskers Festival - Ferrara Balloons Festival - Mostre - Stagione teatrale.

Dall'analisi dei dati sulle presenze a mostre ed eventi nel capoluogo ferrarese si evince un elevato afflusso di visitatori. A titolo esemplificativo si riportano di seguito alcuni dati.

Le diverse mostre estemporanee presso la Galleria Civica di Arte Moderna di Palazzo dei diamanti hanno determinato un numero di visitatori che frequentemente si è attestato al di sopra delle 100 mila presenze; con picchi di 175.984 nel 2003, 163.287 nel 2007, poco meno di 140mila visitatori nel 2010. (dati: Ferrara Arte Spa, Comune di Ferrara).

Circa 150mila visitatori/anno – con un andamento abbastanza costante negli anni – è il dato relativo alle presenze nel complesso dei principali musei cittadini e spazi espositivi, compresi spazi e musei a gestione extracomunale.

Turismo

Il movimento turistico di Ferrara non presenta criticità, al contrario – in un periodo di cali generalizzati in ambito turistico – la città e il suo sistema di offerta ha determinato un evidente aumento sia degli arrivi che delle presenze e sia, al tempo stesso, tra gli italiani che tra gli stranieri.

Tabella 6

MOVIMENTO TURISTICO DI ITALIANI E STRANIERI NEL COMPLESSO DELLE STRUTTURE RICETTIVE DEL COMUNE DI FERRARA – ANDAMENTO E CONFRONTO % ANNI 2000/2011

			2000	2005	2009	2011	<i>Diff. % 2011/2000</i>
Italiani	Esercizi alberghieri	Arrivi	89.246	95.486	103.554	105.679	<i>18,41%</i>
		Presenze	178.317	186.403	207.836	201.624	<i>13,07%</i>
	Altre strutture ricettive	Arrivi	6.540	19.312	31.672	32.931	<i>403,53%</i>
		Presenze	20.800	49.567	72.229	75.979	<i>265,28%</i>
	Complesso delle strutture ricettive	Arrivi	95.786	114.798	135.226	138.610	<i>44,71%</i>
		Presenze	199.117	235.970	280.065	277.603	<i>39,42%</i>
Permanenza media		2,1	2,1	2,1	2,0		
Stranieri	Esercizi alberghieri	Arrivi	38.765	37.317	33.155	38.177	<i>-1,52%</i>
		Presenze	82.456	86.663	76.173	130.585	<i>58,37%</i>
	Altre strutture ricettive	Arrivi	6.154	9.594	11.075	12.627	<i>105,18%</i>
		Presenze	14.959	24.175	32.895	41.334	<i>176,32%</i>
	Complesso delle strutture ricettive	Arrivi	44.919	46.911	44.230	50.804	<i>13,10%</i>
		Presenze	97.415	110.838	109.068	171.919	<i>76,48%</i>
Permanenza media		2,2	2,4	2,5	3,4		
Italiani e Stranieri	Complesso delle strutture ricettive	Arrivi	140.705	161.709	179.456	189.414	35%
		Presenze	296.532	346.808	389.133	449.522	52%
		Permanenza media	2,1	2,1	2,2	2,4	

Fonte: Elaborazione Iscom Group su dati Ufficio statistica Prov. Ferrara

Tabella 7

CONSISTENZA RICETTIVA AL 2010 – STRUTTURE ALBERGHIERE -

	5 stelle	4 stelle	3 stelle	2 stelle	1 stella	Residenze turistico alberghiere	Totale ricettività alberghiera
Ferrara provincia	1	15	45	20	11	9	101
Ferrara comune	1	10	12	3	2	5	33
% ricettività Ferrara su provincia	<i>Esercizi</i>						33%
	<i>Letti</i>						31%

