



**PROGETTO SPERIMENTALE DI VALORIZZAZIONE DELLE AREE
COMMERCIALI DEI CENTRI STORICI DELL'UNIONE RENO GALLIERA**

Un confronto sull'innovazione nel mondo del commercio

San Pietro in Casale - 8 Novembre 2017

Indice

- **Sintesi risultati indagini**
- **Principali trend in atto**
- **Tre suggestioni**
- **Esempi**



Sintesi risultati indagini



Modalità di indagine:

- Interviste a persone presenti nei centri dell'Unione
- Giorni di mercato/sabato a maggio 2017
- Domande sulla mobilità per acquisti, valutazioni sull'offerta e i centri, valutazioni sulle iniziative
- Interviste valide: 553 totale (87 a San Pietro in Casale)
- Analisi dei risultati su Unione (attendibilità elevata) e specificità rilevate nei singoli centri

Giorno	Comune/frazione e n. interviste		
sabato	Castello d'Argile (mercato) - 39 Mascarino (mercato) - 10	Pieve di Cento (centro) - 27	Funo di Argelato (mercato) - 24
lunedì	San Giorgio di Piano (centro) - 67		
martedì	San Pietro in Casale (piazza Martiri e Calori) - 51	Funo di Argelato (centro) - 24	
mercoledì	Argelato (centro) - 24	Galliera (mercato di san Venanzio) - 42	
giovedì	Castel Maggiore (mercato, centro) - 75		
venerdì	Bentivoglio (piazza Martiri) - 23 Bentivoglio, loc. San Marino - 21	Pieve di Cento (mercato) - 27	
sabato	Castel Maggiore (centro) - 63	San Pietro in C. (piazza Testoni) - 36	



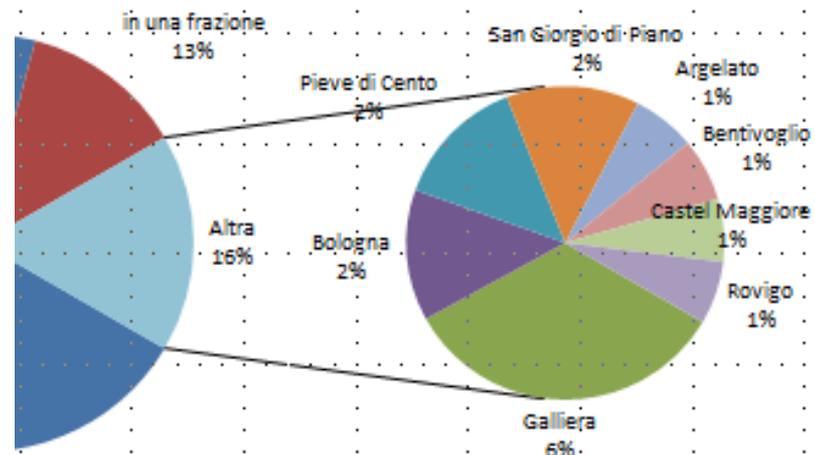
Provenienza

In quale comune è stato intervistato

Dove abita	ARGELATO / FUNO	BENTIVOGLIO	CASTELLO D'ARGILE	CASTEL MAGGIORE	GALLIERA	PIEVE DI CENTO	SAN GIORGIO DI PIANO	SAN PIETRO IN CASALE	Totale
Nel centro/ comune di intervista	20,8%	36,4%	65,3%	80,4%	90,5%	98,1%	64,2%	71,3%	66,9%
In una frazione del comune di intervista	48,6%	45,5%	26,5%	1,4%	2,4%	0,0%	1,5%	12,6%	15,0%
in un altro Comune	30,6%	18,2%	8,2%	18,1%	7,1%	1,9%	34,3%	16,1%	18,1%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Dove è residente?

Provenienza campione intervistato a San Pietro in Casale

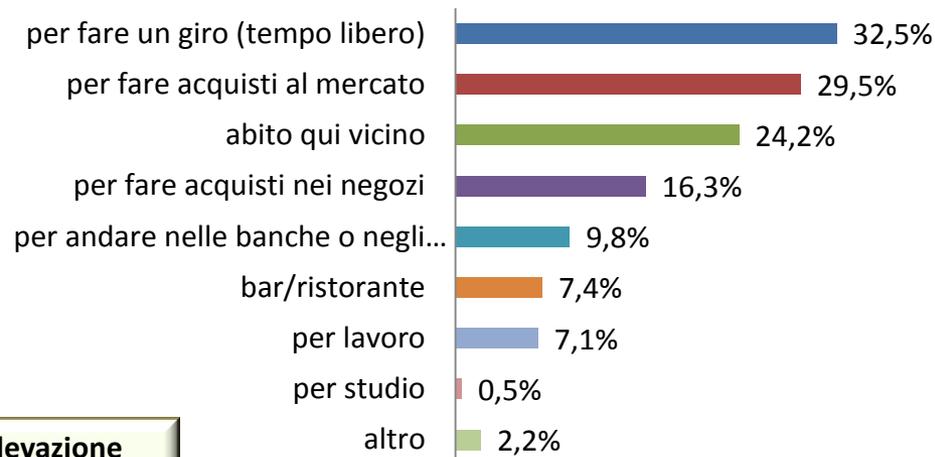


I centri sono vissuti principalmente da residenti della zona e del territorio comunale; in tutti i centri ci sono presenze da fuori comune: a **San Pietro in Casale il 16 %** (un poco inferiore alla media totale – 18%)



Motivazioni di presenza nel centro (luogo di intervista)

- I centri sono principalmente **luoghi di relazione e di svago**: in centro «per fare un giro»: il 33% del totale.
- Rilevante anche la prossimità (il 24% «abita qui vicino») e la funzione di **acquisti (16%) nei negozi** che a **San Pietro** è tra le più elevate e riguarda **circa un quarto del campione**; rilevante rispetto alla media la presenza per motivi di lavoro.



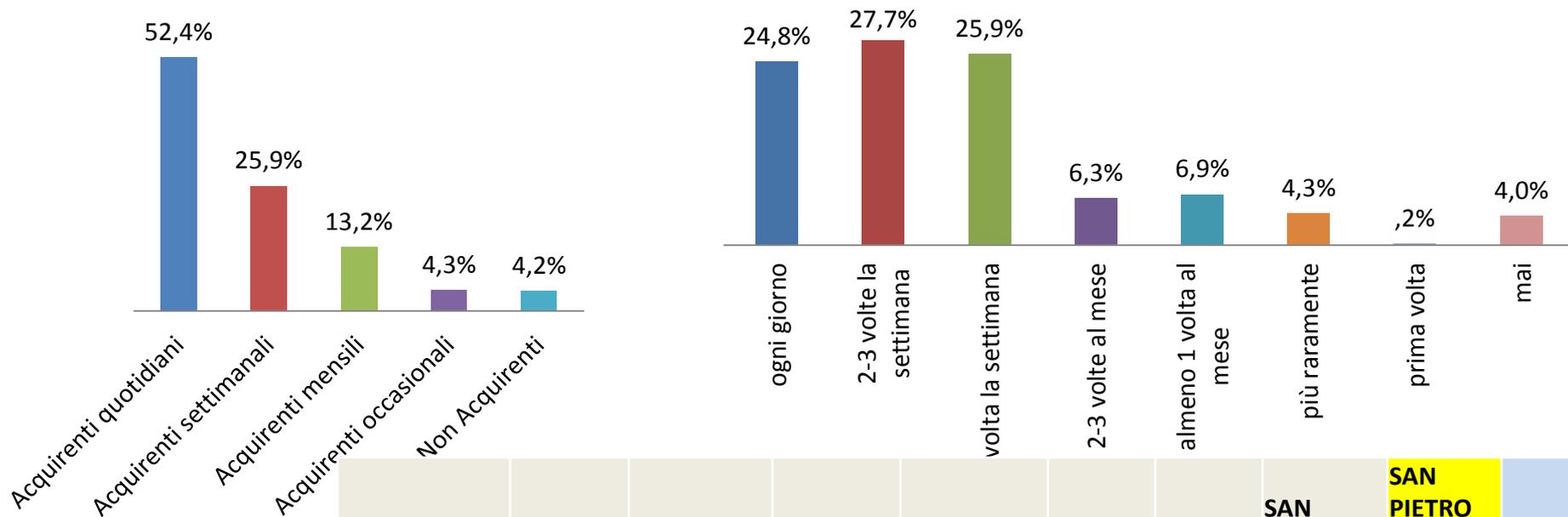
Il motivo di presenza in base al comune di rilevazione

	ARGELATO / FUNO	BENTIVOGLIO	CASTELLO D'ARGILE	CASTEL MAGGIORE	GALLIERA	PIEVE DI CENTO	SAN GIORGIO DI PIANO	SAN PIETRO IN CASALE	Totale
per fare un giro (tempo libero)	30,6%	29,5%	28,6%	32,6%	38,1%	37,0%	35,8%	29,9%	32,5%
per fare acquisti al mercato	37,5%	18,2%	24,5%	26,1%	28,6%	27,8%	47,8%	24,1%	29,5%
abito qui vicino	18,1%	38,6%	10,2%	36,2%	38,1%	18,5%	14,9%	14,9%	24,2%
per fare acquisti nei negozi	5,6%	13,6%	38,8%	14,5%	4,8%	7,4%	19,4%	25,3%	16,3%
per andare in banche / uffici	8,3%	9,1%	0,0%	11,6%	14,3%	16,7%	11,9%	5,7%	9,8%
bar/ristorante	2,8%	2,3%	0,0%	10,1%	9,5%	24,1%	9,0%	1,1%	7,4%
per lavoro	8,3%	11,4%	2,0%	3,6%	4,8%	7,4%	6,0%	13,8%	7,1%
per studio	0,0%	0,0%	4,1%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
altro	1,4%	4,5%	4,1%	0,0%	2,4%	0,0%	1,5%	5,7%	2,2%

Nota metodologica: risposte multiple



Frequenza di acquisti nel centro (luogo di intervista)



Prevale una frequentazione del centro quasi quotidiana per acquisti.

