Terziaria Cat Udine Srl

Centro Assistenza Tecnica alle Imprese del Terziario

DISTRETTO DEL COMMERCIO DEL FRIULI ORIENTALE

RELAZIONE DI PROGRAMMA

PAVIA DI UDINE

20 DICEMBRE 2023

BENVENUTI NEL COMUNE DI
PREPOTTO
TERRA
DELLO SCHIOPPETTINO

TODAY

SCENARIO
1
PERCHE’
2
CHI
3
CHE COSA
4
COME
5
QUANDO
6
PROGETTO
DI
DISTRETTO

SCENARIO

macro-trend demografia d'impresa e occupazione

3

dati in migliaia	imprese registrate - totale		
	2012	2022	var.%
italiane	5.616	5.404	-3,8
straniere	478	647	35,5
quota % straniere	7,8	10,6	
	imprese registrate del commercio		
italiane	1.383	1.245	-10,0
straniere	166	210	26,7
quota % straniere	10,7	14,4	

dati in migliaia	occupati totale economia		
	2012	2022	var.%
italiani	20.456	20.660	1,0
stranieri	2.110	2.380	12,8
quota % stranieri	9,3	10,3	
	occupati del commercio - ape		
italiani	4.204	4.056	-3,5
stranieri	375	482	28,5
quota % stranieri	8,2	10,6	

ape: alberghi e pubblici esercizi

SCENARIO

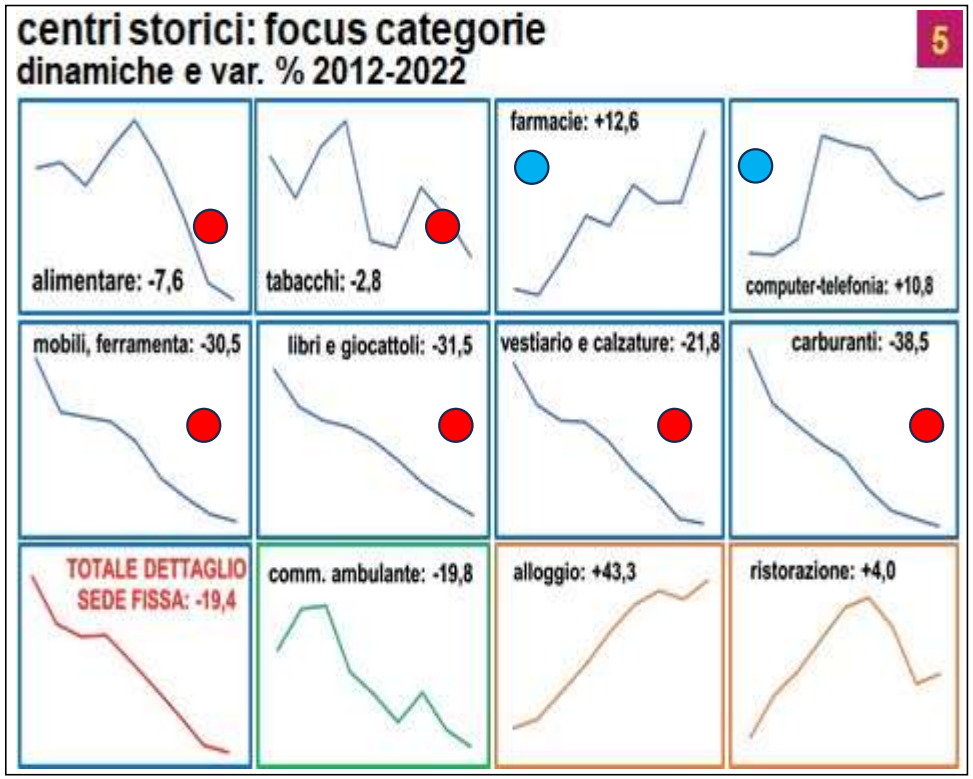
centri storici (CS) vs altro (NCS)

4

120 comuni	var. % 2012-2022		var. % 2012-2022			
	ITALIA		SUD		CENTRO-NORD	
	CS	NCS	CS	NCS	CS	NCS
commercio dettaglio in sede fissa	-19,4	-17,5	-17,6	-14,5	-20,5	-19,4
commercio ambulante	-19,8	-18,5	-18,8	-16,8	-20,7	-19,6
servizi di alloggio	43,3	35,4	82,9	60,9	32,3	26,0
bar, ristoranti	4,0	1,8	10,6	7,8	1,5	-0,8