Fonte: Elaborazione Iscom Group su dati Istat

Tabella 8

CONSISTENZA RICETTIVA AL 2010 – STRUTTURE EXTRALBERGHIERE -

	Campeggi e Villaggi turistici	Alloggi in Affitto	Alloggi agro-turistici e Country-Houses	Ostelli per la Gioventù	Bed & Breakfast	Totale ricettività extralberghiera
Ferrara provincia	13	143	46	7	94	303
Ferrara comune	1	55	14	2	46	118
% ricettività Ferrara su provincia	<i>Esercizi</i>					39%
	<i>Letti</i>					5%

Fonte: Elaborazione Iscom Group su dati Istat

Da rilevare il dato relativo all'offerta di posti letto nel complesso delle strutture extralberghiere del Comune di Ferrara che si attesta solo al 5%. Tale valore è determinato da un elevato numero di posti letto nelle strutture "villaggi e campeggi" e "case in affitto" presenti nell'area di Comacchio, rispettivamente 10 strutture per un'offerta totale di posti letto pari a 20.636, 51 alloggi per un numero di posti letto pari a 3.496 unità. Complessivamente il peso percentuale delle strutture extralberghiere di Comacchio incidono sul totale provinciale per il 26% (strutture) e il 90% (posti letto).

3.4 L'area di intervento

L'area di intervento individuata dal Progetto sperimentale di Ferrara comprende la zona centrale dove si concentrano le attività commerciali, artigianali, i pubblici esercizi e i servizi e le vie e piazze che costituiscono percorso dalle aree parcheggio principali.

Figura 5

AREA DI INTERVENTO INDIVIDUATA



4. LE STRATEGIE DI VALORIZZAZIONE

Di seguito si riportano le strategie proposte per la valorizzazione del centro storico di Ferrara.

4.1 Governance condivisa

La strategia prevede la promozione di una logica che concepisca il centro storico di Ferrara e i diversi soggetti, pubblici e privati, che in esso operano, come un "sistema", contribuendo a favorire il dialogo, la condivisione di obiettivi comuni, la creazione di spazi di confronto e il coordinamento di politiche ed interventi, in particolare favorendo l'integrazione tra settore commerciale, turistico e principali eventi. L'adozione di tale logica, preliminare alla definizione delle altre direttrici strategiche di valorizzazione, rappresenta un passaggio fondamentale per operare come sistema.

4.2 Migliorare l'attrattività

La presente strategia intende rafforzare la visione di un centro urbano accogliente e vivo per i suoi city users rafforzando in modo sinergico ed integrato la comunicazione e la promozione delle diverse funzioni in esso presenti (commercio, turismo, eventi, etc.) in modo da favorire una percezione e un'immagine unitaria del centro storico e al contempo valorizzare le potenzialità e la consistenza dei servizi offerti dall'area urbana in oggetto.

4.3 Migliorare l'accessibilità e la fruibilità

La presente strategia intende aumentare la fruibilità del centro urbano di Ferrara favorendo per le diverse categorie di city users (residenti, turisti, operatori economici, etc.) l'accesso e la mobilità nel centro storico agendo sia sugli elementi del sistema della mobilità e dell'accessibilità sia sugli aspetti legati ad una comunicazione innovativa ed efficace delle differenti modalità di accesso al centro urbano.

4.4 Creare sinergie e ottimizzare la ricaduta sul territorio degli eventi

La strategia intende ottimizzare lo svolgimento dei diversi eventi realizzati nel centro urbano di Ferrara al fine di garantire una loro maggiore integrazione coi settori del commercio e del turismo. La strategia mira a migliorare la programmazione degli eventi rafforzando la loro continuità nel tempo e la pianificazione coordinata tra i diversi promotori. Tramite azioni condivise all'interno di un'unica regia e tramite l'utilizzo di strumenti informativi innovativi la strategia mira inoltre a ottimizzare la comunicazione delle diverse iniziative culturali nel contesto di riferimento.

