

PROVINCIA DI MODENA

---

Comune di Nonantola

## **PROGETTO DI VALORIZZAZIONE COMMERCIALE**

### **1° STRALCIO DI INTERVENTO TRIENNALE**

### **SULL'AREA DEL CENTRO STORICO ESTESO**

**(perimetrata come da Delibera del Consiglio Comunale del 3 Marzo 2000)**

(Progetto presentato ai sensi delle Leggi Regionali – Emilia Romagna - 14/99 e 41/97)

# **NonantolAmo...!**

A valere come documentazione allegata a n.4 richieste di contributo sulla L.R. 41/97 a cura dei seguenti soggetti proponenti:

1. AMMINISTRAZIONE COMUNALE DI NONANTOLA (arredo urbano)
2. COMITATO TRA OPERATORI COMMERCIALI DEL CENTRO STORICO (per la riqualificazione dei punti vendita in area PVC)
3. COMITATO TRA OPERATORI COMMERCIALI DEL CENTRO URBANO (per la riqualificazione dei punti vendita esterni all'area PVC)
4. ASSOCIAZIONE PUBBLICO PRIVATA PER LA PROMOZIONE DEL TERRITORIO “VALORIZZIAMO NONANTOLA”

*(relazioni tecniche, fasi di attuazione, tavolo di lavoro e concertazione, distinte dei costi previsti e piani finanziari)*

## INDICE

- **PREMESSA**
- **“UN PROGETTO DI VALORIZZAZIONE COMMERCIALE PER IL CENTRO URBANO DI NONANTOLA”**  
**Nota Stampa dell’Amministrazione Comunale**
- **QUADRO SINTETICO DEI PIANI D’INTERVENTO DEL P.V.C. DEL CENTRO URBANO DI NONANTOLA**
- **I PASSI AMMINISTRATIVI DEL P.V.C.**
- **L’INDAGINE TERRITORIALE**
- **L’INTERVENTO FORMATIVO SUL MARKETING URBANO E TERRITORIALE**
- **LA CENA DI LAVORO E INCONTRO A NONANTOLA TRA GLI ENTI DI PROMOZIONE DEI CENTRI STORICI MODENESI**
- **IL CALENDARIO DEGLI INCONTRI DEL TAVOLO DI LAVORO DEL P.V.C.**

- **PRESENTAZIONE DEI SOGGETTI PRIVATI E ASSOCIATIVI PROPONENTI**
- **LA NASCITA DELL'ASSOCIAZIONE PUBBLICO PRIVATA "Valorizziamo Nonantola" – IL COMUNICATO STAMPA**
- **UN NUOVO ENTE PER LA PROMOZIONE DI NONANTOLA - Schema sintetico del progetto costituente**
- **LO STATUTO DELL'ASSOCIAZIONE PUBBLICO PRIVATA "Valorizziamo Nonantola" PER LA PROMOZIONE DEL TERRITORIO**
- **LE SCRITTURE PRIVATE PER LA COSTITUZIONE DEI DUE COMITATI TRA OPERATORI COMMERCIALI INTERESSATI ALL'AMMODERNAMENTO DEI PUNTI VENDITA**
- **LA CONVENZIONE PER L'ASSUNZIONE DI IMPEGNI DELLE DIVERSE PARTI PUBBLICHE, PRIVATE E ASSOCIATIVE**
- **LA PRESENTAZIONE DOMANDE DI FINANZIAMENTO AI SENSI DELL'ART. 10 DELLA LEGGE REGIONALE 41/97, COLLEGATE AL PROGETTO DI VALORIZZAZIONE COMMERCIALE (LEGGE 14/99)**
- **IL PIANO FINANZIARIO PREVISIONALE DEGLI INTERVENTI STRUTTURALI PUBBLICI E DEGLI INCARICHI PROFESSIONALI INSERITI NELLA DOMANDA DI FINANZIAMENTO (Art. 10 - L.R.41/97) – TEMPI DI ATTUAZIONE - PRIMO STRALCIO - COMUNE DI NONANTOLA**

- **DISTINTA DEGLI INTERVENTI STRUTTURALI A CURA DEI PRIVATI, INSERITI NELLE DOMANDE DI FINANZIAMENTO (Art. 10 - L.R.41/97) DEL COMITATO (1) COMMERCianti DEL CENTRO STORICO DI NONANTOLA (area P.V.C.) PIANO FINANZIARIO E TEMPI DI ATTUAZIONE (PRIMO STRALCIO)**
- **DISTINTA DEGLI INTERVENTI STRUTTURALI A CURA DEI PRIVATI, INSERITI NELLA DOMANDA DI FINANZIAMENTO (Art. 10 - L.R.41/97) DEL COMITATO (2) COMMERCianti DEL CENTRO URBANO DI NONANTOLA (ESTERNI ALL'AREA P.V.C.) PIANO FINANZIARIO E TEMPI DI ATTUAZIONE (PRIMO STRALCIO)**
- **IL PIANO DEGLI INTERVENTI DI MARKETING DELL'ASSOCIAZIONE PUBBLICO PRIVATA "VALORIZZIAMO NONANTOLA" INSERITI NELLA DOMANDA DI FINANZIAMENTO (Art. 10 - L.R.41/97)**

## PREMESSA

---

Il Progetto di Valorizzazione Commerciale del centro storico e urbano di Nonantola **nasce nel Settembre del 2001**.

Da quel momento viene avviata una fase di concertazione, sensibilizzazione, formazione e stimolo alla maturazione di processi aggregativi tra operatori commerciali molto lunga e complessa.

Per l'osservatore locale, i risultati di questa impostazione metodologica, articolata su un anno di lavoro, sono evidenti e restituiscono un clima di entusiasmo e di forte coesione tra un nutrito gruppo di operatori, da un lato, e dall'altro tra gli stessi e l'Amministrazione Comunale.

Le Associazioni di Categoria (Confesercenti – Lapam FederImpresa – CNA.com) distintesisi da subito come stimolatrici del percorso progettuale, hanno accompagnato gli operatori lungo questo cammino, sostenendoli, assistendoli ma liberandoli allo stesso tempo da ogni peso di appartenenza.

Ciò ha consentito la formazione di una vera e propria “nuova classe dirigente” del commercio nonantolano che, attorno ai temi della promozione territoriale, si è aggregata ed auto-selezionata secondo criteri di stretta specializzazione professionale sui temi del marketing locale.

Come risulta dall'incarico professionale affidato dal Comune di Nonantola allo Studio Marketing City di Modena (settembre 2001), il progetto per la valorizzazione del centro urbano di Nonantola si articola, in estrema sintesi, su tre fasi di intervento:

- Indagine mirata alla rilevazione delle variabili territoriali più significative (vedi dettaglio successivo dei mezzi d'indagine)
- Progettazione di un intervento formativo rivolto agli operatori economici locali, finalizzato alla crescita di una cultura di marketing urbano e territoriale

- Costituzione di un nuovo ente promozionale pubblico-privato per la valorizzazione del territorio

*Le prime tre fasi sono rispettivamente mirate a:*

- rilevare lo stato delle risorse attivabili
- innestare nuovi elementi conoscitivi e di innovazione
- costituire lo strumento formale idoneo a gestire gli interventi.

*Seguono (o si affiancano) le fasi di intervento strutturale e di valorizzazione:*

- Interventi strutturali pubblici comprendenti: nuove pavimentazioni nel centro storico - logistica e sottoservizi - progetti di arredo urbano
- Interventi strutturali dei privati - op. commerciali: apertura nuovi esercizi - ristrutturazioni e ammodernamenti degli esercizi esistenti
- Interventi di supporto e di valorizzazione: progetti di animazione, promozione e comunicazione del centro urbano (con particolare riguardo a quelli coordinati dal nuovo ente pubblico-privato) - progetti culturali.

## “UN PROGETTO DI VALORIZZAZIONE COMMERCIALE PER IL CENTRO URBANO DI NONANTOLA”

### Nota Stampa dell'Amministrazione Comunale

---

La cittadina di Nonantola si distingue nell'indiscusso impegno di promozione culturale, che trova profonde radici nel radicamento della sua gente nei valori e nelle presenze forti che hanno caratterizzato la storia del piccolo centro modenese.

L'Abbazia Benedettina e la Partecipanza Agraria sono i simboli della tradizione locale attorno ai quali ruotano un insieme eterogeneo di fermenti culturali e associazionistici, supportati dal costante impegno dell'Amministrazione Comunale per la valorizzazione delle risorse locali.

Questo scenario di riferimenti storici e culturali va strettamente intrecciato con gli obiettivi di sviluppo economico attesi dalla società locale a garanzia di un futuro roseo per tutta la comunità.