120 comuni	var. % 2019-2022		var. % 2019-2022			
	ITALIA		SUD		CENTRO-NORD	
	CS	NCS	CS	NCS	CS	NCS
commercio dettaglio in sede fissa	-4,8	-3,3	-3,9	-1,7	-5,3	-4,4
commercio ambulante	-12,2	-7,9	-9,1	-2,3	-14,8	-11,4
alberghi	-1,4	-2,0	-1,5	2,5	-1,4	-3,5
altre forme di alloggio	4,3	6,1	13,0	10,3	0,4	3,9
bar	-8,1	-7,7	-5,9	-6,5	-9,0	-8,2
ristoranti	1,0	1,7	1,7	2,8	0,8	1,2

SCENARIO

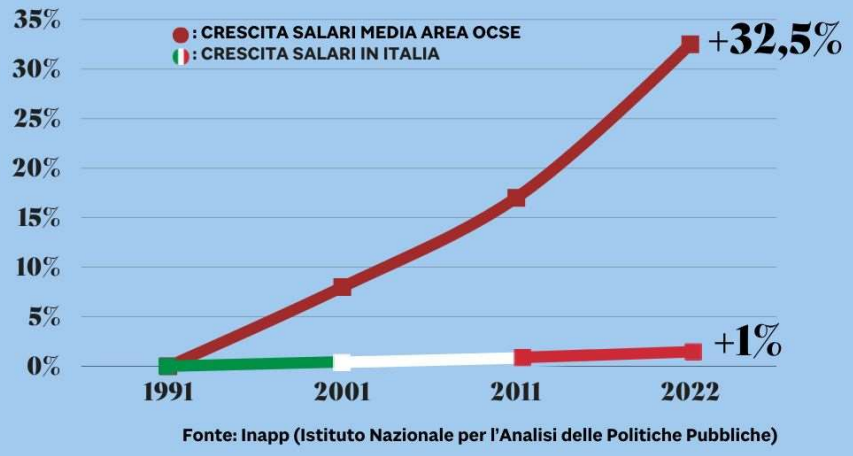

centri storici: focus categorie
dinamiche e var. % 2012-2022
5
alimentare: -7,6
tabacchi: -2,8
farmacie: +12,6
computer-telefonia: +10,8
mobili, ferramenta: -30,5
libri e giocattoli: -31,5
vestiario e calzature: -21,8
carburanti: -38,5
TOTALE DETTAGLIO SEDE FISSA: -19,4
comm. ambulante: -19,8
alloggio: +43,3
ristorazione: +4,0

SCENARIO

Lavoro, il rapporto Inapp

Salari al palo in Italia: dal 1991 +1% contro il +32,5% degli altri Paesi Ocse

Tra le cause di questa disparità pesa anche la bassa produttività



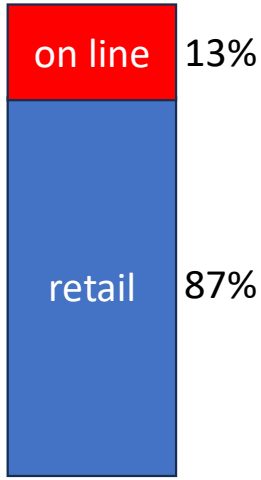
Fonte: Inapp (Istituto Nazionale per l'Analisi delle Politiche Pubbliche)

SCENARIO

TREND DEI CONSUMI ON LINE DEGLI ITALIANI

Miliardi di euro

SPESA
PER CONSUMI
DI BENI E SERVZI 2022



PERCHE’

Cambia il Consumatore, DEVE cambiare il Commercio

Le sfide del mercato non si giocano più (solo) con:
- **location centrale e/o facilmente accessibile**
- **unicità dei prodotti/servizi**
- **prezzo**
- **resilienza**

Oggi si vince con:
- **adattabilità dinamica**
- **servizi**
- **agglomerazione**
- **cooperazione, rete, integrazioni verticali e trasversali**

…ma ci sono i DISTRETTI

Nei DISTRETTI… il COMMERCIO è fattore strategico di:
- **cooperazione tra privato e pubblico**
- **sviluppo economico sostenibile**
- **di coesione e crescita sociale**
- **valorizzazione delle risorse del territorio**
- **collaborazione tra imprese diverse**
- **integrazione tra settori diversi**
- **attrattività di vecchi e nuovi «visitatori/clienti»**

…. e il COMMERCIANTE è una grande forza, una presenza costante nella comunità da ringraziare e apprezzare