4.5 Miglioramento dell'offerta commerciale

La strategia intende operare per migliorare e diffondere nel centro storico di Ferrara un alto livello di qualità urbana stimolando l'apporto di diversi soggetti (pubblici e privati) con particolare riferimento all'offerta commerciali e alle problematiche legate al mix merceologico e ai vuoti commerciali. Tale strategia mira a contribuire al miglioramento dell'offerta commerciale e a sviluppare azione sinergiche per il ri-utilizzo di locali commerciali vuoti.

4.6 Monitoraggio

La strategia si basa sull'individuazione ed implementazione di uno specifico sistema di indicatori per il centro urbano di Ferrara, con la conseguente disponibilità di dati analitici confrontabili nel tempo in modo statistico e finalizzati al monitoraggio organico dei risultati attesi e delle azioni realizzate.

La strategia intende individuare un sistema di indicatori di risultato specifici e personalizzati rispetto alla realtà economico territoriale di Ferrara da utilizzare come strumento operativo finalizzato sia al monitoraggio delle performances del centro urbano (commercio, turismo ed eventi) sia all'individuazione di apposite ipotesi di valorizzazione commerciale e turistica future.

5. I PROGETTI PER LINEA STRATEGICA

5.1 Governance condivisa

5.1.1 Analisi, coinvolgimento e ascolto

Descrizione

Si prevede lo sviluppo di alcune analisi e studi preliminari volti a fornire un quadro di conoscenze condivise su cui basare lo sviluppo delle successive fasi del progetto e in particolare l'implementazione di un modello di governance condiviso del centro urbano di Ferrara.

Tale progetto prevede la realizzazione di una serie di attività (sopralluoghi, interviste qualitative di profondità, focus group) finalizzate, nella fase iniziale del progetto al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- raccolta e analisi degli elementi conoscitivi riguardanti la realtà commerciale e turistica del centro storico al fine di definire le caratteristiche e le criticità della rete commerciale ferrarese;
- individuazione di elementi innovativi da introdurre a supporto degli eventuali punti deboli del sistema commerciale e turistico;
- individuazione di azioni a supporto della rete commerciale e turistica;
- coinvolgimento e sensibilizzazione degli operatori economici del centro storico e di alcuni opinion leader del sistema economico e sociale della città di Ferrara al fine di garantire un'ampia divulgazione e condivisione delle iniziative progettuali previste dal Programma sperimentale di Ferrara.

Budget di progetto

L'importo complessivo del progetto risulta pari a € 15.000,00 + iva.

Gestore

CAT Confcommercio e CAT Confesercenti Emilia-Romagna.

5.1.2 Progettazione modello di Governance

Descrizione

Il presente intervento prevede la progettazione di un modello di governance per la gestione integrata del centro storico di Ferrara in grado di consentire un coordinamento delle politiche e dei progetti di valorizzazione del centro urbano secondo una logica stabile di partnership pubblico-privata.

Progetto sperimentale di valorizzazione e gestione condivisa del centro storico di Ferrara

Verrà individuato e condiviso tra i partner di progetto uno strumento operativo nella forma di una Cabina di Regia (C. d. R.) con la definizione di: soggetti, ruoli, responsabilità, modalità di pianificazione strategica e operativa e formalizzazione degli accordi.

Compito dello strumento sarà anche quello della verifica dell'efficacia delle politiche e la definizione di accordi per aree specifiche.

Budget di progetto

L'importo complessivo del progetto risulta pari a € 5.000,00 + iva.

Gestore

CAT Confcommercio e CAT Confesercenti Emilia-Romagna.

5.1.3 Coordinamento Cabina di Regia

Descrizione

Il progetto prevede un'attività di assistenza tecnica ai partner di progetto per l'implementazione della C.d.R. durante il periodo previsto per la realizzazione del *Progetto sperimentale di valorizzazione e gestione condivisa del centro storico di Ferrara*.