È il settore turistico a raccogliere per primo l'invito a far leva sulle “eccellenze locali” per promuovere Nonantola verso il mondo esterno mettendone in evidenza i “prodotti” tipici che non attengono soltanto alla sfera storico-monumentale ma che spaziano nei settori delle risorse ambientali (quali l'Oasi della Partecipanza) e dell'enogastronomia (quali l'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena).

In una visione multidisciplinare della promozione di Nonantola, non può mancare un deciso riferimento agli obiettivi di sostegno ai settori del commercio, dei pubblici esercizi e dell'artigianato tradizionale, che conservano lineamenti di sicuro interesse in un centro urbano in continua evoluzione.

È in particolare per quest'ultima ragione che l'Amministrazione Comunale di Nonantola ha deciso, in accordo con le Associazioni di Categoria, di avviare un “Progetto di Valorizzazione Commerciale” mirato sul centro urbano esteso, quale ambito urbanistico ideale su cui innestare politiche di riqualificazione della rete distributiva e di supporto promozionale.

La filosofia che ispira il progetto è quella di un largo momento di confronto e condivisione tra gli operatori economici e le istituzioni locali finalizzato, in primo luogo, ad analizzare le risorse da mettere in campo nello sviluppo di nuove forme di partenariato pubblico-privato, da formalizzare nella costituzione di un nuovo ente della promozione nonantolana, partecipato dal Comune e dagli operatori economici.

L'ente che scaturirà da questo processo aggregativo sarà l'attore ideale per l'interpretazione di nuove azioni promozionali mirate sugli eventi tradizionali nonantolani, da supportare con più efficaci piani di comunicazione e pubblicità, fino al coordinamento di un cartellone unico delle manifestazioni locali.

Gli interlocutori privilegiati della compagine promozionale non potranno che essere quei soggetti del mondo associazionistico, culturale e del volontariato che da sempre a Nonantola costituiscono l'ossatura centrale di un radicato protagonismo civile.

Le fasi del progetto prevedono un'indagine sul mondo economico tesa in particolare a rilevare l'intensità degli orientamenti verso obiettivi di promozione comuni, oltre all'indagine sui soggetti più rappresentativi del mondo culturale e associazionistico finalizzata a riesaminare le modalità di rilancio della collaborazione con il mondo economico.

I due step d'indagine forniscono preziose indicazioni e contenuti alla successiva fase del progetto relativa all'intervento formativo in materia di marketing urbano e territoriale, rivolto agli operatori economici locali.

Sia la fase d'indagine che l'intervento formativo risulteranno propedeutici rispetto al processo costituente della nuova compagine promozionale pubblico-privata.

Il Progetto di Valorizzazione Commerciale non si esaurisce negli interventi di supporto e di marketing, che invece trovano un presupposto fondamentale nel riesame della progettualità pubblica e privata in materia di interventi sull'arredo urbano, nella zona centrale della città e di ammodernamento dei punti vendita ivi ubicati.

C'è quindi, nel progetto, una forte componente strutturale, le cui condizioni di fattibilità trovano sostegno negli strumenti di finanziamento predisposti dalla Regione Emilia Romagna a favore dei Progetti di Valorizzazione Commerciale nelle aree urbane storiche e centrali, interessate da fenomeni di impoverimento o sofferenza competitiva della rete distributiva.

Sotto questo profilo viene spontaneo sottolineare la forte pressione che la Grande Distribuzione Organizzata nel Comune di Modena esercita verso ambiti territoriali prossimi, come nel caso di Nonantola.

Questa è un'altra delle ragioni che inducono l'Amministrazione a pianificare interventi di forte attenzione verso il commercio tradizionale di vicinato.

Il Progetto di Valorizzazione Commerciale del centro urbano di Nonantola si presenta, quindi, come proposta di un insieme sistemico di interventi oggetto di continue azioni informative e di condivisione, attraverso l'incontro dei soggetti coinvolti ad un tavolo di lavoro dedicato e tramite la diffusione dei dati raccolti, per mezzo degli organi di informazione del Comune di Nonantola.

## QUADRO SINTETICO DEI PIANI DI INTERVENTO DEL P.V.C. DEL CENTRO URBANO DI NONANTOLA

---

La procedura individuata per l'avvio del Progetto di Valorizzazione del centro urbano di Nonantola trova pieno riscontro nel quadro normativo regionale (a sua volta ispirato dal Decreto Legislativo 114/98 - riforma Bersani) che indica ai comuni gli strumenti e le procedure amministrative, nonché le modalità di accesso alle risorse finanziarie, destinate ai progetti di valorizzazione commerciale nelle aree urbane di pregio e agli interventi di riqualificazione della rete distributiva.

Le leggi regionali 41/97 e 14/99 pongono l'accento sulla concertazione degli interventi tra pubblico e privato, individuano le forme di tale concertazione e suggeriscono le linee di intervento finalizzate a restituire competitività alle aree urbane pregiate, interessate da fenomeni di indebolimento della rete distributiva.

Il Progetto di Valorizzazione Commerciale del centro urbano di Nonantola, seguendo l'impostazione suggerita dalla L.R. 14/99, si articola nei seguenti piani di intervento:

### 1) L'INDAGINE SUI SOGGETTI ECONOMICI, CULTURALI E ASSOCIATIVI

#### Fattori di indagine sui soggetti associativi e culturali

- Consistenza dell'associazionismo locale nei settori culturale, folcloristico, turistico e sportivo; livello di interazione con il mondo economico.
- Specifiche soggettività e vocazioni socio-culturali dell'area urbana di riferimento.
- Incisività degli attuali interventi di promozione delle eccellenze storico-architettoniche e culturali.

- Sistematicità e livello di integrazione dell'attuale cartellone locale degli eventi cittadini.

#### Fattori di indagine sui soggetti economici

- Incisività degli attuali interventi di promozione del commercio, dell'artigianato e del prodotto tipico.
- Stato dei rapporti ed esperienze di condivisione tra commercio e territorio.
- Predisposizione degli operatori locali alla condivisione progettuale con altri soggetti attivi sul territorio.
- Predisposizione degli operatori locali al coinvolgimento in processi aggregativi a fini promozionali e di comunicazione. Interesse alla costituzione di un ente promozionale pubblico – privato.
- Disponibilità degli operatori locali verso forme di contribuzione annuale ai costi di promozione del centro urbano.
- Sistematicità e livello di integrazione dell'attuale cartellone locale degli eventi cittadini (con particolare riguardo a quelli promozionali e di animazione urbana).

## **2) L'INTERVENTO FORMATIVO DI SUPPORTO PER LA CRESCITA DI UNA CULTURA DI MARKETING URBANO**

Progettazione e realizzazione di un intervento formativo in materia di marketing urbano rivolto agli operatori economici operanti nel centro urbano di Nonantola finalizzato al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- Facilitare l'acquisizione di un patrimonio comune di conoscenze che facilitino l'assunzione di iniziative collettive di valorizzazione degli esercizi tradizionali collocati sul territorio.

- Stimolare lo sviluppo di esperienze di scambio progettuale tra le imprese e gli altri soggetti istituzionali, associativi e culturali interessati all'apprezzamento del territorio.
- Favorire l'avvicinamento delle imprese all'adozione di modalità innovative di marketing e promozione, anche attraverso l'utilizzo delle nuove tecnologie informative.
- Preparare l'adesione delle imprese ad una nuova compagine associativa o consortile (pubblico-privata) per la valorizzazione del territorio urbano.

L'intervento formativo è corredato da idonei strumenti teorico-pratici per lo studio dell'associazionismo promozionale urbano che mettano in risalto:

- la tipicità delle diverse esperienze aggregative emerse dai centri urbani italiani;
- l'evoluzione e la sintesi di queste esperienze in enti promozionali;
- i rapporti attivati da queste forme aggregative verso le amministrazioni comunali;
- lo stato dell'arte delle strategie locali di marketing urbano.

### **3) LA COSTITUZIONE DI UN NUOVO ENTE PROMOZIONALE PUBBLICO-PRIVATO**

Definizione e gestione di una metodologia per la costituzione di un ente promozionale pubblico – privato, finalizzato a coordinare la progettazione e la gestione delle attività di animazione, promozione e comunicazione commerciale del territorio.

Il progetto per la creazione di una nuova compagine pubblico – privata per la promozione del territorio segue ed è consequenziale all'indagine e all'intervento formativo sopradescritti.