A San Pietro la frequenza per acquisti è più assidua della media (64% contro 53% di media).

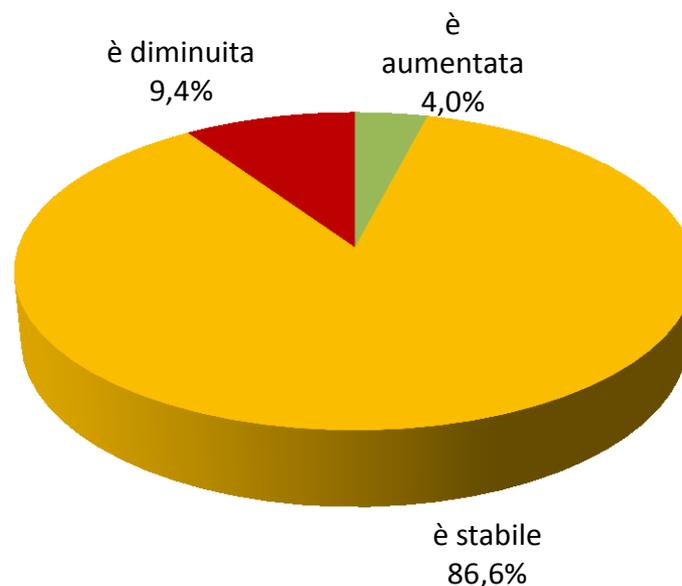
	ARGELAT O / FUNO O	BENTIVOGLI	CASTELLO D'ARGILE	CASTEL MAGGIORE	GALLIER A	PIEVE DI CENTO	SAN GIORGIO DI PIANO	SAN PIETRO IN CASALE	Totale
ogni giorno	6,9%	22,7%	26,5%	23,9%	21,4%	31,5%	34,3%	31,0%	24,8%
2-3 volte la settimana	23,6%	20,5%	30,6%	31,9%	11,9%	27,8%	28,4%	33,3%	27,7%
1 volta la settimana	38,9%	27,3%	28,6%	23,2%	35,7%	20,4%	16,4%	23,0%	25,9%
2-3 volte al mese	9,7%	13,6%	2,0%	5,8%	9,5%	5,6%	6,0%	2,3%	6,3%
almeno 1 volta al mese	8,3%	4,5%	4,1%	6,5%	14,3%	7,4%	7,5%	4,6%	6,9%
più raramente	6,9%	6,8%	6,1%	6,5%	2,4%	0,0%	3,0%	1,1%	4,3%
prima volta	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%	0,0%	0,2%
mai	5,6%	4,5%	2,0%	2,2%	4,8%	7,4%	3,0%	4,6%	4,0%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



Come è cambiata frequenza di acquisti (ultimi due anni)

L'87% degli intervistati ha mantenuto **stabile** la frequenza di acquisti nel centro dove è stata intervistata, negli ultimi due anni.

- Nel complesso, chi ha diminuito la frequenza degli acquisti supera quanti l'hanno aumentata.
 - **SALDO NEGATIVO = - 5%**
- **Andamento migliore a San Pietro in Casale (saldo negativo = 0%)** perciò stabilità.



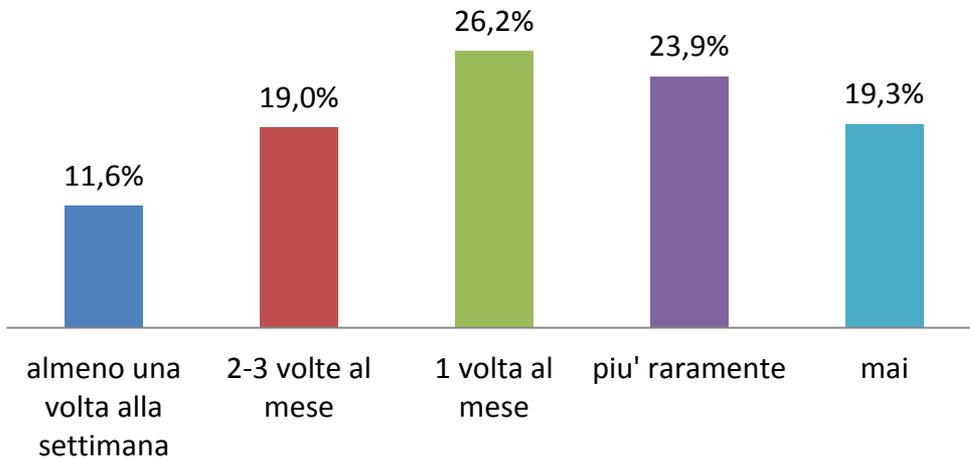
Come è cambiata la frequenza per acquisti in base al comune di rilevazione

	ARGELATO / FUNO	BENTIVOGLIO	CASTELLO D'ARGILE	CASTEL MAGGIORE	GALLIERA	PIEVE DI CENTO	SAN GIORGIO DI PIANO	SAN PIETRO IN CASALE	Totale
È aumentata	2,8%	2,3%	2,0%	6,5%	4,8%	5,7%	3,0%	2,3%	4,0%
È stabile	84,7%	95,5%	93,9%	84,8%	73,8%	73,6%	88,1%	95,3%	86,6%
È diminuita	12,5%	2,3%	4,1%	8,7%	21,4%	20,8%	9,0%	2,3%	9,4%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



La mobilità per acquisti verso altri centri urbani

Con quale frequenza si reca in altri centri urbani per fare acquisti?



- Nonostante il legame forte con la rete commerciale del proprio paese, la mobilità per acquisti nella popolazione di questo territorio risulta elevata.
- Il 57% degli intervistati si reca con una certa regolarità (almeno una volta al mese) in centri diversi da quello di intervista; il 24% è frequentatore sporadico (meno di una volta al mese).

La frequenza di altri centri urbani in base al comune di rilevazione

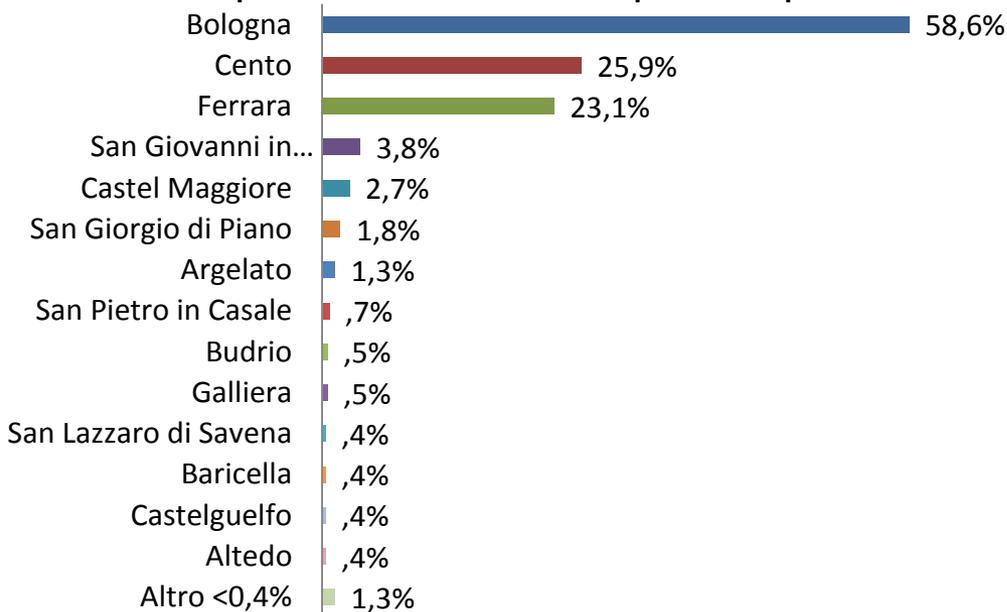
	ARGELATO / FUNO	BENTIVOGLIO	CASTELLO D'ARGILE	CASTEL MAGGIORE	GALLIERA	PIEVE DI CENTO	SAN GIORGIO DI PIANO	SAN PIETRO IN CASALE	Totale
Almeno 1 v. a settimana	22,2%	11,4%	6,1%	12,3%	9,5%	11,1%	14,9%	3,4%	11,6%
2-3 volte al mese	15,3%	27,3%	22,4%	15,9%	16,7%	13,0%	20,9%	24,1%	19,0%
1 volta al mese	16,7%	18,2%	20,4%	21,7%	35,7%	38,9%	29,9%	33,3%	26,2%
più raramente	18,1%	25,0%	22,4%	31,2%	16,7%	25,9%	19,4%	23,0%	23,9%
non va mai in altri c.s.	27,8%	18,2%	28,6%	18,8%	21,4%	11,1%	14,9%	16,1%	19,3%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

A San Pietro in Casale la mobilità per acquisti «abituale» (almeno una volta al mese) è lievemente superiore alla media (61%); si tratta però di una «evasione» meno assidua (solo il 3% acquista fuori San Pietro almeno una volta la settimana).⁸



Mete di acquisti verso altri centri urbani (oltre al luogo di residenza)

In quali altri centri urbani si reca per fare acquisti?



