

**PROGETTO SPERIMENTALE DI  
VALORIZZAZIONE E GESTIONE  
CONDIVISA DEL CENTRO STORICO DI  
BUSSETO"**

**Relazione Tecnica**

*Settembre 2014*

## **SOMMARIO**

## 1 PREMESSA

Il presente documento rappresenta la Relazione tecnica relativa al "Progetto sperimentale per la valorizzazione e gestione condivisa del centro storico di Busseto" presentato ai sensi del Bando di gara approvato con delibera della Giunta della Regione Emilia Romagna n. 1074 del 14 luglio 2014 e relativa alla realizzazione di progetti caratterizzati dalla sperimentazione di politiche coordinate, continuative e condivise tra i diversi soggetti interessati alla valorizzazione della funzione commerciale del centro storico.

Il comune di Busseto già a marzo del 2013, in occasione del Bicentenario Verdiano, ha costituito il "Centro Commerciale Naturale di Busseto" allo scopo di caratterizzare il centro storico che per sua natura rappresenta già un "centro commerciale" con la sua offerta differenziata e peculiare.

Il CCN è nato dall'esigenza di sostenere e dare nuovo impulso al commercio di vicinato attraverso l'aggregazione degli esercizi e la promozione di svariate iniziative che coinvolgano l'intero comparto commerciale del Paese. Tali iniziative sono nate da un lato dal desiderio di promuovere Busseto quale centro culturale dall'altro dal volontà di un rilancio economico che si rende sempre più necessario ed auspicabile.

Tra le altre iniziative è stata ideata e promossa la "Verdi tourist Card", allo scopo di migliorare il soddisfacimento della domanda turistico/culturale sul territorio bussetano grazie all'integrazione dell'offerta turistica con una serie di servizi complementari e con i prodotti offerti dalla rete distributiva locale.

Il "Progetto per la valorizzazione e gestione condivisa del centro storico di Busseto", d'ora in poi per brevità "**progetto**", intende caratterizzarsi come un insieme organico di interventi che partendo dalla "Tourist card" e dalla sua estensione ai comuni delle terre verdiane, migliori l'attrattività commerciale e turistica di Busseto e in particolare del centro.

In tale ottica, il centro di Busseto viene considerato l'epicentro di un sistema territoriale di grande valenza turistica, che può essere una risorsa importante per la valorizzazione delle attività del territorio.

## **1.1 Gli obiettivi**

La tourist card utilizzabile sull'intero territorio verdiano, oltre a rappresentare il primo tentativo di sviluppare una visione comune di incoming sulla Provincia di Parma, si propone di mettere a disposizione del turista un prodotto pratico che permetta di usufruire il più possibile dell'offerta complessiva del territorio e che risulti essere un mezzo di fidelizzazione al contesto sia per la durata del soggiorno, sia successivamente.

La card ha però anche lo scopo di favorire l'acquisto di prodotti locali da parte di turisti e frequentatori dell'area valorizzando le potenzialità della produzione e della rete distributiva e ristorativa locale.

In tale direzione, il progetto intende migliorare l'attrattività commerciale e turistica di Busseto e in particolare del suo centro attraverso la realizzazione di un complesso di attività ed azioni di marketing territoriale miranti alla valorizzazione dell'intero territorio verdiano.

Nel complesso il progetto prevede:

- un potenziamento delle attività di promozione e marketing delle attività commerciali del centro;
- la realizzazione di iniziative in sinergia tra la funzione commerciale e la valorizzazione turistica del territorio;
- la progettazione e realizzazione di iniziative per la comunicazione e diffusione degli strumenti di fidelizzazione al contesto (card).

## 2 IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

### 2.1 Inquadramento territoriale ed analisi socio economica

Il comune di Busseto si colloca nella pianura parmense a 15 km da Fidenza, a circa 40 km dal capoluogo e a 8 km dal fiume Po.

Il comune si articola nel capoluogo ed in 7 frazioni per un totale di circa 7.000 residenti (7.132 al 28/02/2013) di cui circa 5.000 residenti nel capoluogo.

Il comune presenta numerosi edifici di interesse storico essendo stato per secoli capitale dello "stato Pallavicino ed è stato proclamato città sin dal 1533. Tuttavia il comune, è celebre soprattutto per avere tra le sue frazioni quella di Roncole Verdi che ha dato i natali a Giuseppe Verdi e in cui visse lo scrittore e giornalista Giovannino Guareschi.