L'assistenza tecnica si pone come obiettivo quello di supportare la C.d.R. nella realizzazione dei suoi obiettivi favorendo una strategia che sviluppi il dialogo, la condivisione di obiettivi comuni, il confronto e il coordinamento delle politiche e delle azioni fra i diversi soggetti che operano nel centro storico e l'Amministrazione Comunale di Ferrara.

Budget di progetto

L'importo complessivo del progetto risulta pari a € 10.000,00 + iva.

Gestore

CAT Confcommercio e CAT Confesercenti Emilia-Romagna.

5.2 Migliorare l'attrattività

5.2.1 Azioni di incremento dell'attrattività del centro urbano

Descrizione

Il progetto intende implementare una serie di azioni finalizzate alla comunicazione e promozione coordinata del centro storico di Ferrara definite nell'ambito di un percorso di confronto e concertazione fra i diversi soggetti portatori di interessi dell'area di riferimento.

Progetto sperimentale di valorizzazione e gestione condivisa del centro storico di Ferrara

Le azioni progettuali verranno individuate e realizzate sulla base dell'attività di coinvolgimento degli attori locali, si riportano qui di seguito alcune azioni progettuali possibili:

- marchio e immagine coordinata di sistema;
- segnaletica e directory identificativi dell'area;
- sistema integrati di comunicazione e promozione anche mediante utilizzo di nuove tecnologie e social network;
- blog internet del commercio, turismo e degli eventi;
- campagne di comunicazione di sistema;
- campagne di fidelizzazione.

Budget di progetto (importi iva esclusa)

L'importo complessivo del progetto risulta pari a € 41.157,00 + iva.

Gestore

CAT Confcommercio e CAT Confesercenti Emilia-Romagna.

5.3 Migliorare l'accessibilità e la fruibilità

5.3.1 Azioni per il miglioramento dell'accessibilità e della mobilità

Descrizione

Il progetto intende aumentare la fruibilità del centro urbano di Ferrara favorendo l'accessibilità e la mobilità delle differenti tipologie di city users: residenti, turisti, operatori economici, etc.

Le azioni progettuali verranno individuate e realizzate sulla base dell'attività di coinvolgimento degli attori locali, si riportano qui di seguito alcune azioni progettuali possibili:

- comunicazione e promozione area di attestamento e sosta esistenti;
- azioni di promozione per la sosta.

Budget di progetto

L'importo complessivo del progetto risulta pari a € 15.000,00 + iva.

Gestore

CAT Confcommercio e CAT Confesercenti Emilia-Romagna.

5.4 Creare sinergie e ottimizzare la ricaduta sul territorio degli eventi

5.4.1 Coordinamento e valorizzazione eventi

Descrizione

Il progetto intende garantire maggior efficacia e valorizzazione alle iniziative di animazione del centro storico di Ferrara tramite una programmazione degli eventi in cui sia valorizzato il coordinamento delle diverse iniziative di animazione sul territorio, si evitino le sovrapposizioni tematiche e si migliori la comunicazione dei singoli eventi.

In tal senso si intende definire, condividere e promuovere un calendario unico degli eventi, così da presentarsi all'esterno in modo coordinato e continuativo, aumentando la notorietà delle iniziative realizzate e riducendo possibili diseconomie di scala.

Al fine di potenziare il calendario degli eventi si intende realizzare una serie di azioni volte alla razionalizzazione delle iniziative di animazione già previste nel centro storico. In particolare tali azioni sono finalizzate alla realizzazione di tre tipi di coordinamento:

- coordinamento promozionale: definizione di un calendario unico degli eventi e promozione dei singoli eventi, sia all'interno che all'esterno del centro storico, attraverso l'immagine unitaria e definita del centro urbano stesso;
- coordinamento tematico: integrazione tra piccoli e grandi eventi e riduzione delle sovrapposizioni tematiche;
- coordinamento logistico: individuazione della giusta continuità durante l'anno, rafforzamento della pluriennalità degli eventi, riduzione delle sovrapposizioni temporali e localizzazione omogenea delle iniziative.