Il polo di gravitazione principale di tutta l'area e anche di San Pietro in Casale è **Bologna**.

Gli altri centri urbani frequentati per acquisti sono soprattutto Cento (26%) e Ferrara (23%).

Da San Pietro la seconda meta non è Cento bensì Ferrara (36%)

La distanza condiziona la direzione della mobilità per acquisti.

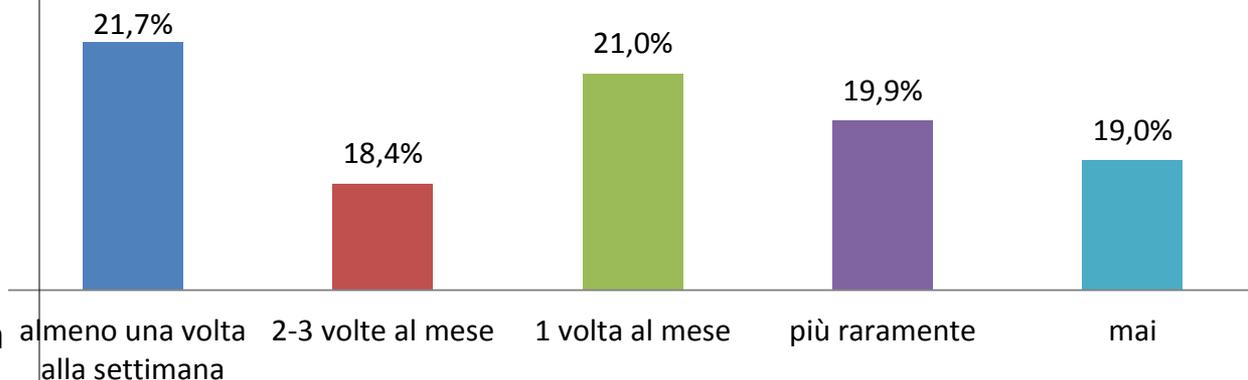
Anche se in maniera occasionale **su San Pietro gravitano residenti di Bentivoglio e Argelato**.

destinazioni	ARGELATO / FUNO		CASTELLO D'ARGILE	CASTEL MAGGIORE		PIEVE DI CENTO	SAN GIORGIO DI PIANO	SAN PIETRO IN CASALE	Totale
	BENTIVOGLIO	BENTIVOGLIO		GALLIERA	GALLIERA				
Bologna	63,9%	65,9%	34,7%	76,1%	45,2%	22,2%	64,2%	60,9%	58,6%
Cento	19,4%	4,5%	51,0%	10,9%	31,0%	57,4%	26,9%	28,7%	25,9%
Ferrara	12,5%	15,9%	14,3%	7,2%	54,8%	61,1%	11,9%	35,6%	23,1%
San Giovanni in Persiceto	8,3%	0,0%	2,0%	2,2%	0,0%	9,3%	6,0%	2,3%	3,8%
Castel Maggiore	4,2%	4,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	14,9%	0,0%	2,7%
San Giorgio di Piano	1,4%	4,5%	2,0%	0,7%	0,0%	0,0%	1,5%	4,6%	1,8%
Argelato	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%	0,0%	7,5%	0,0%	1,3%
San Pietro in Casale	1,4%	4,5%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%
Budrio	1,4%	2,3%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	,5%
Galliera	1,4%	2,3%	0,0%	,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	,5%
San Lazzaro di Savena	0,0%	2,3%	0,0%	,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	,4%
Baricella	0,0%	4,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	,4%
Castelguelfo	0,0%	2,3%	0,0%	,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	,4%
Altedo	0,0%	2,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	,4%
Altro <0,4%	2,8%	0,0%	0,0%	1,4%	0,0%	0,0%	1,5%	2,3%	1,3%

Frequenza di acquisti nei centri commerciali

Nel territorio **dell'Unione** abitudine ancora più diffusa è la spesa nei **centri commerciali** : 61% ci va almeno una volta al mese.

A **San Pietro**: la propensione a frequentare i centri commerciale è simile alla media totale; la frequenza è meno assidua soprattutto per la periodicità una volta la settimana (**si evade di meno per la spesa alimentare**).



	ARGELATO / FUNO	BENTIVOGLIO	CASTELLO D'ARGILE	CASTEL MAGGIORE	GALLIERA	PIEVE DI CENTO	SAN GIORGIO DI PIANO	SAN PIETRO IN CASALE	Totale
Va nei c.c. almeno 1 v. a settimana	30,6%	13,6%	12,2%	42,8%	21,4%	3,7%	14,9%	6,9%	21,7%
2-3 volte al mese	15,3%	25,0%	14,3%	19,6%	14,3%	7,4%	22,4%	24,1%	18,4%
1 volta al mese	23,6%	13,6%	18,4%	21,0%	19,0%	31,5%	14,9%	23,0%	21,0%
più raramente	12,5%	27,3%	20,4%	8,7%	26,2%	24,1%	29,9%	26,4%	19,9%
mai	18,1%	20,5%	34,7%	8,0%	19,0%	33,3%	17,9%	19,5%	19,0%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



I centri commerciali di riferimento

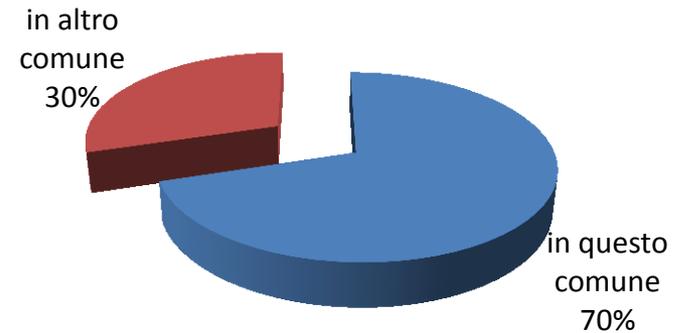
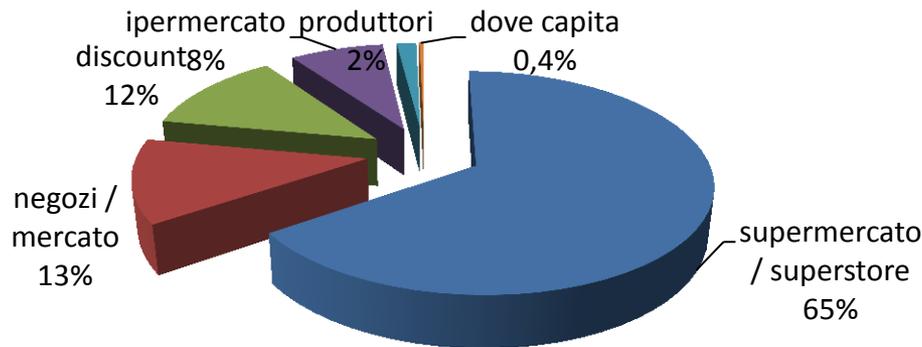
Anche per i centri commerciali la a distanza condiziona la direzione della mobilità.

	ARGELATO / FUNO	BENTIVOGLIO	CASTELLO D'ARGILE	CASTEL MAGGIORE	GALLIERA	PIEVE DI CENTO	SAN GIORGIO DI PIANO	SAN PIETRO IN CASALE	Totale
cc Le Piazze - Castel Maggiore	66,7%	50,0%	18,4%	79,0%	40,5%	42,6%	47,8%	32,2%	52,1%
Parco Meraville – Bo	36,1%	36,4%	16,3%	42,8%	4,8%	14,8%	46,3%	24,1%	30,9%
cc Il Castello – Fe	11,1%	11,4%	20,4%	4,3%	71,4%	57,4%	9,0%	43,7%	24,2%
parco commerciale Navile – Bo	30,6%	15,9%	8,2%	33,3%	4,8%	22,2%	29,9%	13,8%	22,6%
cc Lame – Bo	23,6%	18,2%	6,1%	36,2%	4,8%	9,3%	26,9%	13,8%	20,8%
cc Guercino – Cento	2,8%	0,0%	22,4%	0,7%	4,8%	0,0%	10,4%	19,5%	7,2%
cc Centronova – Bo	1,4%	18,2%	0,0%	7,2%	0,0%	0,0%	4,5%	2,3%	4,3%
cc Le Mura – Fe	1,4%	0,0%	2,0%	0,0%	23,8%	18,5%	0,0%	0,0%	4,0%
cc Porta Marcolfa - San Giovanni	8,3%	0,0%	2,0%	0,0%	0,0%	22,2%	1,5%	0,0%	3,6%
cc Shopville Gran Reno – Casalecchio	1,4%	0,0%	0,0%	3,6%	0,0%	0,0%	3,0%	2,3%	1,8%
altro	0,0%	4,5%	2,0%	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	1,1%

Il centri commerciali di riferimento sono «Le Piazze» (principale) indicato dal 52% del totale e il «parco Meraville» di Bologna; **da San Pietro in Casale** si va invece preferibilmente al **cc Castello di Ferrara** e solo in seconda e terza battuta «le piazze» di Castel Maggiore e il Meraville di Bologna.