### 2.2 La rete distributiva

La rete distributiva del centro comprende **45** esercizi commerciali in sede fissa di cui:

- |                            |       |
|----------------------------|-------|
| - Settore Alimentare:      | N. 16 |
| - Settore Non Alimentare : | N. 29 |

Si tratta in gran parte di esercizi di vicinato; solo uno è una media struttura.

Numerosi i pubblici esercizi presenti nel centro (11) che sono circa un terzo del totale del comune (32).

L'offerta distributiva è completata da due mercati settimanali che si svolgono il martedì (con circa 30 posteggi) ed il venerdì (con oltre 70 posteggi) nel centro di Busseto.

A questi occorre aggiungere le attività dell'artigianato di servizio:

- ARTIGIANATO DI SERVIZIO SETTORE ALIMENTARE: (rosticcerie, pizzerie e gelaterie d'asporto, pasta fresca, gastronomie, fornai e pasticceri)
- ARTIGIANATO DI SERVIZIO SETTORE NON ALIMENTARE (barbieri)

### 2.3 Attrattività turistica di Busseto

I siti museali hanno visto in questi anni uno sviluppo importante e hanno generato flussi turistici rilevanti sia in termini di pernottamenti che di escursioni.

I flussi turistici rivolti alle strutture ricettive di Busseto (9 strutture – 34 camere – 86 posti letto) sono in continuo aumento e nel 2013 sono stati registrati circa 2.000 arrivi e 4.850 presenze con una consistente presenza di turisti stranieri (circa 1/4 degli arrivi totali).

Il fenomeno turistico per l'area di Busseto in realtà ha un peso molto più elevato di quello evidenziato nei dati; è presente infatti un turismo di tipo escursionistico che considera Busseto all'interno di un itinerario articolato e comprendente diverse mete del territorio verdiano.

Alcuni dati sui principali siti museali indicano valori del fenomeno molto più elevati.

I dati relativi agli ingressi nei principali siti (Casa Natale e Teatro Verdi) da Gennaio a ottobre 2013 hanno raggiunto **32.796 ingressi**, valore già superiore a quello totale del 2012.

Casa Natale –Teatro Verdi ingressi a ottobre 2013	
Gruppi	627
Singoli	18.738
Cumulativi	14.058
Totale ingressi	32.796

Casa Natale – Teatro Verdi	
anno	Totale ingressi
2010	22.848
2011	32.280
2012	25.236
2013 (fino ottobre)	32.796

Casa natale - Teatro verdi (ingressi per mese)

In notevole incremento anche i dati relativi agli ingressi nell'altro sito del centro (Casa Barezzi) dove a ottobre 2013 si erano già registrati oltre 20.000 ingressi, valori raddoppiati rispetto all'anno precedente.

Ingressi Casa Barezzi
-----------------------

Anno	Diretti	Dallo IAT	Da Villa Verdi	Totale
2008	2.903	4.988	903	8.794
2009	2.820	4.887	46	7.753
2010	2.555	6.384	723	9.662
2011	3.890	8.941	731	13.562
2012	2.720	7.872	288	10.880
2013 (a ott)	4.984	14.423	1.058	20.465

Il centro storico si connota per un ambiente urbano caratteristico e anche per una buona presenza di attività commerciali e di pubblici esercizi. Qui si trova l'ufficio turistico, la Casa Barezzi e il Teatro Verdi.

#### **2.4 L'area d'intervento**

L'area di intervento è costituita dal centro commerciale naturale del comune così come delimitato nella cartografia seguente.

### 3 LA GOVERNANCE

Il CCN del comune di Busseto è stato formalmente costituito il 10 marzo 2013, in coincidenza con la ricorrenza del centenario verdiano, con l'obiettivo di sostenere e dare nuovo impulso al commercio di vicinato del comune.

L'intervento prevede la creazione di un sistema di governance per la gestione del progetto e, più in generale delle attività di promozione del C.C.N., finalizzato allo sviluppo della "Verdi Tourist card" in chiave di valorizzazione del centro storico.

Il sistema di governance è stato disciplinato dai partner del Progetto sperimentale tramite la sottoscrizione della Convenzione prevista dal bando della regione Emilia Romagna.