Il piano per la realizzazione della partnership formale tra Amministrazione e operatori economici è articolato come segue:

- individuazione e rapporti di scambio tra i soggetti costituenti;
- natura della partnership pubblico-privata;
- forme di partnership con gli istituti di credito;
- scelta della forma giuridica e statutaria;
- attribuzione delle quote;
- modalità contributive articolate e/o differenziate tra i diversi soggetti coinvolti;
- organizzazione interna;
- funzioni e orientamento strategico delle strutture logistico – operative;
- linee di azione per l'avvio delle attività di marketing;
- modalità di accesso ai finanziamenti pubblici previsti dalla Legge Regionale 41/97 per le aggregazioni tra piccole imprese commerciali convenzionate con gli enti locali.

Il piano per la costituzione della compagine promozionale è sottoposto alla condivisione tra tutti i soggetti pubblici, privati e associativi coinvolti, nell'ambito di un tavolo di lavoro convocato più volte nel corso della fase di progettazione e al termine della stessa ai fini dell'approvazione dell'elaborato finale.

Il tavolo di lavoro è presieduto da rappresentanti della Giunta Municipale ed è coordinato dal consulente incaricato.

#### **4) GLI INTERVENTI STRUTTURALI PUBBLICI**

- Nuove pavimentazioni nel centro urbano
- Logistica e sottoservizi
- Progetti di arredo urbano

#### **5) GLI INTERVENTI STRUTTURALI DEI PRIVATI - OP. COMMERCIALI**

- nuovi esercizi
- ristrutturazioni e ammodernamenti degli esercizi

#### **6) GLI INTERVENTI DI SUPPORTO E DI VALORIZZAZIONE**

- Progetti di animazione, promozione e comunicazione del centro urbano (con particolare riguardo a quelli coordinati dal nuovo ente pubblico-privato)
- Progetti culturali

## I PASSI AMMINISTRATIVI DEL P.V.C.

---

- Costituzione del tavolo di lavoro per la gestione del PVC
- Recepimento della Delibera di Consiglio per la perimetrazione dell'area e avvio del PVC ai sensi dell'Art. 8 della Legge Reg.le 14/99
- Costituzione nuovo ente promozionale
- Costituzione comitati tra gli operatori impegnati nell'ammodernamento dei punti vendita
- Stipula della convenzione tra i soggetti proponenti (Comune – Ass.ni di Categoria – Nuovo ente promozionale – Comitanti tra imprese)
- Presentazione del PVC alla Provincia di Modena alla scadenza del 15/7/2002, comprensivo di quattro domande di finanziamento sull'art. 10 della Legge 41/97, curate rispettivamente da:
  - Amministrazione Comunale (arredo urbano)
  - Comitanti tra imprese (ammodernamento punti vendita)
  - Nuovo ente promozionale (progetti di animazione, promozione e comunicazione del centro urbano)

## L'INDAGINE TERRITORIALE

### A – i destinatari delle interviste individuali

OPINION LEADER DEGLI OPERATORI ECONOMICI (CENTRO URBANO)
RESPONSABILI GRUPPI PROMOZIONALI ORGANIZZATI TRA OPERATORI ECONOMICI (es.: Gruppo Produttori e Ristoratori Locali – membro Accademia di Ristorazione)
RESPONSABILI DI ASSOCIAZIONI / COMITATI / GRUPPI CULTURALI – SPORTIVI - RICREATIVI – FOLCLORISTICI - SOCIALI
RESPONSABILI DELLE ISTITUZIONI CULTURALI (MUSEI – BIBLIOTECHE – CENTRI CULTURALI - ARCHIVIO STORICO - FONDAZIONI)
RESPONSABILI DELLE ISTITUZIONI RELIGIOSE (SOTTO IL PROFILO TURISTICO – CULTURALE)
RESPONSABILI DELLE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA
ASSESSORI (ECONOMIA – CULTURA – TURISMO – AMBIENTE - PATRIMONIO)
DIRIGENTI COMUNALI (ECONOMIA – CULTURA – TURISMO – AMBIENTE - PATRIMONIO)
RESPONSABILE SETTORE STAMPA E COMUNICAZIONE
RESPONSABILE IAT – URP – INFORMACITTÀ – SITO INTERNET
RAPPRESENTANTI PROPRIETÀ IMMOBILIARE
RESPONSABILI ISTITUTI DI CREDITO

## B – i destinatari dei questionari

TUTTI GLI OPERATORI ECONOMICI DEL CENTRO URBANO
CAMPIONI DI CLIENTELA DELLE ATTIVITÀ OPERANTI NEL CENTRO URBANO
CAMPIONI DI RESIDENZA DEL CENTRO URBANO

## LE DOMANDE POSTE AGLI OPERATORI COMMERCIALI INTERVISTATI

- Descriva le attività promozionali organizzate a livello di singolo esercizio
- Descriva le attività promozionali legate alla risorsa “Abbazia”
- Descriva le esperienze di collaborazione con: mondo culturale / associazionismo / volontariato sociale / cittadini / residenza
- Descriva le eventuali esperienze di aggregazione con altri operatori economici a fini promozionali
- Esponga le sue proposte per nuovi progetti di valoriz. comm., da condividere con gruppi di op. economici o con altri soggetti cittadini
- Esponga le sue proposte di iniziative promozionali da attivare in occasione degli eventi caratteristici del cartellone nonantolano
- Quali sono, a suo parere, le maggiori risorse o “eccellenze” che può vantare il centro urbano di Nonantola?
- In che misura gli eventi tradizionali nonantolani sono mirati alla valorizzazione delle sue “eccellenze”?
- Che valutazione esprime sulla qualità e sul coordinamento delle attività informative finalizzate a diffondere il prodotto “Nonantola”?
- Ritene utile la progettazione di un calendario coordinato di tutti gli eventi che coinvolgono il centro urbano di Nonantola?
- Ritene utile per il commercio di Nonantola potenziare la promozione turistica?
- Quali sono a suo parere gli interventi pubblici e privati prioritari per la valorizzazione commerciale del centro urbano di Nonantola?
- Quale parte del centro urbano va individuata quale zona su cui polarizzare maggiormente la presenza di attività economiche?

- A quali condizioni, a suo parere, è ipotizzabile l'insediamento di nuove attività nel centro urbano di Nonantola?
- È individuabile, a suo parere, una via o una zona del centro urbano che esprima una vocazione artigianale?
- Ritieni che un campione significativo di operatori economici del centro urbano possa essere interessato a utilizzare contributi pubblici (in quota parte) per l'ammodernamento del proprio punto vendita?
- Uno degli obiettivi di questo progetto è la costituzione di un ente promozionale pubblico-privato. Quali proposte vuole avanzare per contribuire al raggiungimento di questo obiettivo?
- Quali sono, a suo parere, i partner ideali di un futuro ente promozionale?
- A suo parere, è opportuno che gli operatori economici destinino un contributo economico annuale su progetti promozionali del commercio nel centro urbano, da gestirsi in forma associativa o consortile?
- È al corrente che la Regione, dal 1997, eroga contributi per forme promozionali aggregative tra op. commerciali (Lg.41)?
- Quali sono, a suo parere, i maggiori fabbisogni formativi espressi dagli operatori economici in merito allo sviluppo di attività promozionali a sostegno del commercio e della stessa Nonantola
- È interessato a partecipare a un corso di marketing urbano e territoriale?
- È interessato a partecipare al tavolo di lavoro e di condivisione sul "Progetto di Valorizzazione Commerciale" del centro urbano di Nonantola.

---

## L'INTERVENTO FORMATIVO SUL MARKETING URBANO E TERRITORIALE

COMUNE DI NONANTOLA

PROGETTO DI VALORIZZAZIONE COMMERCIALE DEL CENTRO STORICO ESTESO

*Intervento formativo in collaborazione con*

CESCOT - ECIPAR - FORMART

**IL MARKETING URBANO E TERRITORIALE A NONANTOLA**

*“Valorizziamo Nonantola!”*

**DURATA COMPLESSIVA DELLE ATTIVITÀ FORMATIVE: 90 ORE**

ARTICOLAZIONE: L'intervento formativo è articolato su tre sotto-progetti rispettivamente relativi alle seguenti aree tematiche:

- 1° Sottoprogetto    Marketing Urbano e Territoriale
- 2° Sottoprogetto    Informatica – Internet e Web marketing d'impresa, associativo e del territorio
- 3° Sottoprogetto    Valorizzazione in chiave turistica del patrimonio locale, storico -monumentale - culturale - ambientale - eno-gastronomico

**DESTINATARI E REQUISITI DI ACCESSO:**

*Titolari, soci o collaboratori di piccole imprese commerciali, pubblici esercizi, imprese dell'artigianato di servizio, artistico e tradizionale, ubicate nel Comune di Nonantola*