Abitudini di acquisto – la spesa alimentare

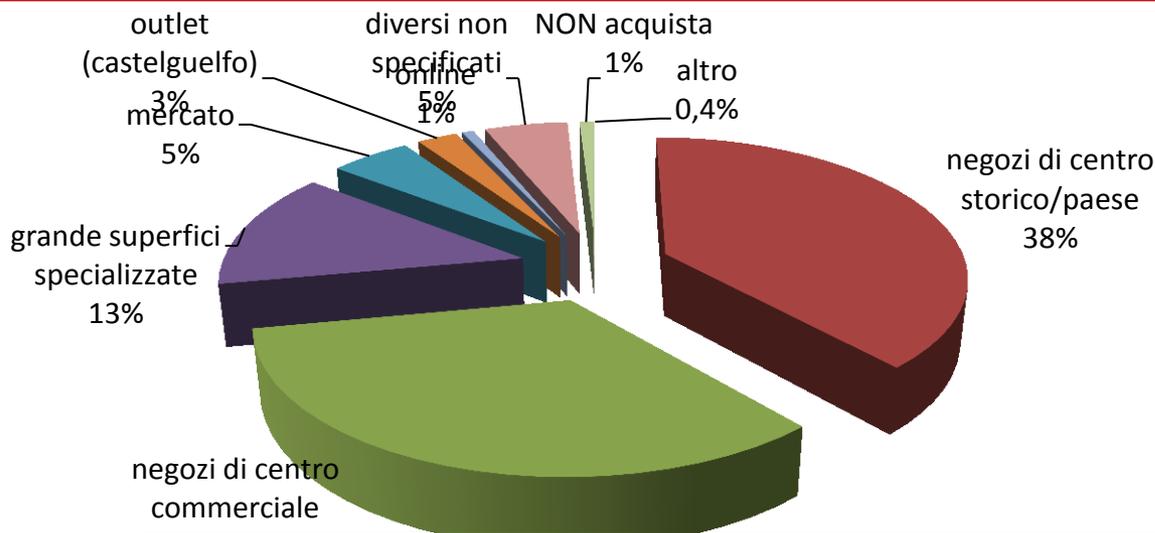


	ARGELATO / FUNO	BENTIVOGLIO	CASTELLO D'ARGILE	CASTEL MAGGIORE	GALLIERA	PIEVE DI CENTO	SAN GIORGIO DI PIANO	SAN PIETRO IN CASALE	Totale
supermercato / superstore	54,2%	65,9%	73,5%	67,4%	66,7%	53,7%	65,7%	73,6%	65,5%
negozi / mercato	18,1%	9,1%	16,3%	9,4%	4,8%	25,9%	11,9%	8,0%	12,5%
discount	19,4%	11,4%	6,1%	10,9%	14,3%	11,1%	10,4%	13,8%	12,3%
ipermercato	5,6%	9,1%	4,1%	10,1%	14,3%	7,4%	9,0%	3,4%	7,8%
produttori	2,8%	2,3%	0,0%	2,2%	0,0%	1,9%	3,0%	0,0%	1,6%
dove capita	0,0%	2,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	,4%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

La spesa alimentare si fa prevalentemente nel comune di residenza o di frequentazione abituale (70% e preferibilmente in esercizi riconducibili al «supermercato» compresi i piccoli e i grandi supermercati (superstore); dati simili alle medie nazionali e regionali (Osservatorio regionale, Nielsen).



Abitudini di acquisto - abbigliamento



La forma distributiva preferita per gli acquisti di capi di abbigliamento è **il negozio**.

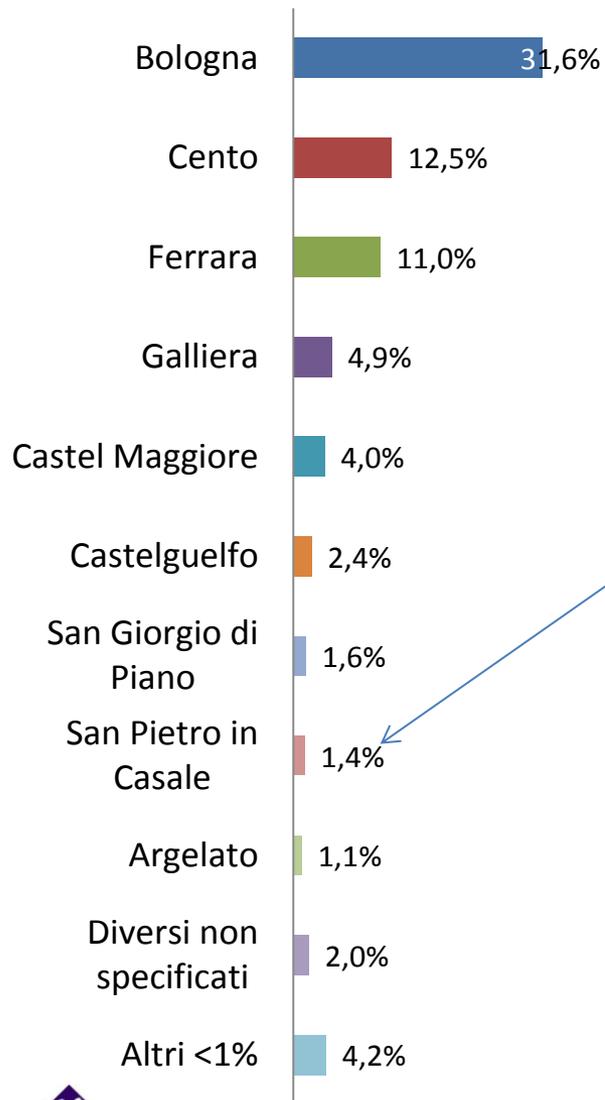
La meta principale è rappresentata dai **negozi del centro storico/paese** (38%) ma anche i **negozi di centro commerciale** hanno raggiunto il 34% delle preferenze.

A **San Pietro**, è più diffusa la spesa nei negozi del centro commerciale (38% contro 34% di media) e delle grandi superfici e outlet a scapito dei negozi di aree commerciali naturali, centri urbani o del paese (25%)

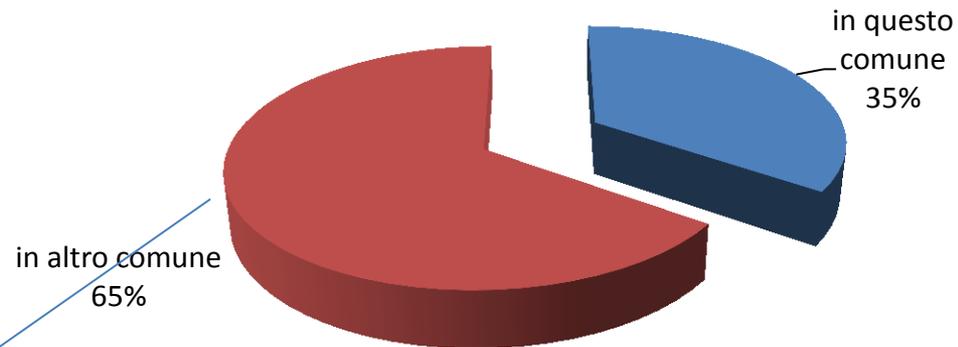
	ARGELATO / FUNO	BENTIVOGLIO	CASTELLO D'ARGILE	CASTEL MAGGIORE	GALLIERA	PIEVE DI CENTO	SAN GIORGIO DI PIANO	SAN PIETRO IN CASALE	Totale
negozi di centro storico/paese	43,1%	25,0%	38,8%	39,1%	28,6%	53,7%	50,7%	25,3%	38,3%
negozi di centro commerciale	29,2%	34,1%	38,8%	37,0%	28,6%	37,0%	20,9%	37,9%	33,5%
grande superfici specializzate	9,7%	25,0%	18,4%	5,1%	35,7%	9,3%	9,0%	16,1%	13,4%
mercato	4,2%	11,4%	0,0%	7,2%	4,8%	0,0%	9,0%	2,3%	5,1%
outlet (castelguelfo)	2,8%	0,0%	0,0%	2,9%	0,0%	0,0%	4,5%	5,7%	2,5%
online	0,0%	0,0%	2,0%	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	0,7%
diversi non specificati	6,9%	4,5%	2,0%	5,8%	2,4%	0,0%	6,0%	9,2%	5,2%
NON acquista	1,4%	0,0%	0,0%	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	2,3%	0,9%
altro	2,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



Abitudini di acquisto – abbigliamento



Dove si trova il punto vendita prevalente per l'abbigliamento?