#### 1.1 Definizione della governance

L'intervento per l'implementazione del modello di governance si compone di tre parti:

- progettazione Cabina di Regia:  
la progettazione del sistema di governance ha individuato nella Cabina di Regia (C.d.R.), costituita dal comune e dalle associazioni di categoria maggiormente significative, la struttura operativa che i partner del Progetto sperimentale intendono adottare per la gestione e il coordinamento progettuale.
- assistenza alla cabina di regia  
la seconda fase progettuale prevede un'attività di assistenza alla C.d.R. a cura del Centro di Assistenza Tecnica Confcommercio della regione Emilia Romagna, quale soggetto gestore, con compiti di supporto strategico alla C.d.R. durante il periodo previsto per l'implementazione del Progetto sperimentale. In particolare il CAT fornirà sostegno tecnico ai partner del Progetto tramite il coordinamento delle attività progettuali previste.
- le collaborazioni alla cabina di regia  
La C.d.R. si avvarrà della collaborazione delle associazioni di categoria maggiormente rappresentative dell'artigianato e dell'industria per il coinvolgimento degli imprenditori al fine di garantire una governance del progetto che trovi negli operatori economici coinvolti, attori proattivi nella fase di attuazione dello stesso.



## 4 LE AZIONI DEL PROGETTO

Di seguito si riportano le azioni che fanno parte del progetto, per ogni azione vengono descritti i contenuti delle attività ed i risultati attesi che costituiranno parte essenziale del piano di monitoraggio.

### 1.2 Assistenza alla Cabina di regia

L'attività di coordinamento nell'attuazione degli interventi fa riferimento alle seguenti azioni:

- presenza di personale tecnico durante le riunioni del gruppo di lavoro e/o alle riunioni della cabina di regia dedicate all'attuazione del progetto (sono previste riunioni periodiche della cabina di regia);
- individuazione, sulla base delle indicazioni della cabina di regia, dei partner tecnici necessari per le diverse azioni del progetto;
- confronto con i diversi partner tecnici individuati per l'attuazione dei singoli interventi al fine di sviluppare progetti in linea con gli obiettivi prefissati;
- realizzazione del piano di monitoraggio;
- tenuta amministrativa e rendicontazione delle attività previste dal progetto.

#### **Risultati attesi**

Coinvolgimento dei principali partner presenti sul territorio in almeno 4 incontri di coordinamento delle attività.

### 1.3 La "customer" degli operatori (la visione delle imprese)

Al fine di sviluppare le iniziative del progetto con il coinvolgimento delle imprese, l'analisi intende verificare le opinioni dei titolari delle attività economiche del centro di Busseto sugli aspetti qualificanti che compongono l'offerta commerciale, le tematiche specifiche riguardanti la fruizione turistica e l'adeguatezza delle attività di valorizzazione.

In tal senso si prevede la realizzazione di un'indagine rivolta agli operatori del centro sulla base dell'elenco delle aziende esistenti.

**Destinatari:** imprenditori o gestori di attività nell'area del centro

**Principali temi di indagine:** caratteristiche dell'attività e propensione alla presenza sul web, valutazione dell'offerta commerciale e di servizi, valutazione del contesto, valutazione di eventuali tematiche specifiche collegati alla card (eventi, attività del C.C.N. ecc.), disponibilità al coinvolgimento in attività collegate al progetto speciale.

**Metodologia di indagine:** interviste on line integrate da interviste dirette per gli operatori non in possesso di accesso internet.

### **Risultati attesi**

Al termine della fase si realizzerà un report sintetico utilizzabile sia per una migliore definizione operativa delle attività che per la promozione del progetto presso gli operatori.

## **4.1 Focus group e formazione operatori**

Questa linea di valorizzazione mira a sensibilizzare e informare gli operatori su possibili interventi volti ad incrementare il livello di servizio offerto, implementare servizi comuni e di sistema, avviare l'utilizzo di nuovi strumenti per la promozione e comunicazione della propria attività con particolare riferimento alle lingue ed ai servizi per i turisti.

Al fine di dare continuità al percorso progettuale occorre prestare particolare attenzione al coinvolgimento degli operatori economici e favorire lo sviluppo e l'innovazione delle attività economiche. Per questo si ritiene di fondamentale importanza realizzare una serie di seminari su tematiche specifiche (azioni di sistema, esempi di progetti realizzati da operatori economici in altri contesti, etc.) per informare e formare gli operatori su possibili nuove iniziative realizzabili sia come singolo punto vendita sia come insieme delle attività economiche.

In funzione dell'attività di analisi, coinvolgimento e coordinamento della Cabina di Regia, verranno individuate le tematiche oggetto di seminario e focus group.

**Destinatari:** circa 15 imprenditori o gestori di attività dell'area.

**Temi di formazione:** i social media e i siti web; e-commerce; accoglienza del turista e lingua inglese; valutazione di tematiche specifiche collegati al progetto speciale (eventi, fidelity card, attività del ccn ecc.).