**OBIETTIVI:**

- ▶ *Facilitare l'acquisizione di un patrimonio comune di conoscenze che facilitino l'assunzione di iniziative collettive di valorizzazione degli esercizi tradizionali collocati sul territorio.*
- ▶ *Stimolare lo sviluppo di esperienze di scambio progettuale tra le imprese e gli altri soggetti istituzionali, associativi e culturali interessati all'apprezzamento del territorio.*
- ▶ Favorire l'avvicinamento delle imprese all'adozione di modalità innovative di marketing e promozione, anche attraverso l'utilizzo della rete Internet.
- ▶ Sollecitare la crescita di una più forte consapevolezza degli operatori economici in merito alla valenza competitiva delle risorse locali storico-monumentali, culturali, ambientali ed enogastronomiche.
- ▶

**PERIODO DI SVOLGIMENTO:**

Febbraio – Ottobre 2002

**SEDE:**

Sala di Cultura – Comune di Nonantola – Via Roma

## COORDINAMENTO E DOCENZE

- Coordinatore generale dell'intervento formativo e docente di marketing urbano:  
*Rosario Cardillo*
- Docente/i di informatica web marketing e commercio elettronico:  
*Esperti della Società Tekne*
- Docenti in materia di valorizzazione del patrimonio storico, architettonico, culturale e ambientale  
*Dott.ssa Ombretta Piccinini – Dott. Sighinolfi Silvio – Disma Piccinini*
- Docente/i in materia di turismo  
*Prof. Federico Frediani - Dott. Carlo Cacciari - Dott. Franco Bontempi*
- Docente/i in materia di valorizzazione delle risorse eno-gastronomiche locali  
*Paolo Venturelli – Dott. Leonardo Giacobazzi*

Nel corso degli incontri formativi, sono inoltre invitati a tenere una comunicazione:

- L'Assessore agli Interventi Economici
- I responsabili locali delle Associazioni di Categoria

## I CONTENUTI DEL CORSO ARTICOLATI PER SOTTOPROGETTI E MODULI:

### **1° Sottoprogetto: MARKETING URBANO (30 ore)**

#### *1° MODULO: TEORIA E TECNICHE DI MARKETING URBANO*

- “Marketing territoriale” e “Marketing urbano”: definizioni e percorsi di integrazione
- Centri Storici/Urbandi: scenari ideali del marketing urbano
- Associazionismo promozionale di via - piazza - aree mercatali – centri storici
- L’organizzazione interna dei consorzi di promozione dei centri storici e urbani
- Le caratteristiche che differenziano i centri commerciali integrati da quelli naturali
- I fattori competitivi dei centri commerciali naturali: la variabile emozionale
- Il management dei centri urbani: modelli ed esperienze (il city management – la società di promozione – la direzione del Centro Commerciale Naturale)
- Le nuove figure professionali per la gestione dei Centri Commerciali Naturali
- La partecipazione ai costi promozionali: obblighi contrattuali; liberalità e free-ryder
- La tematizzazione delle vie commerciali
- L’animazione degli scenari urbani a vocazione commerciale: i tre livelli dell’animazione urbana
- Elementi essenziali per il successo dei grandi eventi di animazione urbana e commerciale
- La visibilità del commercio nell’ambito di grandi eventi tradizionali promossi da enti terzi (del folklore e della cultura locale).

- I servizi di supporto allo shopping nei centri commerciali naturali, prime esperienze: le consegne e l’accompagnamento a domicilio; i punti di contatto; il servizio baby parking; l’uso dei carrelli nei C.C.N.
- La fidelizzazione del cittadino-consumatore: dalla fidelity card alla city card.
- “Laboratorio”: la giornata tipo di un consumatore in un ideale “Centro Commerciale Naturale”
- “Laboratorio”: L’edizione di riviste promozionali dei C.C.N. e delle associazioni di via: la partecipazione dei commercianti all’attività di redazione

*2° MODULO: L’ASSOCIAZIONISMO PROMOZIONALE: ESPERIENZE IN AMBITO PROVINCIALE, NAZIONALE ED EUROPEO*

- I consorzi di promozione dei centri urbani italiani ed europei: cicli di vita ed evoluzione
- Il caso modenese: da “Contrada Carteria” alla rete integrata di associazioni di via e di piazza. L’esperienza di “Modena nel Cuore”
- L’evoluzione dell’esperienza modenese: il progetto per la società di promozione del centro storico
- Le altre esperienze provinciali di associazionismo promozionale: Il Consorzio di Mirandola – Le Associazioni di Vignola: “Le Vie Ensemble” e “Vignola Grandi Idee” – Le esperienze del Comitato Commercianti del Centro Storico di Sassuolo e dell’Associazione “Carpi Centro”

*3° MODULO: L’INTERAZIONE TRA IL COMMERCIO E GLI ALTRI SOGGETTI SOCIALI, CULTURALI E ASSOCIATIVI CHE INFLUENZANO L’ATTRATTIVITÀ DEL TERRITORIO*

- La partecipazione dei cittadini-consumatori ai progetti di valorizzazione dei centri urbani.
- Il rapporto tra gli operatori economici e il mondo del volontariato, in ottica di marketing sociale.
- Il rapporto tra le attività economiche ed i soggetti culturali locali: esperienze di scambio progettuale.
- Il ruolo del commercio nelle esperienze delle “Città amiche delle bambine e dei bambini”.
- L’influenza dei mercati ambulanti sui livelli di vivacità urbana.

- Il rapporto tra esercizi in sede fissa ed esercizi in area pubblica: esperienze di scambio promozionale.

*4° MODULO: LO SVILUPPO DI COLLABORAZIONI TRA LE ATTIVITÀ ECONOMICHE ED I PARTNER PUBBLICI*

- Il marketing urbano nella concertazione pubblico-privata; gli enti promozionali a partecipazione mista.
- I finanziamenti pubblici a sostegno delle aggregazioni promozionali tra le imprese commerciali e/o artigiane; le Leggi regionali 41/97 e 20/94.
- I “Progetti di Valorizzazione Commerciale”: gli strumenti amministrativi della Legge Regionale 14/99.
- Le prime esperienze di PVC in provincia di Modena
- Il PVC per il Centro urbano di Nonantola
- La Promozione della città nella comunicazione pubblica

*5° MODULO: GLI ASPETTI INFRASTRUTTURALI DEL MARKETING URBANO*

- L’arredo urbano di pertinenza commerciale
- La segnaletica urbana nei C.C.N.
- Interventi strutturali per il comfort dei C.C.N.

*6° MODULO: L’EVOLUZIONE DEL PUNTO VENDITA IN OTTICA DI MARKETING URBANO*

- L’animazione del punto vendita. Gli spazi di socializzazione nei nuovi format commerciali
- Ammodernamento ed evoluzione del punto vendita
- L’evoluzione della domanda: gli stili di vita
- I nuovi format commerciali di successo

- Le vetrine commerciali nei centri urbani: iniziative di vetrinistica coordinata; l'uso delle vetrine come spazi espositivi
- L'Abbazia e i simboli storici di Nonantola: occasioni di promozione commerciale (gadget – mostre iconografiche in vetrina – collaborazioni con gli enti museali)

## **2° Sottoprogetto: Web marketing e commercio elettronico (ore 30 )**

### *1° MODULO: INFORMATICA DI BASE E ACCESSO ALLA RETE INTERNET*

- Elementi base di hardware e software
- Il sistema operativo Windows
- Uso dei browser, navigazione in Internet e gestione della posta elettronica

### *2° MODULO TECNICHE APPLICATE DI WEB MARKETING, D'IMPRESA, ASSOCIATIVO E DEL TERRITORIO*

- La progettazione e la gestione del sito Internet dell'esercizio commerciale e/o artigianale
- Il commercio elettronico
- Tecniche di web marketing d'impresa
- La costruzione della mailing list - clienti
- Il marketing urbano on-line
- Il portale delle imprese associate nel territorio
- Il centro commerciale virtuale
- Lo sviluppo del sito Internet dell'impresa commerciale, in ottica di mkt urbano.  
Lo scambio di link tra il portale della rete commerciale e i siti individuali
- La visibilità del commercio nel sito/rete civica comunale
- L'edizione on-line di cataloghi e riviste promozionali degli operatori associati

**3° Sottoprogetto: Valorizzazione in chiave turistica del patrimonio locale, storico-monumentale – culturale – ambientale – enogastronomico (ore 30 )**

- Promuovere Nonantola, tra ricchezze storico-monumentali, offerta culturale e prodotto tipico locale.
- La progettazione di itinerari turistici integrati tra storia, ambiente ed eno-gastronomia.
- La valorizzazione dell'Abbazia di Nonantola e del Museo Benedettino, quali importanti risorse turistiche e culturali.
- Il Centro Storico di Nonantola: storia, cultura ed emergenze architettoniche.  
I progetti di restauro e riqualificazione di importanti edifici del centro antico.
- L'eno-gastronomia nel territorio di Nonantola: dal riconoscimento delle tradizioni locali, alla promozione dei prodotti tipici.
- Le visite alle fattorie, ai caseifici e alle cantine nell'ambito dei pacchetti turistici integrati.
- L'oasi della Partecipanza Agraria: ricchezza ambientale e naturalistica di Nonantola.
- La partecipazione di Nonantola, Città d'Arte, alle borse turistiche.
- Il rapporto tra commercio e turismo: le convenzioni commerciali nei pacchetti di incoming.