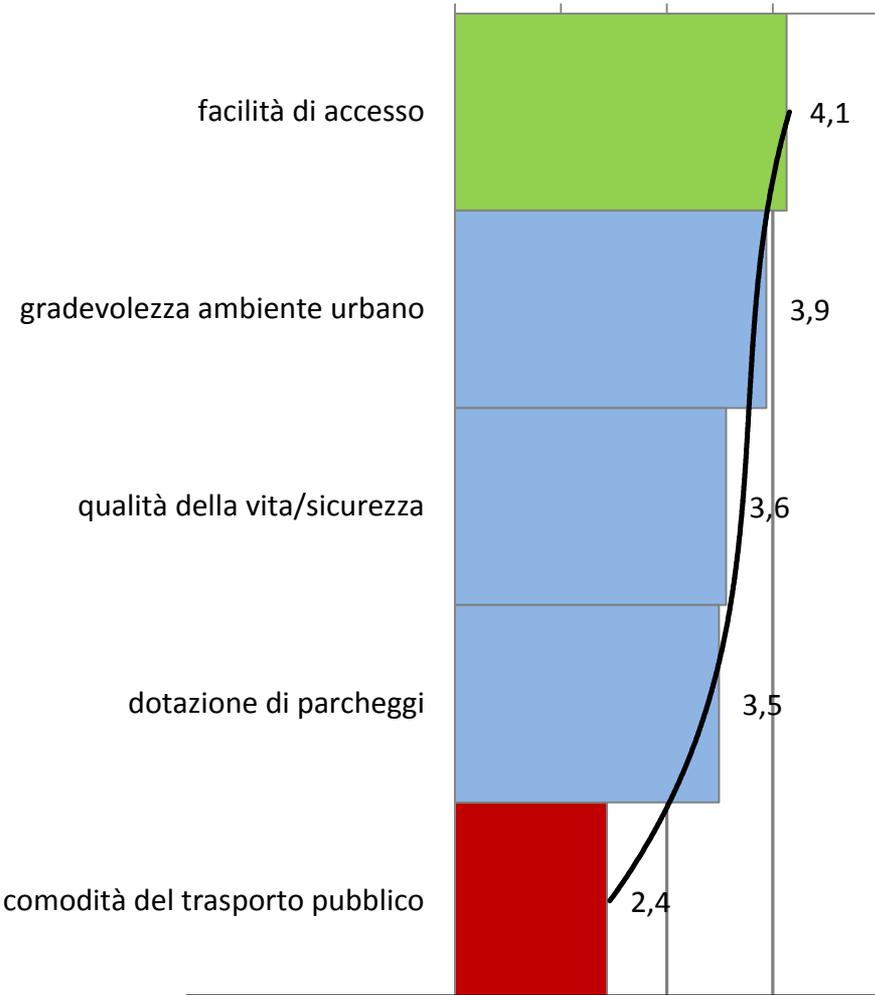
- La **mobilità per acquisti di capi di abbigliamento** è molto consistente; circa i 2/3 fa acquisti in un altro comune.
- Il polo di gravitazione principale è **Bologna**, citato da quasi un terzo dei rispondenti, seguito da Cento e da Ferrara.
- In positivo si segnala che San Pietro compare come meta di destinazione fuori comune (anche se solo per l'1,4% del campione totale).



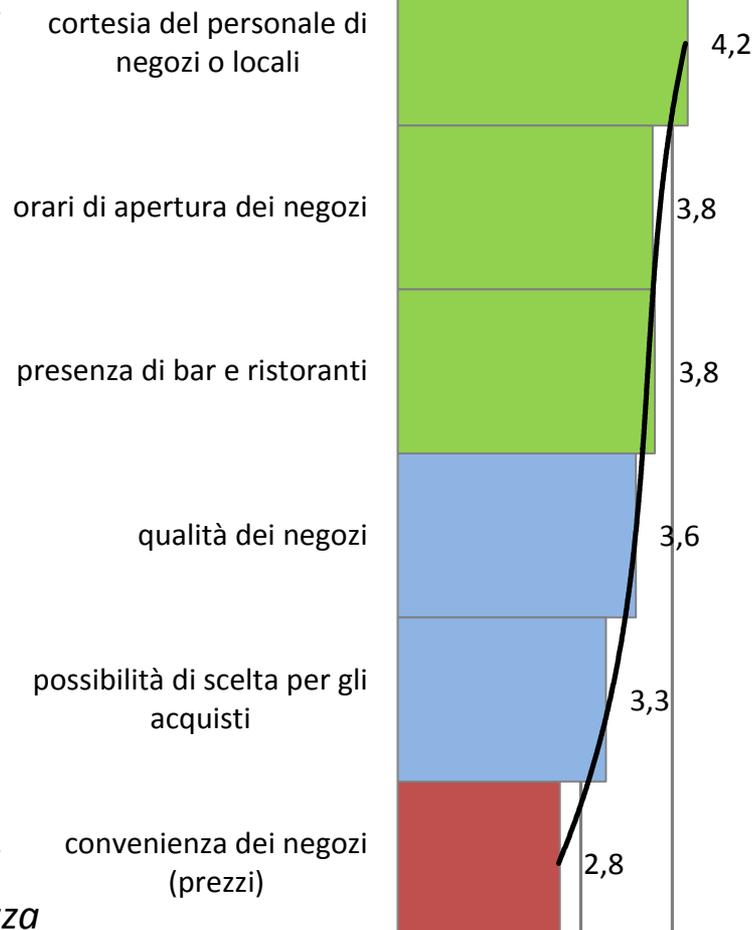
Le valutazioni dei frequentatori sui centri di Unione Reno Galliera

1 2 3 4 5

1 2 3 4 5



Punti di forza



Punti di debolezza

I punti di forza principali dei centri sono da un lato la **facile accessibilità**, dall'altro **il livello di servizio** fornito dai commercianti. Valutazioni buone nel complesso anche su ambiente, qualità della vita, qualità e orari dei negozi e dotazione di pubblici esercizi.

I punti di debolezza si riscontrano nel **trasporto pubblico** (peraltro poco utilizzato) e nella **scarsa convenienza** offerta dal sistema commerciale; qualche problema anche in termini di scelta in alcuni contesti.



Le valutazioni sui centri – San Pietro in Casale

	ARGELATO / FUNO	BENTIVOGLIO	CASTELLO D'ARGILE	CASTEL MAGGIORE	GALLIERA	PIEVE DI CENTO	SAN GIORGIO DI PIANO	SAN PIETRO IN CASALE	Totale
facilità di accesso	4,2	4,4	3,7	4,2	3,7	4,1	4,4	4,0	4,1
gradevolezza ambiente urbano	3,6	3,8	3,6	4,2	3,5	4,6	4,3	3,6	3,9
qualità della vita/sicurezza	3,2	3,7	3,8	3,8	2,9	4,1	3,9	3,1	3,6
dotazione di parcheggi	3,0	4,2	3,3	3,7	3,6	3,7	3,2	3,2	3,5
comodità del trasporto pubblico	2,2	1,0	2,5	2,8	1,7	2,8	2,4	2,8	2,4
cortesìa del personale di negozi o locali	3,6	4,5	4,6	4,2	4,0	4,6	4,1	4,1	4,2
orari di apertura dei negozi	3,4	3,4	3,9	3,6	3,6	4,3	4,0	4,1	3,8
presenza di bar e ristoranti	3,3	3,4	3,5	3,9	3,5	4,5	3,9	4,1	3,8
qualità dei negozi	2,9	3,9	3,7	3,8	2,9	3,9	3,9	3,5	3,6
possibilità di scelta per gli acquisti	2,8	2,9	3,4	3,6	2,0	3,9	3,8	3,1	3,3
convenienza dei negozi (prezzi)	2,5	2,8	3,1	2,7	2,0	3,4	3,1	2,6	2,8

Le valutazioni sul centro di **San Pietro in Casale** sono abbastanza simili agli altri centri; ai punti di forza del livello di servizio fornito dai commercianti e accessibilità, si aggiungono gli orari dei negozi e la dotazioni di pubblici esercizi; un po' meno apprezzati «l'ambiente urbano», la qualità della vita; la dotazione di parcheggi e il grado di scelta per gli acquisti; si tratta di giudizi compresi comunque nell'«area della tolleranza» (> 3) ; valutazioni critiche riguardano invece la «convenienza» dei negozi che ha fatto registrare i giudizi più bassi.