### **Risultati attesi**

Coinvolgimento di circa 15 operatori dell'area nelle attività del CCN

## **4.2 Sviluppo del sito internet e della presenza sul web**

Il progetto prevede l'integrazione ed il potenziamento dell'attuale sito di promozione turistica del comune ([www.bussetolive.it](http://www.bussetolive.it)) con l'offerta costituita dalle attività economiche del CCN.

Si prevede:

- definizione di un'immagine coordinata sul web che valorizzi le attività commerciali presenti e le opportunità offerte nel territorio; (rifacimento del sito):

- predisposizione di materiale innovativo per la promozione delle attività economiche nel mondo web e social; (video, immagini, contenuti) e utilizzabile da diversi soggetti ivi compresi gli operatori economici
- realizzazione sul web di iniziative di promozione del territorio e delle attività economiche compreso il marchio del ccn.

### **Risultati attesi**

Realizzazione di un nuovo sito di promozione commerciale e turistica di Busseto.

### **4.3 Azioni di sviluppo della fidelity a fini commerciali**

Si tratta di realizzare un piano di azioni di sviluppo della fidelity card per promuovere il suo utilizzo anche da parte delle attività commerciali attraverso:

- la presentazione promozione della Verdi Tourist card presso gli operatori economici e gli enti del territorio, al fine della creazione di sinergie e accordi di promozione reciproca;
- la definizione di vantaggi per turisti e residenti nella visita ai luoghi "Verdiani" da inserire nella Verdi tourist card
- la progettazione di una serie di sconti/offerte/premi sui prodotti e sui servizi offerti dalle attività aderenti al progetto

### **Risultati attesi**

Pianificazione dello sviluppo commerciale della fidelity card e realizzazione azioni conseguenti, con il coinvolgimento di almeno 20 attività economiche.

### **4.4 Materiale promozionale**

Contestualmente si prevede, la progettazione e realizzazione di materiale promozionale a supporto delle azioni previste dal piano precedente rivolte ad accompagnare i frequentatori durante il soggiorno a Busseto.

Si prevede di realizzare materiali di promozione quali ad esempio:

- cartoline con Card integrate;
- coupon
- cartine e brochures illustrative;
- vetrofanie per facilitare l'individuazione delle strutture convenzionate.

### **Risultati attesi**

Realizzazione e distribuzione ai turisti di almeno 1 tipologia di materiale promozionale.

## **4.5 Evento**

Sulla base delle risultanze delle fasi precedenti è prevista la realizzazione di una nuova iniziativa di promozione del commercio sviluppabile anche in sinergia con altre iniziative esistenti, connotata da un approccio innovativo e dall'utilizzo delle modalità di comunicazione innovativa individuate al punto precedente.

L'obiettivo dell'iniziativa è quello di promuovere le specificità del comune, in primo luogo la musica lirica, attirando consumatori e turisti.

### **Risultati attesi**

Realizzazione di un evento con il coinvolgimento di almeno 10 attività del comune.

## **1.4 Segnaletica turistica**

Occorre migliorare l'accoglienza del consumatore, in rapporto alle diverse situazioni e mezzi di trasporto utilizzati, e il suo indirizzamento verso le attività economiche del centro.

A questo fine potranno essere predisposte iniziative volte

- al miglioramento della segnaletica di indirizzamento alle aree di sosta con particolare riferimento ai momenti in cui si svolgono le principali manifestazioni;
- al miglioramento della comunicazione della presenza delle attività commerciali (segnaletica di indirizzo commerciale) con utilizzo del marchio CCN

### **Risultati attesi**

In funzione dell'attività di analisi, coinvolgimento e formazione verranno individuate le azioni progettuali da implementare.

## 5 COSTI DELL'INTERVENTO

Di seguito si riporta la sintesi dei costi progettuali previsti per la realizzazione delle attività indicate di cui si richiede il finanziamento.

	<b>descrizione intervento</b>	<b>iva esclusa</b>	<b>iva</b>	<b>totale</b>
4.1	Assistenza cabina di regia	6.500	1.430	7.930
4.2	Customer degli operatori	2.500	550	3.050
4.3	focus group e formazione operatori	3.500	770	4.270
4.4	Sito internet	6.700	1.474	8.174
4.5	Azioni di promozione tramite fidelity	4.000	880	4.880
4.6	Materiale promozionale	8.000	1.760	9.760
4.7	Evento	9.100	2.002	11.102
4.8	Segnaletica turistica	4.000	880	4.880
	<b>Totale</b>	<b>44.300</b>	<b>9.746</b>	<b>54.046</b>