CHI

I PARTNER

COMUNI	Pavia di Udine (Capofila), Buttrio, Chiopris Viscone, Corno di Rosazzo, Manzano, Moimacco, Pradamano, Premariacco, Prepotto, Remanzacco, San Giovanni al Natisone, Trivignano Udinese
ENTI PUBBLICI	Camera di Commercio di PN - UD
ASSOCIAZIONI	CONFCOMMERCIO Imprese per l'Italia – Udine, CONFESERCENTI della Provincia di Udine – Udine CONFARTIGIANATO Imprese Udine
ISTITUTI BANCARI	Banca 360 Fvg

LA GOVERNANCE

ASSEMBLEA	Tutti i Partner
GRUPPO DI LAVORO TECNICO	Rappresentanti di 5 Comuni
(MANAGER DI DISTRETTO)	Terziaria Cat Udine srl

I BENEFICIARI

DIRETTI	**Nuovi aderenti al Distretto (imprese di commercio, turismo, servizi e artigianato)** **Imprese che parteciperanno al Bando Impresa**
INDIRETTI	**Imprese, Enti, Istituzioni, Associazioni del Territorio** **Cittadini del Territorio** **Consumatori, Turisti, Visitatori del Territorio**

CHE COSA

OBIETTIVO GENERALE

*Rafforzare la **notorietà** e la **visibilità** delle **offerte commerciali** e **turistiche** del Distretto per **accrescere** le occasioni di **visita** e di **acquisto** sul territorio*

VALORIZZAZIONE COMMERCIALE E TURISTICA

EVOLUZIONE DEL «PRODOTTO»:

1. ***Meeting con imprese per :***
   - ***engagement Progetto di Distretto***
   - ***consumatore e turista: cosa c'è di nuovo?***
   - ***adesione al Distretto***
2. ***Costituzione Gruppo di Acquisto energia***
3. ***Prototipi experiences***

PROMOZIONE

1. ***Brand, Logo, Payoff del Distretto***
2. ***Digital Hub***
3. ***Eventi in e out stores***
4. ***Campagne di comunicazione omnicanale (media off e on line)***
5. ***Marketing di Distretto***
6. ***Indagini ricorrenti di flusso e di customer satisfaction***

QUALIFICAZIONE SPAZI E RIGENARAZ. URBANA

1. ***Rinnovo ambiente e arredo urbano***
2. ***Riqualificazione aree pubbliche***
3. ***Mobilità sostenibile***
4. ***Forestazione urbana***

COME

INVESTIMENTI FINANZIARI

REGIONE	237.500€
COMUNI	162.500€
TOTALE PUBBLICO	400.000€
IMPRESE (facoltativo)	(30.000€)

STRUMENTI

Evoluzione «PRODOTTO»