Al fine di potenziare il calendario degli eventi si intende inoltre realizzare una serie di azioni finalizzate all'individuazione di nuovi format per eventi. In particolare le nuove azioni promozionali avranno come obiettivo quello di individuare:

- una serie di manifestazioni ed eventi incentrati sulla valorizzazione di prodotti commerciali tipici in grado di coinvolgere popolazione locale e potenziali visitatori esterni;
- iniziative rivolte ai giovani e una migliore integrazione fra valorizzazione turistica e eventi nella città;
- nuovi target e tipologie di evento specifiche (per bambini, con finalità commerciali, per il recupero di tradizioni storiche, etc.).

Budget di progetto

L'importo complessivo del progetto risulta pari a € 30.000,00 + iva.

Gestore

CAT Confcommercio e CAT Confesercenti Emilia-Romagna.

5.5 Miglioramento dell'offerta commerciale

5.5.1 Offerta commerciali e locali vuoti

Descrizione

Il progetto, partendo anche dagli studi e analisi preliminari descritti in precedenza, prevede l'implementazione di azioni volte a migliorare e diffondere nel centro storico di Ferrara un alto livello di qualità urbana stimolando l'apporto di diversi soggetti (pubblici e privati). In particolare si prevedono azioni finalizzate al miglioramento dell'offerta commerciale e al riutilizzo dei locali sfitti, attraverso le formule più adeguate rispetto al contesto locale e alle disponibilità degli attori locali, come ad esempio l'uso di temporary store, la tamponatura delle vetrine, etc.

Budget di progetto

L'importo complessivo del progetto risulta pari a € 10.000,00 + iva.

Gestore

CAT Confcommercio e CAT Confesercenti Emilia-Romagna.

5.6 Monitoraggio

5.6.1 Indagini di mercato (operatori economici e frequentatori)

Descrizione

Il presente progetto intende implementare una serie di azioni finalizzate alla predisposizione di un sistema di monitoraggio dei risultati, quale strumento capace di valutare, sulla base del rilevamento di adeguati indicatori, la qualità e l'efficacia delle strategie operative del Programma sperimentale di Ferrara.

Le attività di monitoraggio previste riguarderanno la soddisfazione, le attese ed i comportamenti dei frequentatori e degli operatori economici del centro storico di Ferrara e la verifica della performance dell'attrattività del centro urbano. Le attività di monitoraggio previste dal presente progetto saranno effettuate ex ante ed ex post rispetto all'implementazione del Progetto sperimentale di Ferrara.

Il progetto prevede apposite modalità di diffusione dei risultati fra gli operatori e gli altri portatori di interesse.

Di seguito si riportano le attività previste:

1. Rilevazione frequentatori (2 rilevazioni in totale: 1 ex ante ed 1 ex post)

Per ognuna delle due rilevazioni si prevedono quattro fasi specifiche:

- Progettazione dell'indagine:

Progetto sperimentale di valorizzazione e gestione condivisa del centro storico di Ferrara
costruzione del piano d'indagine rivolto ai frequentatori del centro storico.

- Somministrazione dei questionari:
realizzazione interviste a un campione di frequentatori del centro storico secondo le modalità e la tempistica previste nel piano di indagine elaborato (modalità face to face tramite sistema CAPI - Computer Assisted Personal Interview).
- Elaborazione report:
elaborazione report di sintesi dei risultati relativamente alle rilevazioni effettuate.
- Presentazione risultati
presentazione risultati delle rilevazioni.

2. Rilevazione operatori (2 rilevazioni in totale: 1 ex ante ed 1 ex post)

Per ognuna delle due rilevazioni si prevedono cinque fasi specifiche:

- Progettazione dell'indagine:
costruzione del piano d'indagine rivolto agli operatori economici del centro storico.
- Coinvolgimento operatori:
comunicazione dell'iniziativa e costruzione mailing list degli operatori del centro storico.
- Somministrazione dei questionari:
invio mail agli operatori del centro storico.
- Elaborazione report
elaborazione report di sintesi dei risultati relativamente alle rilevazioni effettuate.
- Presentazione risultati
presentazione risultati delle rilevazioni.