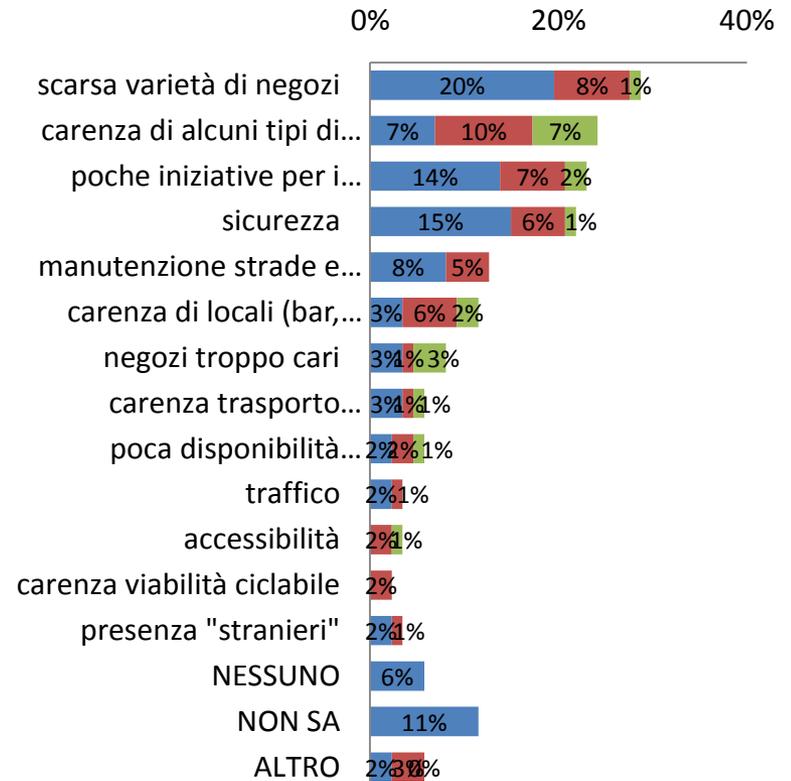


Problemi del centro

Totale Centri dell'Unione Reno Galliera



San Pietro in Casale

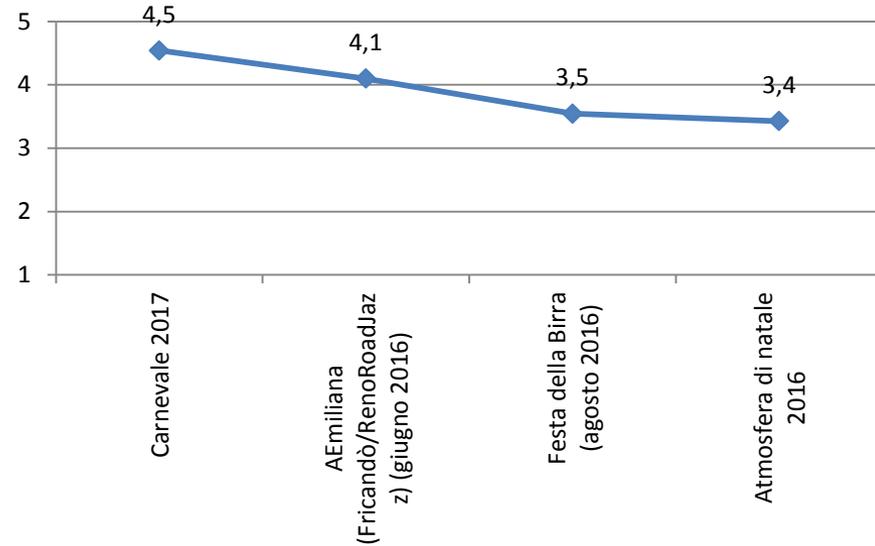
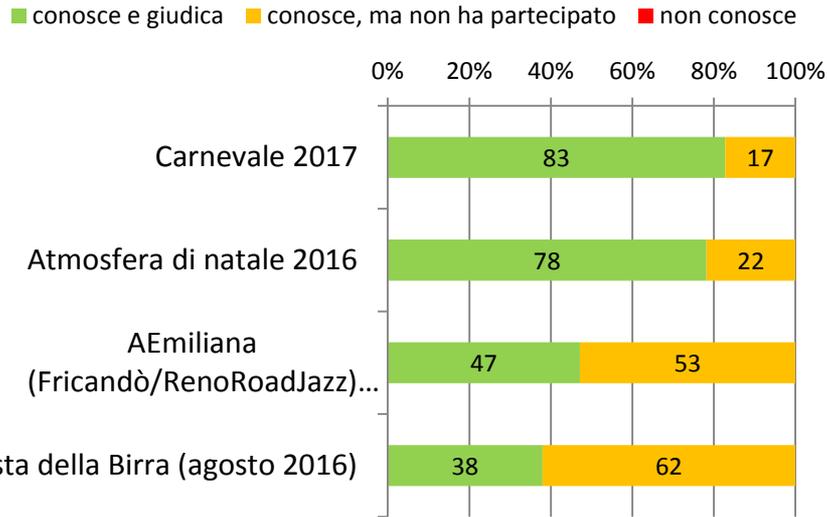


Tra i problemi emersi, al primo posto si trova la mancanza di negozi di: calzature, abbigliamento, anche per bambini, casalinghi e un centro commerciale. Mentre tra i negozi e locali mancanti si annoverano: pub, yogurterie e sala giochi/biliardo. La sicurezza rientra tra le principali problematiche, ed è declinata in: carenza di ufficiali comunali che sorvegliano le aree del paese; scarsa illuminazione; presenza di stranieri; viabilità pericolosa per pedoni e ciclisti (assenza di pista ciclabile sicura). Il 13% ritiene inadeguata la manutenzione di: verde e dei marciapiedi; passaggi pedonali; giardini e parchi pubblici; cestini immondizia; strade.

A San Pietro in Casale, sembrano esserci troppi bar e ristoranti e i parcheggi sono inadeguati alle esigenze dei lavoratori. Un altro problema emerso è il trasporto pubblico, reputato non idoneo alle esigenze dei cittadini. Infine, secondo gli intervistati c'è differenza di trattamento nei confronti delle frazioni.



Eventi a San Pietro in Casale



- Gli eventi analizzati dall'indagine a San Pietro in Casale risultano essere noti a tutti gli intervistati. Il Carnevale 2017 e «Atmosfera di Natale 2016» sono le iniziative che hanno riscosso più partecipanti.
- Meno partecipata la «Festa della Birra» e un po' meno partecipati gli eventi nell'ambito di «Aemiliana» se valutati singolarmente.

- Il Carnevale 2017 è l'evento con il maggior gradimento anche nelle valutazioni, seguito da «Aemiliana».
- Un poco inferiori ma pur sempre buoni i giudizi su la «Festa della Birra» e «Atmosfera di Natale 2016».



Indice

- Sintesi risultati indagini
- **Principali trend in atto**
- Tre suggestioni
- Esempi



Sintesi estrema...

1. Crisi o non crisi economica?
2. Comunque cambio radicale delle abitudini di acquisto
3. Domanda da un milione di dollari: quanti «target»/tipologia di clienti esistono oggi?
4. Attenti e informati
5. Il fattore tempo nello shopping, quanto incide?
6. Il fattore mobilità
7. E-commerce

Vero e proprio cambio di paradigmi!!!!



Cambio paradigmi

1. I punti di transito diventano luoghi di shopping (stazioni, autogrill, aeroporti, and co.)
2. La casa diventa un luogo di acquisto
3. I punti vendita diventano luogo di incontro
4. I luoghi di acquisto diventano punti di intrattenimento e di spettacolo



A cosa si sta abituando il consumatore?



A cosa si sta abituando il consumatore?



A cosa si sta abituando il consumatore?



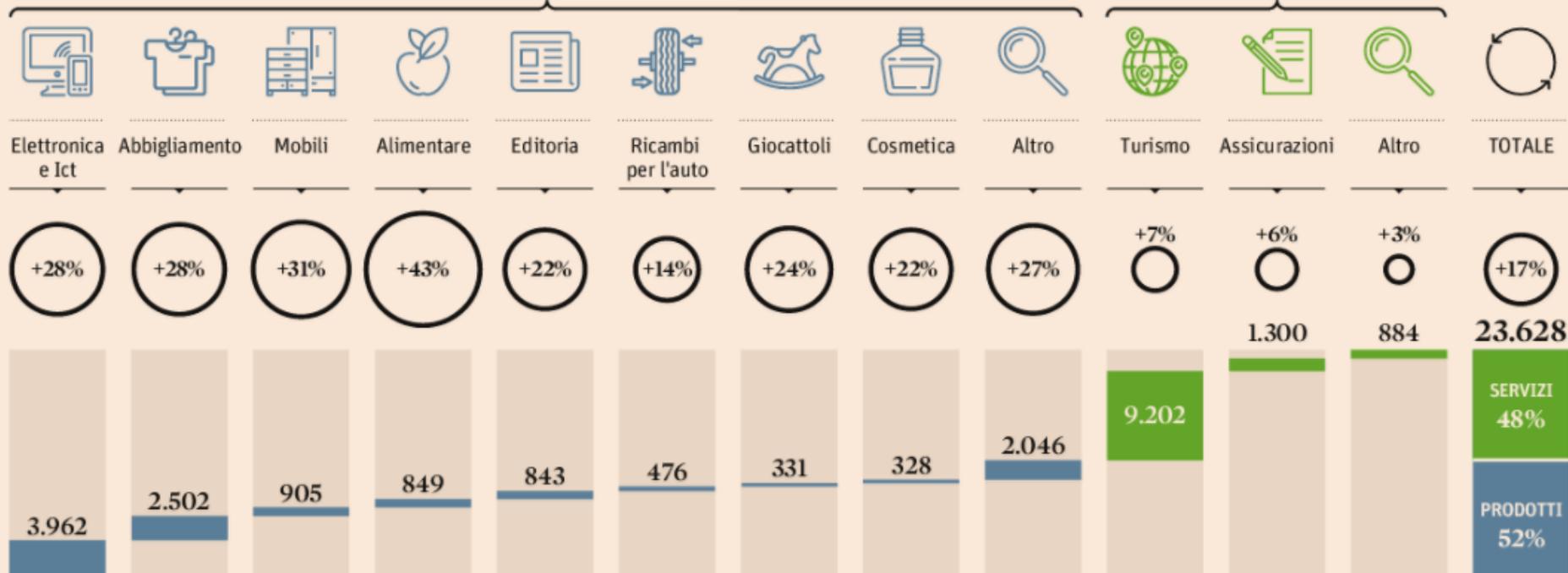
L'e-commerce in Italia...