**LA CENA DI LAVORO E INCONTRO A NONANTOLA TRA GLI ENTI DI PROMOZIONE  
DEI CENTRI STORICI MODENESI**

---

*AMMINISTRAZIONE COMUNALE DI NONANTOLA*

**In occasione dell'avvio del progetto di costituzione  
dell'ente di promozione del commercio nonantolano,**

la S.V. è gradita ospite dell'Amministrazione Comunale di Nonantola  
alla cena che si terrà presso il Ristorante S.Maria Fuori Le Mura  
Viale V. Veneto 61 Nonantola

Mercoledì 8 Maggio 2002 alle ore 21

All'incontro sono invitati, oltre agli operatori economici locali, i dirigenti degli enti associativi e consortili più significativi per la promozione del commercio nei centri storici e urbani della provincia modenese

INVITATI:

MODENA	GIOVANNA LOLLI	SOCIETÀ "MODENA AMORE MIO"
CARPI	GIORGIO VECCHI	ASSOCIAZIONE "CARPI CENTRO"
SASSUOLO	ELENA ZANNI	COMITATO COMMERCianti CENTRO STORICO
MIRANDOLA	ANNA CERCHI – IVANO BOZZOLI	CONSORZIO "LE ATTIVITÀ DEL CENTRO STORICO"
VIGNOLA	GLORIA VIGNALI – CHIARA RICCO'	ASSOCIAZIONE "VIGNOLA GRANDI IDEE"
PAVULLO	STEFANIA CARGIOLI	ASSOCIAZIONE "PAVULLO IN CENTRO"

## IL CALENDARIO DEGLI INCONTRI DEL TAVOLO DI LAVORO

---

DATE	ARGOMENTI TRATTATI
11/09/2001	Incontro interno al Comune per l'avvio del progetto
11/09/2001	Incontro tra Comune e Associazioni di Categoria per illustrazione progetto e proposta di incarico professionale
23/10/2001	Commissione Consiliare per l'esame degli intenti di progetto
02/10/2001	Incontro con gli operatori commerciali e le Associazioni di Categoria – Presentazione del consulente e degli intenti di progetto
26/10/2001	Incontro ristretto con le Associazioni di Categoria per esaminare la perimetrazione dell'area P.V.C deliberata dal Consiglio Comunale
5-8-15-27/11/2001	Interviste individuali agli opinion leader commerciali
23/11/2001	Incontro con i responsabili degli enti formativi coinvolti nel progetto formativo integrato, propedeutico al P.V.C.
FEBBARAIO - APRILE	Dieci incontri formativi sul marketing urbano, con la partecipazione dei rappresentanti dell'Amministrazione

	Comunale e delle Associazioni di Categoria
08/05/2002	Incontro a cena con i rappresentanti delle associazioni di promozione dei centri storici modenesi
14/06/2002	Incontro con gli operatori commerciali e le Associazioni di Categoria. In preparazione della costituzione della Associazione pubblico-privata per la promozione del territorio e dei comitati temporanei per l'ammodernamento dei punti vendita – Convenzione P.V.C
25/06/2002	Incontro con gli operatori commerciali e le Associazioni di Categoria. O.d.G.: Costituzione Associazione pubblico-privata per la promozione del territorio – Costituzione comitati temporanei per l'ammodernamento dei punti vendita
Luglio	Avvio del secondo e del terzo sottoprogetto formativo in materia di marketing territoriale
04/07/2002	Stipula della convenzione tra le parti interessate al Progetto di Valorizzazione Commerciale

## **PRESENTAZIONE DEI SOGGETTI PRIVATI E ASSOCIATIVI PROPONENTI**

---

I proponenti dei progetti qui presentati e oggetto delle relative domande di contributo sull'art. 10 della L.R. 41/97 sono i seguenti:

1. AMMINISTRAZIONE COMUNALE DI NONANTOLA – per le opere di riqualificazione, arredo urbano e reti infrastrutturali nel Centro Storico;
2. COMITATO TRA OPERATORI COMMERCIALI DEL CENTRO STORICO per la riqualificazione dei punti vendita in area PVC
3. COMITATO TRA OPERATORI COMMERCIALI DEL CENTRO URBANO per la riqualificazione dei punti vendita esterni all'area PVC
4. ASSOCIAZIONE PUBBLICO PRIVATA PER LA PROMOZIONE DEL TERRITORIO “VALORIZZIAMO NONANTOLA” per le azioni di marketing urbano.

---

**LA NASCITA DELL'ASSOCIAZIONE PUBBLICO PRIVATA “Valorizziamo Nonantola” – IL COMUNICATO STAMPA***“Valorizziamo Nonantola...”*

È nata ed è già notizia, per la rapidità e per l'entusiasmo degli artefici nella sua costituzione, per il numero di imprese interessate già nella fase di start-up (oltre 30), per lo spirito innovativo e per la forte coesione interna che caratterizzano la dialettica del neo eletto gruppo dirigente, per il modo di lavorare concreto e immediatamente diretto alla programmazione delle iniziative, attraverso il confronto aperto e il contributo di tutti, per la grande fiducia reciproca che va consolidandosi tra la componente imprenditoriale e la componente pubblica...

Non è un scherzo e non è neanche un sogno... ma è una realtà che a Nonantola si va concretizzando con l'avvento di “*NonantolAmo*”<sup>1</sup> l'associazione pubblico privata per la promozione del territorio, costituita dall'Amministrazione Comunale in partnership con il mondo del commercio e con il sostegno esterno delle Associazioni di Categoria.

La vicenda ha avuto inizio lo scorso anno con l'avvio del “Progetto di Valorizzazione Commerciale” promosso dal Comune di Nonantola.

Un intervento integrato composto da diversi ingredienti: un piano di investimenti pubblici e privati per la rinascita del Centro Storico, un'indagine sullo stato “emozionale” e sulla capacità progettuale degli operatori economici rispetto al futuro della rete commerciale, un corso di marketing urbano e territoriale rivolto agli stessi, una cena di lavoro utilissima per lo scambio di esperienze, che ha visto confluire a Nonantola i dirigenti dei diversi enti di promozione dei centri storici e urbani modenesi.

L'insieme di queste iniziative costituisce il fertile terreno di coltura da cui ha preso vita “*NonantolAmo*” un ente associativo dedicato al marketing del territorio che a giudicare dalle strepitose premesse promette grandi cose.

Al bilancio dell'ente parteciperanno sia l'Amministrazione Comunale con un importante contributo, sia gli operatori economici associati.

---

<sup>1</sup> “NonantolAmo” è uno dei marchi pubblicitari allo studio – La denominazione legale dell'Associazione è “Valorizziamo Nonantola”

La ricerca di sponsor nel mondo finanziario e industriale è finalizzata a stimolare forme di partenariato attivo per la promozione del territorio.

La formazione di un budget certo favorirà, quindi, la programmazione annuale di iniziative articolate sulle diverse variabili di marketing urbano: dall'animazione fieristica e commerciale alla promozione diretta delle attività associate, dal lancio di piani informativi e pubblicitari coordinati, fino all'erogazione di servizi per lo shopping e benefit rivolti ai consumatori.

Il tutto sarà ispirato anche dai grandi temi promozionali legati alla valorizzazione delle eccellenze locali: l'Abbazia e le altre emergenze storiche, le risorse eno-gastronomiche ed ambientali, le tradizioni della "Partecipanza Agraria".

Il progetto di lancio del nuovo ente sarà quindi composto da un mix equilibrato di interventi destinati alla promozione dei negozi, dei bar e dei ristoranti locali, quali luoghi di consumo intelligente ma anche di incontro e socializzazione.

In tutto questo c'è un forte spirito di coinvolgimento dei cittadini nonantolani e dell'associazionismo sociale e culturale quale importante interlocutore e protagonista di un rinnovato impegno comune che fa dire insieme "Valorizziamo Nonantola".