Budget di progetto

L'importo complessivo del progetto risulta pari a € 15.000,00 + iva.

Gestore

CAT Confcommercio e CAT Confesercenti Emilia-Romagna.

5.6.2 Rilevazione flussi pedonali

Il presente progetto intende implementare una serie di azioni finalizzate alla predisposizione di un sistema di monitoraggio dei risultati, quale strumento capace di valutare, sulla base del rilevamento di adeguati indicatori, la qualità e l'efficacia delle strategie operative del Programma sperimentale di Ferrara.

Progetto sperimentale di valorizzazione e gestione condivisa del centro storico di Ferrara

L'intervento in oggetto prevede l'implementazione di un sistema elettronico per il monitoraggio continuativo ed ininterrotto dei flussi pedonali su area pubblica all'interno del centro storico di Ferrara.

Al fine di promuovere e sviluppare il livello qualitativo del centro storico di Ferrara, risulta infatti di fondamentale importanza la capacità di stimare il numero di frequentatori che visitano il centro urbano della città stabilendo in modo continuativo il trend e i periodi di maggiore e minore afflusso.

In particolare la rilevazione dei flussi pedonali darà la possibilità di delineare sia la performance generale del centro storico di Ferrara (analisi dei flussi a intervalli regolari e prestabiliti durante l'anno) sia consentirà la valutazione di prestazioni spot del centro (analisi dei flussi in corrispondenza di specifici eventi/iniziative) fornendo come riscontro il grado di successo, in termini di partecipazione di pubblico, delle singole iniziative realizzate nel centro storico stesso.

Nello specifico il monitoraggio dei flussi pedonali analizzati consentirà di:

- verificare l'attrattività del centro storico;
- conoscere tempi e consistenza della frequentazione;
- monitorare i picchi di frequentazione durante periodi diversi (giornata, mese, anno);
- identificare il numero di frequentatori del centro storico in concomitanza di particolari eventi e/o periodi festivi;
- elaborare trend tramite serie storiche;
- sviluppare analisi di benchmarking.

Budget di progetto

L'importo complessivo del progetto risulta pari a € 20.000,00 + iva.

Gestore

CAT Confcommercio e CAT Confesercenti Emilia-Romagna.

6. PIANO FINANZIARIO DEGLI INTERVENTI

Di seguito si riporta la sintesi dei costi progettuali previsti.

Tabella 9

PIANO FINANZIARIO DEL PROGETTO SPERIMENTALE

progetti	importo		
	iva esclusa	iva	totale
Governance condivisa			
Analisi, coinvolgimento e ascolto	15.000	3.150	18.150
Progettazione modello di Governance	5.000	1.050	6.050
Coordinamento Cabina di Regia	10.000	2.100	12.100
Migliorare l'attrattività			
Azioni di incremento attrattività centro urbano	41.157	8.643	49.800
Migliorare l'accessibilità e la fruibilità			
Azioni per il miglioramento dell'accessibilità e della fruibilità	15.000	3.150	18.150
Creare sinergie e ottimizzare la ricaduta sul territorio degli eventi			
Coordinamento e valorizzazione eventi	30.000	6.300	36.300
Miglioramento dell'offerta commerciale			
Offerta commerciali e locali vuoti	10.000	2.100	12.100
Monitoraggio			
Indagini ex ante ed ex post	15.000	3.150	18.150
Rilevazione flussi pedonali	20.000	4.200	24.200
Totale	161.157	33.843	195.000

7. CRONOPROGRAMMA

Di seguito si riporta il crono - programma di riferimento del progetto sperimentale di Ferrara.