- Web shopper attuali: 22 milioni (+10% sul 2016) che hanno fatto 200 milioni di ordini
- Vendite e-commerce: previsione fine anno 2017 (valore 23,6 miliardi); sul 2016:
 - +17% totale
 - + 28% beni fisici
 - + 7% i servizi

Valore dell'e-commerce suddiviso tra prodotti e servizi in Italia nel 2017. In milioni e var.% sul 2016

PRODOTTI
52%

SERVIZI
48%



Fondamentali per un territorio, quindi anche per il commercio

Lavorare su:

- Eccellenze
- Elementi distintivi
- Partnership pubblico-privato

Turista e consumatore cercano:

- Esperienza
- Autenticità

Le persone che vivono e lavorano in un territorio sono la risorsa fondamentale e una ricchezza per il territorio stesso!



Air BnB



Q Ovunque

In qualsiasi mome...

1 ospite

Diventa un host

Viaggi

Messaggi

Aiuto



PER TE

CASE

ESPERIENZE

RISTORANTI

LUOGHI

Esperienze

Altro >



60€ Shopping direttamente nelle botteghe degli artigiani!
★★★★★ 16 recensioni



76€ Meet the funniest guy in the museum
★★★★★ 323 recensioni



86€ Paddle Sydney's iconic harbour & land on Goat Island!
★★★★★ 67 recensioni



87€ Ride with a pro on exclusive trails
★★★★★ 44 recensioni



67€ See cool sights and have good foods in East Tokyo
★★★★★ 62 recensioni



70€ Explore religious syncretism in Cuba by the hand
★★★★★ 113 recensioni

I segreti del Parmigiano Reggiano

Reggio Emilia - Scopri i segreti del formaggio più famoso al mondo

Esperienza gastronomia
Ospitato da Claudio



4 ore in totale

1 pasto, 1 snack e Accessori

Offerto in Inglese e Italiano

A proposito del tuo host, Claudio

Sono profondamente legato alle mie radici. Mio nonno era un produttore di Parmigiano Reggiano e da bambino ho potuto imparare da lui tutti i segreti di questo meraviglioso formaggio unico al mondo. Ve...+ More

Cosa faremo

All'arrivo vi offrirò la colazione e vi fornirò camicia e cuffie per l'accesso alla lavorazione. Vi condurrò attraverso un percorso completo alla scoperta di tutte le fasi della creazione del



76€ a persona
Nuova esperienza breve

Visualizza le date

Salva nelle Wish List



ISCOM
GROUP

Indice

- Sintesi risultati indagini
- Principali trend in atto
- **Tre suggestioni**
- Esempi



La community

Oltre al vostro lavoro di ricerca, innovazione, restyling and co. nel vostro punto vendita:

- 1. Racconto del territorio**
- 2. Racconto della vostra attività**
- 3. Azioni di gruppo**



Racconto del territorio: eventi



Testimonial – Co-marketing – Simpatia – Visibilità

Racconto del territorio: Natale



**Merry
Christmas!
da Premier
Boutique**

QUESTA ATTIVITA' HA CONTRIBUTITO
ALL'ANIMAZIONE DEL CENTRO
STORICO IN OCCASIONE DEL NATALE

Dicembre 2016



**Merry
Christmas!
da
Pilar Donna**

QUESTA ATTIVITA' HA CONTRIBUTITO
ALL'ANIMAZIONE DEL CENTRO
STORICO IN OCCASIONE DEL NATALE

Dicembre 2016



Testimonial – Co-marketing – Simpatia – Visibilità

Racconto del territorio: Pasqua



Testimonial – Co-marketing – Simpatia – Visibilità



Racconto del territorio: Pieve di Cento



Testimonial – Co-marketing – Simpatia – Visibilità



Racconto del territorio: Lavori stradali



Testimonial – Co-marketing – Simpatia – Visibilità

Racconto del territorio: Mostre e Musei

CONOSCERE LA MOSTRA PER ESSERE CONSAPEVOLI E PROMOTORI DELLA POTENZIALITA' DELL' INIZIATIVA IN CORSO

Gentili colleghi,

dopo la mail dei giorni scorsi oggi vi inoltriamo il modulo da compilare per partecipare alla

visita guidata e gratuita che sarà condotta dal curatore stesso della mostra Claudio Rigon e che si svolgerà in esclusiva per noi

LUNEDÌ 17 luglio alle ore 9.30.

La visita durerà 2 ore circa.

Adesioni entro martedì 11 luglio compilando e rispedendo la parte sottostante

Il/La sottoscritto/a _____ I
in qualità di titolare/rappresentante della ditta _____
con sede commerciale a _SCHIO_ via _____
tel. _____ / _____ e-mail _____

PARTECIPA ALLA VISITA GUIDATA

alla mostra "**LA STRADA DELLE GALLERIE HA 100 ANNI**"

in svolgimento a palazzo Fogazzaro- Schio

LUNEDÌ 17 LUGLIO ALLE ORE 9.30

La visita sarà tenuta dal curatore della mostra Claudio Rigon.

La partecipazione è gratuita.

RITROVO ALL'INGRESSO DELLA MOSTRA alle ore 9.20

L'occasione è gradita per porgere i più cordiali saluti.



Racconto della vostra attività: Sostieni il piccolo commercio

*S. Venanzio
di Galliera*

SOSTIENI
IL PICCOLO
COMMERCIO!

LA BOTTEGA DEL FIORE

*S. Venanzio
di Galliera*

SEMPRE
AL TUO
SERVIZIO!

SARTA CREATIVA



Racconto della vostra attività: Sostieni il piccolo commercio



Coinvolgere i clienti



Racconto della vostra attività: Video



Munarini calzature

I video del Cuore di Schio: è la volta di Mu...

15 "Mi piace" • 438 0:55 visualizzazioni



Max Sport

I video del Cuore di Schio: Max Sport. Buo...

21 "Mi piace" • 516 0:32 visualizzazioni



Xoccatò Calzature

I video del Cuore di Schio: Calzature G. Xo...

27 "Mi piace" • 998 0:49 visualizzazioni



Erboristeria di via Sareo

I video del Cuore di Schio: Erboristeria Di...

34 "Mi piace" • 766 0:29 visualizzazioni



Racconto della vostra attività: Pubblicare i prodotti ma come?



Racconto della vostra attività: Pubblicare i prodotti ma come?



Meglio indossati



Racconto della vostra attività: vita del punto vendita



Non solo shopping

Racconto della vostra attività: ricerca dei prodotti



Racconto della vostra attività: attenzione alle foto



Azioni di gruppo: marchio e comunicazione al cliente



BOX 33-La Fattoria

#AlMercatoAlbaniBattiLeMani!



Sostieni
il Piccolo
Commercio

NEI NEGOZI
SPECIALMENTE RIVALTA
TROVERAI SEMPRE

L'accoglienza che ti meriti
e tutta la nostra simpatia.

Prodotti di qualità garantiti
dalla nostra esperienza.

Professionalità e affidabilità, sempre.

Un'offerta completa, sempre aggiornata
e la cura di ogni dettaglio.

Il rispetto delle regole.

**Specialmente Rivalta,
Specialmente per Te!**

IN TUTTI I NEGOZI CHE ESPONGONO QUESTO MARCHIO.



specialmenterivalta.it

Importante, non obbligatorio...

Azioni di gruppo: iniziative commerciali con negozio protagonista



Ri-animare effetto saldi ma non solo: **SBARACCO**

Azioni di gruppo: iniziative commerciali con negozio protagonista



Start-up saldi:
NOTTE DEI SALDI

Azioni di gruppo: iniziative commerciali con negozio protagonista

**Sabato 28
Novembre**
centro storico di Medicina

**Festa del piccolo commercio
Shop small!**



I tuoi negozi di fiducia del
centro storico di Medicina ti
aspettano con tante sorprese

Scopri la lista degli aderenti sul
sito www.bottegheadimedicina.it e
sulla pagina facebook
BottegheadiMedicina



Promozioni, animazioni, nuovi prodotti e molto altro! A Medicina il
28 novembre dai tuo negozianti di fiducia



Contribuiamo a illuminare il nostro paese con le nostre vetrine e
soprattutto il nostro sorriso!