## UN NUOVO ENTE PER LA PROMOZIONE DI NONANTOLA - Schema sintetico del progetto costituente

---

### *Natura giuridica*

Ente associativo pubblico-privato

### *Ambito territoriale d'intervento*

Zone urbane interessate dalla presenza di imprese commerciali

### *Partner della compagine*

Operatori del commercio, dei pubblici esercizi e dell'artigianato di servizio

Amministrazione Comunale

### *Partner esterni*

Associazioni di categoria

### *Sistema di contribuzione*

Quote sociali uguali per tutti i soci

Contributi liberali dell'Amministrazione Comunale

Quote di contribuzione ai costi di gestione annuali, da parte dei soci commerciali

***Missione***

Iniziative di comunicazione e promozione commerciale in co-marketing

Progettazione e gestione di eventi di animazione urbana

***Sponsor caratteristici***

Banche e Assicurazioni

Imprenditori artigianali e industriali locali

Grande distribuzione

***Collaborazioni esterne privilegiate***

Enti associativi socio-culturali locali

Gruppi organizzatori di sagre locali

Enti religiosi

***Struttura***

Punto di contatto in centro storico, aperto al pubblico

Unità di coordinamento

Team di azione tematica composti da operatori economici

***Budget primo anno di attività***

Euro 20.000

## LO STATUTO DELL'ASSOCIAZIONE PUBBLICO PRIVATA “Valorizziamo Nonantola” PER LA PROMOZIONE DEL TERRITORIO

---

### STATUTO

#### ASSOCIAZIONE “VALORIZZIAMO NONANTOLA”

Art.1) È costituita un'associazione denominata “ASS. VALORIZZIAMO NONANTOLA”

Art.2) L'associazione ha sede legale e amministrativa a Nonantola (MO) in Via Marconi, 11 presso la residenza municipale. L'Associazione potrà avere sedi operative diversamente dislocate qualora ritenute utili per il raggiungimento degli scopi sociali. Il trasferimento di sede non comporta modifica statutaria.

Art.3) L'associazione ha durata illimitata.

Art.4) L'associazione non ha fini di lucro ed ha quale scopo esclusivo la valorizzazione del sistema economico locale, con particolare riguardo al commercio tradizionale di vicinato e ai pubblici esercizi, nell'ambito dell'identità storico-culturale, ambientale e sociale di Nonantola, mediante iniziative di promozione del territorio urbano e comunale quali:

- individuazione dei comparti commerciali omogenei da valorizzare;
- studi e analisi di mercato finalizzate a cogliere nei comparti commerciali le specializzazioni latenti, le possibili aree di sviluppo funzionale e tematico, i target preferenziali delle attività promozionali, i bisogni primari di comunicazione;
- progettazione e gestione di eventi di animazione commerciale, con particolare riguardo al centro urbano;
- progettazione e gestione di iniziative di comunicazione e promozione commerciale riferite all'intero territorio comunale;
- attivazione di strutture di servizio aperte al pubblico, quali punti di contatto e di assistenza agli acquisti e alla fruizione del centro urbano;
- organizzazione di servizi di supporto alla distribuzione nelle aree commerciali naturali;

- progettazione, coordinamento e assistenza alle forniture di servizi per il marketing rivolti alle imprese associate (vetrinistica - packaging - strutture e allestimenti per attività di animazione - pubblicità – iniziative promozionali - iniziative editoriali - ecc.);
- coordinamento del cartellone degli eventi promozionali nonantolani;
- elaborazione e gestione di piani di comunicazione delle aree commerciali naturali;
- accordi con agenzie di "incoming" per l'offerta di pacchetti turistici integrati con l'offerta commerciale;
- stipula di convenzioni tra enti di promozione turistica e culturale e rete commerciale;
- collaborazione con il Punto di Informazione Turistica (PIT) comunale, per la gestione di progetti promozionali comuni;
- azioni di raccordo e sviluppo di collaborazioni tra il sistema economico e le associazioni culturali, sociali, folcloristiche; gli enti per la promozione di itinerari; i consorzi e le associazioni per la tutela di prodotti tipici; le istituzioni religiose;
- azioni che favoriscano la piena valorizzazione, in chiave turistica e promozionale, del patrimonio storico – religioso, quali l'Abbazia ed il Museo Benedettino di Nonantola;
- concertazione con l'Amministrazione Comunale di progetti per l'evoluzione e l'adeguamento del sistema segnaletico urbano (a valenza turistica e commerciale);
- accordi di collaborazione tra le piccole imprese commerciali ed il sistema bancario locale (sponsorizzazioni, iniziative promozionali congiunte);
- accordi di collaborazione tra le piccole imprese commerciali e le organizzazioni commerciali di medie e grandi dimensioni (sponsorizzazioni, iniziative promozionali congiunte);
- iniziative promo-editoriali su scala urbana;
- accordi con enti di formazione per l'organizzazione di attività formative e seminari in materia di marketing urbano, turistico e territoriale;
- studi di arredo urbano di pertinenza commerciale;

- accordi con la proprietà immobiliare su progetti di riconversione funzionale di locali al piano terra inutilizzati.
- Partecipazione a bandi di finanziamento pubblico rivolti alle imprese commerciali di vicinato.

Per raggiungere detto scopo l'associazione potrà inoltre:

- organizzare gruppi di lavoro su problemi di natura culturale, sociale, urbanistica ed economica;
- predisporre centri di documentazione in materia di marketing urbano e territoriale a favore dei soci;
- promuovere ricerche e progetti di sviluppo territoriale;
- organizzare manifestazioni culturali, convegni, dibattiti, seminari per il raggiungimento e la diffusione dei propri obiettivi;
- concertare iniziative e stipulare convenzioni con enti pubblici e privati per la gestione di iniziative e la fornitura di servizi nell'ambito dei propri scopi istituzionali;
- favorire la nascita di gruppi che, anche per singoli settori, si propongano scopi analoghi al proprio, favorendo la loro attività, collaborando con essi tramite gli opportuni collegamenti, favorendo la loro adesione all'associazione;

Per il raggiungimento di dette finalità, l'associazione potrà collaborare o aderire a qualsiasi ente pubblico o privato, locale, nazionale o internazionale, nonché collaborare con organismi o associazioni coi quali ritenga utile avere collegamenti, compiere operazioni commerciali finalizzate agli scopi sociali.

L'associazione potrà inoltre ricevere contributi o sovvenzioni di qualsiasi natura da enti pubblici o privati, locali, nazionali o internazionali, ai fini del raggiungimento degli scopi associativi.

Art.5) Nell'associazione si distinguono i soci fondatori e i soci ordinari.

Sono soci fondatori quelli risultanti dall'atto costitutivo.

Il rapporto associativo è unico per tutte le figure dei soci. Viene esclusa qualsiasi forma di temporaneità della partecipazione alla vita associativa.

Tutti gli associati o partecipanti hanno il diritto di voto anche per l'approvazione e le modificazioni dello statuto e dei regolamenti e per la nomina degli organi direttivi dell'associazione.

Art.6) Possono essere soci dell'associazione tutte le persone fisiche e giuridiche che intendono perseguire gli scopi e le finalità dell'associazione.

Art.7) Per essere ammesso a socio occorre presentare domanda al Consiglio Direttivo e versare la quota di iscrizione deliberata dal Consiglio stesso.

Sull'ammissione a socio il Consiglio Direttivo delibera con la maggioranza della metà più uno dei componenti.

Art.8) Può essere escluso il socio che commette azioni pregiudizievoli agli scopi o al patrimonio dell'associazione. Il Consiglio Direttivo decide sull'esclusione del socio con le stesse modalità indicate per l'ammissione.

Art.9) Il socio recedente o escluso non ha diritto ad alcun rimborso. Le dimissioni da socio devono essere presentate per iscritto al Consiglio Direttivo.

Art.10) Sono organi dell'associazione:

- l'Assemblea dei soci;
- il Consiglio Direttivo;
- il presidente.

Art.11) L'Assemblea è composta dalla generalità dei soci. Essa è convocata dal Consiglio Direttivo.

La convocazione dell'Assemblea è fatta mediante avviso affisso nella sede dell'associazione e spedito a tutti i soci per posta o per fax o per posta elettronica. L'avviso è affisso presso la sede sociale almeno 10 giorni prima di quello fissato per l'adunanza.

Le assemblee sono validamente costituite in prima convocazione quando sono presenti almeno due terzi dei soci.

Le assemblee di seconda convocazione deliberano validamente qualunque sia il numero dei soci intervenuti.

Sono approvate le proposte col voto favorevole della maggioranza dei presenti. L'Assemblea ordinaria è convocata almeno una volta l'anno per l'approvazione del bilancio preventivo e consuntivo e su quant'altro di sua competenza.

È richiesto il voto favorevole dei due terzi dei soci aderenti per modificare lo statuto dell'associazione, per deliberare lo scioglimento dell'associazione.

Art.12) Non sono ammessi voti per corrispondenza. Le deleghe sono ammesse soltanto tra soci e con un massimo di due per socio.