Strategie	Progetti	Mesi																							
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Governance condivisa	Analisi, coinvolgimento e ascolto	■	■	■																					
	Progettazione modello di Governance			■	■	■	■																		
	Coordinamento Cabina di Regia					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Migliorare l'attrattività	Azioni di incremento attrattività centro urbano							■	■				■	■							■	■			
Migliorare l'accessibilità e la fruibilità	Azioni per il miglioramento dell'accessibilità e della fruibilità								■	■	■	■			■	■									
Creare sinergie e ottimizzare la ricaduta sul territorio degli eventi	Coordinamento e valorizzazione eventi								■	■	■	■					■	■				■	■		
Miglioramento dell'offerta commerciale	Offerta commerciale e locali vuoti							■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					
Monitoraggio	Indagini di mercato	■	■																					■	■
	Rilevazione flussi pedonali			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

8. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

Per quanto riguarda le azioni di monitoraggio e valutazione si segnala che:

1. per quanto concerne il monitoraggio delle attese e dei comportamenti dei consumatori e degli operatori e, più in generale, della performance dell'attrattiva del centro storico è prevista la realizzazione di tre azioni progettuali specifiche (indagini su frequentatori, indagini su operatori e rilevazione dei flussi pedonali) descritte nell'ambito del progetto Monitoraggio;
2. per quanto concerne l'attività di coinvolgimento degli operatori e degli altri portatori di interesse è prevista per i primi la realizzazione di minimo 1 focus group per ogni azione progettuale e per i secondi di minimo 6 incontri della C.d.R nell'arco dei 24 mesi previsti per la realizzazione del progetto
3. per quanto concerne la valutazione del raggiungimento dei risultati delle singole azioni progettuali si veda tabelle seguenti.

Progetto	Indicatori specifici
Analisi, coinvolgimento e ascolto	<ul style="list-style-type: none">• minimo 1 focus group con operatori• 1 sopralluogo nell'area oggetto di intervento• predisposizione report di sintesi
Progettazione modello di Governance	<ul style="list-style-type: none">• interviste di profondità con stakeholder del territorio• costituzione cabina di regia
Coordinamento Cabina di Regia	<ul style="list-style-type: none">• minimo 6 riunioni della cabina di regia

Progetto sperimentale di valorizzazione e gestione condivisa del centro storico di Ferrara

Azioni di incremento attrattività centro urbano	<ul style="list-style-type: none">• minimo 1 focus group con operatori• realizzazione di minimo 2 iniziative progettuali distinte• realizzazione di minimo 2 conferenze stampa di presentazione delle iniziative progettuali
Azioni per il miglioramento dell'accessibilità e della fruibilità	<ul style="list-style-type: none">• minimo 1 focus group con operatori• realizzazione di minimo 2 iniziative progettuali distinte• realizzazione di minimo 2 conferenze stampa di presentazione delle iniziative progettuali
Coordinamento e valorizzazione eventi	<ul style="list-style-type: none">• minimo 1 focus group con operatori• realizzazione di minimo 2 iniziative progettuali distinte• realizzazione di minimo 2 conferenze stampa di presentazione delle iniziative progettuali
Offerta commerciali e locali vuoti	<ul style="list-style-type: none">• minimo 1 focus group con operatori• realizzazione di minimo 2 iniziative progettuali distinte• realizzazione di minimo 2 conferenze stampa di presentazione delle iniziative progettuali
Indagini di mercato	<ul style="list-style-type: none">• minimo 1 focus group con operatori• minimo 2 rilevazioni (1 ex ante e 1 ex post) sui frequentatori a campione significativo• minimo 2 rilevazioni (1 ex ante e 1 ex post) sugli operatori a campione significativo
Rilevazione flussi pedonali	<ul style="list-style-type: none">• minimo 1 focus group con operatori• realizzazione 12 mesi di sperimentazione in un'asse del centro storico