**Anticipare acquisti Natale:
FESTA DEL PICCOLO COMMERCIO**

Azioni di gruppo: iniziative commerciali con negozio protagonista



IN OCCASIONE DI

Venerdì 13 ottobre
Piazza Garibaldi
Medicina
ore 20.45

**SFILATA
DI MODA**
collezioni
autunno/inverno
2017/2018

OTT 13 Moda a Medicibo

Pubblico · Organizzato da Don Diego Calzature e altre 4 persone

★ Mi interessa

✓ Parteciperò

➦ Condividi ▾

⋮



Venerdì dalle ore 20:45 alle ore 23:00

Tra 4 giorni · 12—24° Sereno



Piazza Giuseppe Garibaldi, 40059 Medicina BO, Italia

[Mostra mappa](#)

Informazioni

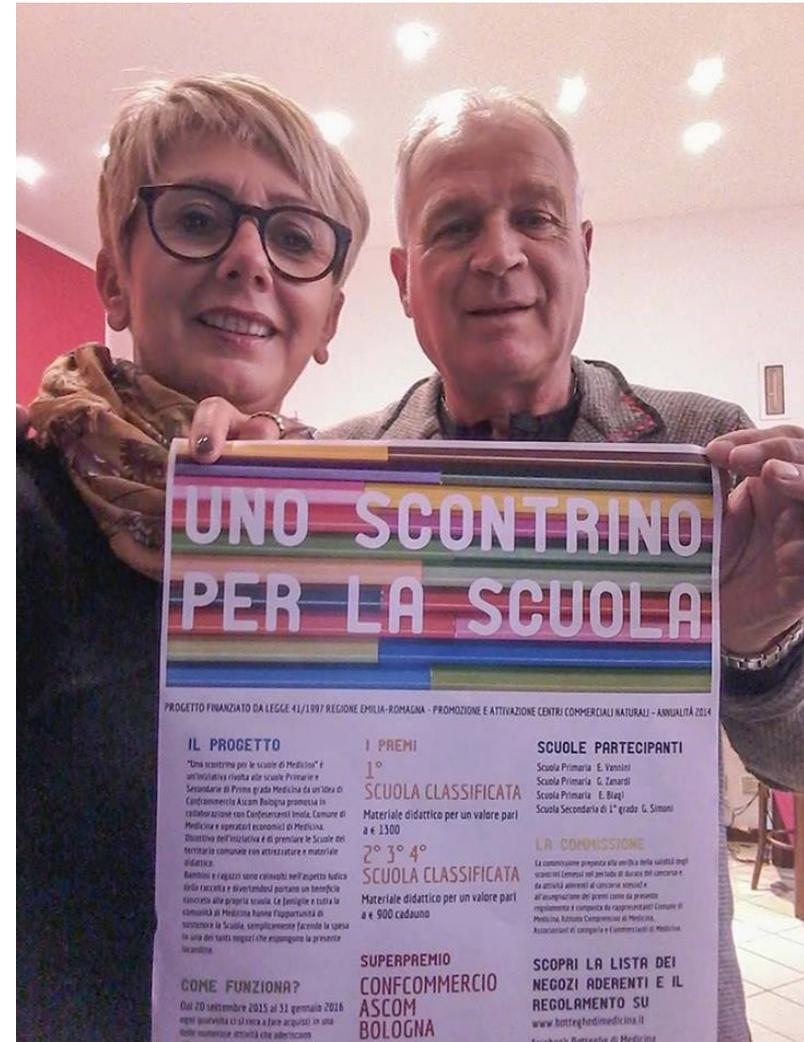
Discussione



Visibilità attività locali:

SFILATA MODA

Azioni di gruppo: iniziative commerciali con negozio protagonista



**Visibilità attività locali:
CONCORSO PER LA SCUOLA**

Azioni di gruppo: agganciare flussi presenti per altro...



Azioni di gruppo: agganciare flussi presenti per altro...



Azioni di gruppo: agganciare flussi presenti per altro...

Per la Festa dei Giovani 2013
non perderti la t-shirt
Pieve minismart!



QUI TROVI IL COUPON!

Ogni acquisto nei punti vendita aderenti ti verrà consegnato un coupon, con 3 coupon potrai ritirare al corner informativo PieveminiSMART (in via Gramsci) una maglietta in omaggio!

Verranno distribuite al massimo 100 magliette al giorno - scopri la lista dei negozi aderenti sul sito www.pieveminismart.it e sulla pagina facebook PieveminiSMART.



Visita il sito www.pieveminismart.it



Visibilità attività locali:

GADGET

Azioni di gruppo: agganciare flussi presenti per altro...



Vernante Consulta Giovanile 🎮 sta giocando a

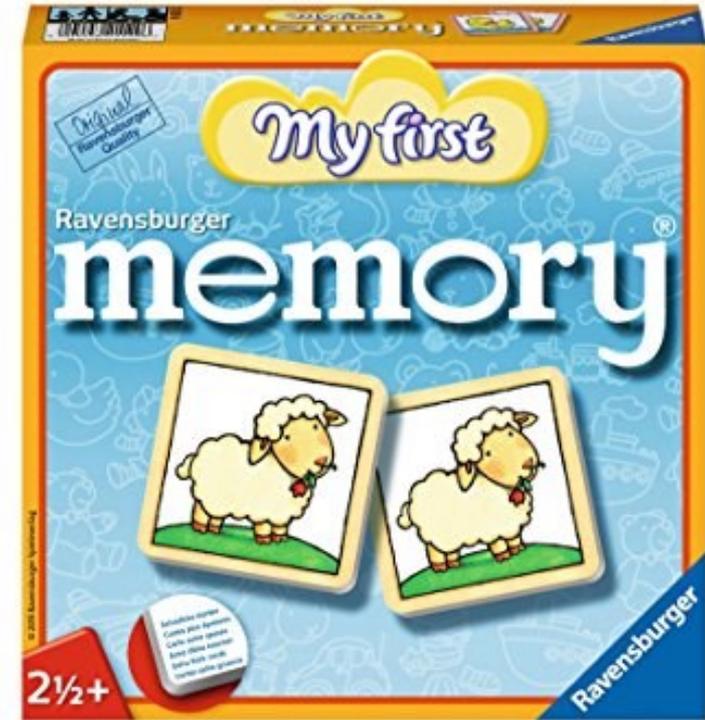
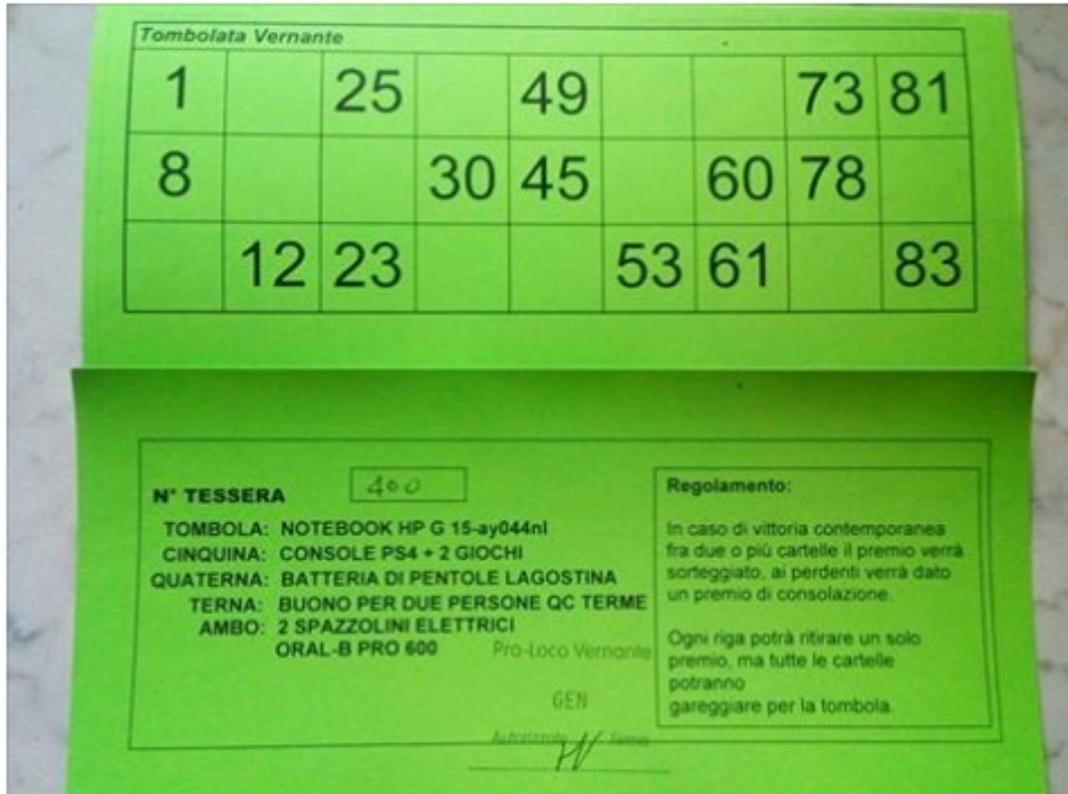
Tombola!!!!

24 dicembre 2016 · 🌐

Sono in vendita le cartelle della tombolata presso i commercianti di Vernante.

Tanti favolosi premi vi aspettano!! 📺 📦

Acquistatele e venite a giocare con noi il 5 GENNAIO 😊



visibilità attività locali:

SEMPLICITA'

UNA QUESTIONE DI METODO



1. Gli esempi vanno adatti al luogo e soprattutto alle persone
2. La singola azione non è risolutiva, è un mix di soluzione, da una bisogna pur partire, si va per tentativi, per esperimenti
3. Pazienza, voglia di fare, non spaventarsi dell'errore, occorre perseverare non nell'errore ma negli obiettivi, nonostante gli eventuali insuccessi, non buttare via tutto di un'esperienza, di una azione di un progetto anche se fallimentare (cosa che non ci auguriamo)