Ogni socio ha diritto ad un voto indipendentemente dal valore o dal numero delle quote associative medesime.

Art.13) Le deliberazioni prese con l'osservanza delle norme dello statuto e della legge sono vincolanti anche per la minoranza, salvo il diritto di recesso dei singoli soci.

Art.14) Presiede l'Assemblea il presidente del Consiglio Direttivo, il quale può nominare un segretario per la stesura del verbale. Il verbale dell'Assemblea viene firmato dal presidente e dal segretario e lasciato a disposizione dei soci presso la sede sociale

Art.15) L'associazione si dota di un Consiglio Direttivo che cura l'amministrazione ordinaria e straordinaria della medesima e ha il compito di elaborare e gestire il programma annuale delle iniziative e delle attività associative e di indicare le relative quote di partecipazione ai costi.

Il Consiglio Direttivo è composto da 13 membri indicati con le seguenti modalità:

- 2 membri sono indicati dal Comune di Nonantola;
- 9 membri sono indicati dai soci titolari di attività commerciali di vicinato;
- 2 membri sono indicati dai soci titolari di pubblici esercizi;

I responsabili locali delle Associazioni di Categoria sono invitati permanenti del Consiglio Direttivo, senza diritto di voto.

L'Assemblea determina anche la durata in carica del Consiglio Direttivo che non potrà essere comunque inferiore a tre anni.

I membri del Consiglio Direttivo possono perdere la loro qualifica, anche prima del termine previsto per il loro incarico, qualora si verificano le condizioni di esclusione del socio di cui all'art.8.

Il Consiglio Direttivo elegge tra i suoi membri il presidente che rappresenta legalmente l'associazione di fronte a terzi ed in giudizio, nonché davanti a tutte le autorità amministrative e giudiziarie ed ha l'uso della firma sociale.

Il presidente può conferire procure speciali ai soci e incarichi professionali a terzi per determinati atti o categorie di atti, dopo l'approvazione del Consiglio Direttivo.

Il presidente dura in carica per il medesimo periodo di durata del Consiglio Direttivo.

Art.16) L'associazione chiude l'esercizio sociale il 31 Dicembre di ogni anno.

I bilanci o i rendiconti verranno pubblicati nell'albo dell'associazione almeno per 30 giorni consecutivi prima dell'Assemblea convocata per l'approvazione.

Ciascun socio può richiedere al Consiglio Direttivo copia del bilancio o del rendiconto approvato.

Art.17) Entro e non oltre cinque mesi dalla data di chiusura dell'esercizio dovrà essere convocata l'Assemblea dei soci per l'approvazione del bilancio o del rendiconto.

Art.18) Il patrimonio dell'associazione è costituito:

- dalle quote sociali di iscrizione deliberate dal Consiglio Direttivo;
- da ogni bene mobile e immobile che diverrà proprietà dell'associazione;
- da eventuali fondi di riserva costituiti con le eccedenze del bilancio;
- da eventuali donazioni, erogazioni, lasciti, contributi e sovvenzioni di qualsiasi natura, sia pubblici che privati.

La quota sociale è intrasmissibile e non rivalutabile. È ammesso il trasferimento per causa di morte agli eredi dietro loro esplicita richiesta, da formulare al Consiglio Direttivo entro un anno dalla data del decesso.

È vietata, anche in modo indiretto e sotto qualsiasi forma, la distribuzione tra i soci di utili o avanzi di gestione, nonché di fondi, riserve o capitale durante la vita dell'associazione, salvo che la destinazione o la distribuzione non siano imposte dalla legge.

Art.19) Il Consiglio Direttivo ha facoltà di emettere un regolamento per l'attività dell'associazione, ovvero più regolamenti per singoli settori di attività.

Art.20) Lo scioglimento dell'associazione è deliberato dall'Assemblea dei soci con la maggioranza prevista dall'art.11 del presente statuto; l'Assemblea provvede, in questo caso, alla nomina di uno o più liquidatori.

Art. 21) La destinazione dell'eventuale saldo attivo della liquidazione, come pure il patrimonio residuo non dismesso, dovranno essere destinati ad altri enti senza fini di lucro che perseguono finalità analoghe, oppure a fini di generale o pubblica utilità.

Art.22) Per quanto non previsto nel presente statuto, valgono le norme disposte dalla legge e dal Codice Civile.

## LA CONVENZIONE PER L'ASSUNZIONE DI IMPEGNI DELLE DIVERSE PARTI PUBBLICHE, PRIVATE E ASSOCIATIVE

---

### CONVENZIONE PER LA REALIZZAZIONE DI UN PROGETTO DI VALORIZZAZIONE COMMERCIALE CONGIUNTO PUBBLICO-PRIVATO PER IL CENTRO STORICO ESTESO DI NONANTOLA *(su area P.V.C. perimetrata come da Delibera del Consiglio Comunale del 3 Marzo 2000)*

Oggi a Nonantola, presso la Residenza Municipale, sono convenuti:

- Il Comune di Nonantola rappresentato dal Sindaco e dall'Assessore agli Interventi Economici
- La Confesercenti rappresentata dal responsabile di zona Sig. FIORAIO MICHELE
- La Lapam - Federimpresa rappresentata dal responsabile di zona Sig. MEMÈ FRANCO
- La CNA.COM rappresentata dal responsabile di zona Sig. ZIRONI FIORELLA
- L'Associazione pubblico privata "VALORIZZIAMO NONANTOLA" costituita tra gli operatori commerciali e il Comune di Nonantola ai fini della promozione del centro urbano, rappresentata dal Presidente Sig.ra Medici Rossella.
- Il Comitato Commercianti del Centro Storico costituito tra i titolari degli esercizi del centro urbano interessati da opere di ammodernamento e ristrutturazione, rappresentato dal coordinatore Sig. RONCHETTI MARIA GRAZIA.
- Il Comitato Commercianti del Centro Urbano costituito tra i titolari degli esercizi del centro urbano (esterni all'area P.V.C.) interessati da opere di ammodernamento e ristrutturazione, rappresentato dal coordinatore Sig. MEDICI ROSSELLA.

Le parti presenti, preso atto che l'Amministrazione Comunale di Nonantola ha individuato l'area urbana centrale e di pregio del Comune, perimetrandola come da Delibera del Consiglio Comunale del 3 Marzo 2000, ai fini della realizzazione di un "Progetto di Valorizzazione Commerciale" da realizzarsi ai sensi dell'art. 8 della Legge Regionale N. 14 del 5 Luglio 1999;

preso atto:

- che la stessa zona pur essendo identificabile come area a vocazione commerciale e di servizi consolidata è tuttavia caratterizzata da condizioni di scarsa leggibilità e integrazione dei percorsi commerciali ivi presenti;
- che la stessa area richiede interventi finalizzati a incidere sul profilo qualitativo del contesto urbano e a favorire l'addensamento e il mantenimento delle attività commerciali, sostenendo i processi di polarizzazione degli esercizi attorno a un nucleo urbano sempre più identificabile come "centro commerciale naturale";

CONVENGONO DI REALIZZARE CONGIUNTAMENTE IL PROGETTO DI VALORIZZAZIONE COMMERCIALE

ASSUMENDOSI I SEGUENTI RECIPROCI IMPEGNI

*Il Comune di Nonantola si impegna a realizzare le seguenti opere pubbliche e di arredo urbano finalizzate a perseguire l'obiettivo della riqualificazione del Centro Storico e favorirne il recupero della centralità nella vita economica e sociale della comunità locale valorizzare la funzione commerciale nel centro storico:*

- Progetto di riqualificazione del Centro Storico di Nonantola. Lavori di pavimentazione e realizzazione delle reti infrastrutturali (mantenimento dell'asse principale della fognatura storica, con rifacimento di tutti gli allacciamenti privati – reti per la fornitura di gas, acqua, energia elettrica, trasmissione dati) e degli impianti di illuminazione pubblica (recupero dei corpi illuminanti esistenti – lampioni ottocenteschi in ghisa) nelle vie e piazze: Via Roma – Piazza del Pozzo – Via Marconi – Piazza Caduti Partigiani – Via del Macello – Via San Rocco – Via del Passeggio – Via Sertorio – Via Damiano Chiesa. (Delibera della Giunta Comunale n. 195 del 07/06/2001 – Intervento inserito nel Programma triennale delle opere pubbliche 2001 – 2003, approvato con la deliberazione di C.C. n. 11 del 3.2.2001, con la previsione di poter iniziare i lavori a partire dall'anno 2002)

*e si impegna altresì ad elaborare, attivare e promuovere un adeguato sistema di incentivi, di sostegno agli interventi dei privati, degli operatori commerciali e della proprietà immobiliare.*