- Accompagnamento imprese

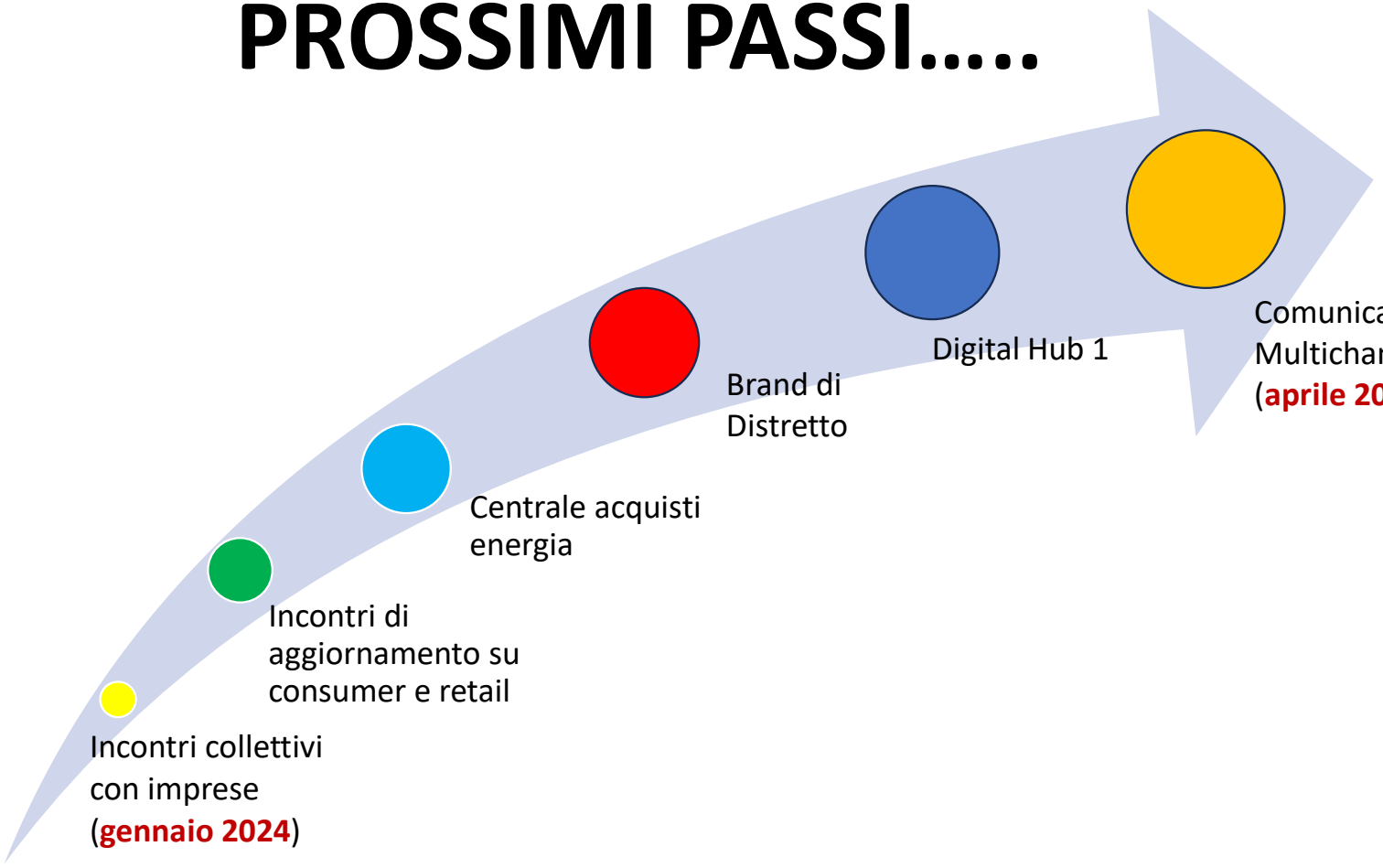
Promozione

- Digital Hub : sito «vetrina» connesso ai siti dei partner, webapp, pagine social)
- Campagna di comunicazione : Ufficio Stampa, Redazionali su Media, Newsletter, cartellonistica pubblica, Totem digitali, ecc.
- Marketing : social, eventi in e out stores, Promoturismo, cartoline interattive, video emozionali, locandine ed espositori da banco con Qrcode, gaming

QUANDO

AREE	INTERVENTI	2023 IV	20 24 I	II	III	IV	20 25 I	II	III	IV
Progettazione										
Prodotto	Intervento A 1.1 - **Sensibilizzazione** di imprese e imprenditori sul									
	Progetto e **raccolta adesioni** al Distretto (Commercio, Turismo,									
	Settori Produttivi e di Servizio, “attrattori diversi”, anche pubblici)									
	Intervento A 1.2 - **Formazione** nuovi partner per accompagnamento									
	al “nuovo mercato”; supporto Bando Imprese									
	Intervento A 1.3 - **Organizzazione esperienze** (shopping, tourism,									
	culture, nature, landscape, eventi anche negli stores)									
	Intervento A 1.4 - **Accordi di rete** per utenze e altri servizi collettivi									
Promozione	Intervento A2.1 - Sviluppo del **Brand** e del Logo del Distretto									
	Realizzazione dell’HUB digitale del Distretto									
	Intervento A2.3 - **Campagna di comunicazione** on e off line collettiva									
	Intervento A2.4 - **Marketing mix**									
	Intervento A2.5 – Supporto **conoscenza mercato**									
Qualific. Urbana	Intervento B 1 - **Rinnovo ambiente e arredo urbano**, colonnine di ricarica									
	Intervento B 2 - **Riqualificazione aree pubbliche** per sagre, fiere, mercati									
	Intervento B 3 - **Mobilità sostenibile**									
	Intervento B 4 - **Forestazione urbana**									

PROSSIMI PASSI…..



BENVENUTI NEL COMUNE DI
PREPOTTO
TERRA
DELLO SCHIOPPETTINO

TODAY

Terziaria Cat Udine Srl

Centro Assistenza Tecnica alle Imprese del Terziario

PARLIAMONE...

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

PAVIA DI UDINE

20 DICEMBRE 2023