*Gli operatori economici privati, attraverso i Comitati costituiti tra i titolari degli esercizi interessati da opere di ammodernamento e ristrutturazione, si assumono i seguenti impegni:*

1. Sostituzione e installazione di nuove insegne, secondo un piano coordinato e conforme ai regolamenti comunali
2. Ristrutturazione di vetrine
3. Ammodernamenti di arredi e attrezzature interne ai punti vendita
4. Opere di manutenzione interne ai punti vendita
5. Opere di manutenzione esterne ai punti vendita
6. Avviamento di nuovi punti vendita e di somministrazione

*L'Associazione pubblico-privata "VALORIZZIAMO NONANTOLA" si assume i seguenti impegni:*

1. progetti di animazione delle vie e delle piazze del centro urbano;
2. progetti di marketing e comunicazione associativi tra le imprese convenzionate;
3. progetti di integrazione tra le iniziative fieristiche e tradizionali promosse nel centro urbano da enti terzi e le attività di marketing finalizzate alla valorizzazione dei punti vendita associati;

Le Associazioni locali di categoria firmatarie della presente convenzione hanno attivamente collaborato agli incontri del tavolo di lavoro, sostenendo le istanze degli operatori commerciali. Convenendo sugli impegni reciproci delle parti, si impegnano ad assistere gli operatori economici convenzionati nelle diverse fasi di realizzazione del progetto di valorizzazione commerciale.

Nonantola 4 Luglio 2002

FIRME:

- Per il Comune di Nonantola
- Per Confesercenti
- Per Lapam - Federimpresa
- Per CNA.COM
- Per l'Associazione pubblico privata "Valorizziamo Nonantola"
- Per il Comitato Commercianti del Centro Storico
- Per il Comitato Commercianti del Centro Urbano

## LE QUATTRO DOMANDE DI FINANZIAMENTO SULL'ART. 10 – L.R. 41/97 COLLEGATE AL P.V.C.

Collegate al presente Progetto di Valorizzazione Commerciale (Legge Reg.le 14/99) vengono presentate le seguenti 4 domande di finanziamento (art. 10 – Legge Regionale 41/97) da quattro diversi soggetti pubblici, privati e associativi già descritti ai capitoli dedicati:

SOGGETTI E RELATIVE DOMANDE	TIPOLOGIA INTERVENTI	COSTI PREV.LI IN EURO
Comune di Nonantola – Opere di arredo urbano – 1° stralcio di intervento triennale per la riqualificazione del Centro Storico Incarico professionale per la gestione del P.V.C. <b>Domanda di finanziamento – ART. 10 (c)</b>	Interventi strutturali pubblici – arredo urbano del Centro Storico	526.200
Comitato operatori commerciali del Centro Storico (area P.V.C.) – Piano coordinato di interventi di ammodernamento di punti vendita <b>Domanda di finanziamento – ART. 10 (a)</b>	Interventi strutturali dei privati – ammodernamento punti vendita in area P.V.C.	542.850
Comitato operatori commerciali del centro urbano (esterni all'area P.V.C.) – Piano coordinato di interventi di ammodernamento di punti vendita <b>Domanda di finanziamento – ART. 10 (a)</b>	Interventi strutturali dei privati – ammodernamento punti vendita esterni all'area P.V.C.	165.750
Associazione pubblico-privata “Valorizziamo Nonantola” <b>Domanda di finanziamento – ART. 10 (b)</b>	Interventi di marketing urbano a cura di ente associativo	20.000

**IL PIANO FINANZIARIO PREVISIONALE DEGLI INTERVENTI STRUTTURALI PUBBLICI E DEGLI INCARICHI PROFESSIONALI INSERITI NELLA DOMANDA DI FINANZIAMENTO (Art. 10 - L.R.41/97) – TEMPI DI ATTUAZIONE - PRIMO STRALCIO - COMUNE DI NONANTOLA**

---

Il Progetto di Valorizzazione Commerciale del centro storico e urbano di Nonantola impegna l'Amministrazione Comunale ed i privati su interventi strutturali di ampia portata la cui realizzazione è articolabile su una scala temporale triennale.

L'Amministrazione presenta, unitamente al presente progetto, domanda di finanziamento ai sensi della L.R. 41/97 gestione 2002 per una prima fase di attuazione degli interventi rientranti nel Progetto di Valorizzazione Commerciale e previsti nel Programma triennale delle opere pubbliche 2001 – 2003, approvato con la deliberazione di C.C. n. 11 del 3.2.2001.

<b>INTERVENTI – primo stralcio funzionale del P.V.C.</b>	<b>COSTI PREVISTI (Euro)</b>
<p>Progetto di riqualificazione del Centro Storico di Nonantola. Lavori di pavimentazione e realizzazione delle reti infrastrutturali (mantenimento dell'asse principale della fognatura storica, con rifacimento di tutti gli allacciamenti privati – reti per la fornitura di gas, acqua, energia elettrica, trasmissione dati) e degli impianti di illuminazione pubblica (recupero dei corpi illuminanti esistenti – lampioni ottocenteschi in ghisa) nelle vie: Via Roma – Piazza del Pozzo – Via Marconi – Piazza Caduti Partigiani – Via del Macello – Via San Rocco – Via del Passeggio – Via Sertorio – Via Damiano Chiesa.</p> <p>(Ditte incaricate: per le pavimentazioni, lo Studio Agorà; - per le reti, Studio Ingegneri Riuniti)</p> <p><b>Prima fase di attuazione</b></p>	520.000
Incarichi professionali per il coordinamento del Progetto di Valorizzazione Commerciale	6.200

<b>Totale interventi e consulenze di parte pubblica (Comune di Nonantola)</b>	<b>526.200</b>
---	----------------

Gli investimenti elencati sono a totale carico dell'Amministrazione Comunale che ne sosterrà i relativi oneri finanziari.

I tempi indicativi per la realizzazione degli interventi descritti decorrono dal 16 Luglio dell'anno 2001 con termine presunto entro il 2003.

**IL PIANO DEGLI INTERVENTI DI MARKETING DELL'ASSOCIAZIONE PUBBLICO PRIVATA "VALORIZZIAMO NONANTOLA" INSERITI NELLA DOMANDA DI FINANZIAMENTO (Art. 10 - L.R.41/97)**

Si da elenco dell'insieme degli interventi di marketing programmati dall'Associazione "Valorizziamo Nonantola", inseriti nella **domanda di finanziamento sull'Art. 10 della L.R. 41/97** e che costituiscono parte integrante del presente "Progetto di valorizzazione commerciale" ai sensi dell'Art. 8 della L.R. 14/99.

<b>ATTIVITÀ DI MARKETING A CURA DELL'ASS.NE "VALORIZZIAMO NONANTOLA"</b>	<b>COSTI PREVISTI (Euro) IVA ESCLUSA</b>
Progettazione logo - stampa vetrofanie – elementi vetrinistici coordinati	1.000,00
Progetto pubblicitario coordinato su periodico comunale	500,00
Progettazione e lancio di un portale web delle attività associate - Inserimento vetrina delle attività associate nel sito comunale	1.000,00
Tabelloni delle attività convenzionate da esporre presso gli esercizi	500,00
Progettazione e lancio di una fidelity card associativa da distribuirsi a tutte le famiglie del comune	1.000,00
Elaborazione di una mailing list clienti per l'invio di informazioni commerciali e su eventi	500,00
Progettazione e gestione di attività di animazione urbana per singolo comparto commerciale	4.000,00
Eventi promozionali speciali (quali sfilate di moda nelle vie e nelle piazze commerciali)	3.000,00

Partecipazione, con proprie iniziative specifiche, agli eventi tradizionali del cartellone nonantolano	3.000,00
Progettazione e distribuzione di linee gadget a tema, riservate ai clienti delle attività convenzionate	1.000,00
Attività espositive in convenzione tra negozi, esercizi pubblici ed enti museali o culturali	500,00
Servizi e benefit riservati alle attività associate	1.000,00
Arredi e attrezzature per punto di contatto	2.000,00
<b>TOTALE ATTIVITÀ DI MARKETING</b>	<b>Euro 20.000,00</b>

Le spese elencate sono a carico dell'Associazione pubblico-privata "Valorizziamo Nonantola" per la loro totalità. I relativi oneri finanziari vengono ripartiti tra i soci.

Il contributo finanziario erogato dall'Amministrazione Comunale a favore di "Valorizziamo Nonantola", in quanto parte pubblica associata, non supera in nessun caso il 20% dell'ammontare della spesa prevista.

I tempi indicativi per la realizzazione degli interventi descritti decorrono dal 25 Giugno 2002 con termine presunto entro il 2003.