

CENTRO COMMERCIALE NATURALE

«Una carta di fedeltà per essere più competitivi»

Il nuovo ruolo dei negozi nelle aree urbane

IL CENTRO commerciale naturale di Montecatini è stato presentato al convegno sull'operatività di analoghi centri della Toscana, che si è tenuto a Villa Cappugi di Pistoia. L'appuntamento, che è stato aperto con i saluti del sindaco del Comune di Pistoia Renzo Berti e del segretario reggente della Camera di Commercio di Pistoia Luciano Bosi, ha costituito la fase conclusiva del progetto *Staff di consulenza strategica ai Ccn*, finanziato da Unioncamere Toscana e sviluppato dai Centri di assistenza tecnica regionali di Confesercenti e Confcommercio Toscana.

IL RAPPORTO, illustrato dagli esperti di marketing Oreste Torre, Giovanna Codato e Cosimo Cavallo, è il risultato di una serie di valutazioni sulla consistenza quantitativa e qualitativa, sulla qualità progettuale e il grado di organizzazione raggiunto dei circa 150 Ccn registrati. Dall'analisi dei Ccn delle 10 province è emerso che l'attività di questi consorzi o associazioni costituisce una «rigenerazione molecolare» del commercio di vicinato che si traduce

CONVEGNO
In Toscana
una crescita
sempre più
marcata

in una accresciuta capacità competitiva con i mega centri commerciali extraurbani.

IL CCN CITTÀ di Montecatini Terme, rappresentato dal presidente Claudio Chimenti, ha presentato il nuovo programma di attività per l'anno 2010, che si baserà proprio sulle indicazioni fornite dal rapporto per valorizzare i punti di forza di un Ccn. «Sicuramente il primo obiettivo che già da qualche anno ci poniamo — riporta il comunicato — è rendere ancora più fluido e collaborativo il rapporto con l'amministrazione comunale in modo da concertare insieme a essa interventi di riqualificazione urbana e coinvolgerla nel coordinamento delle aperture serali estive di tutti i negozi della città che sono state riconfermate anche per la prossima stagione estiva per il mercoledì sera. Altro importante aspetto che il Ccn di Montecatini intende valorizzare è la sinergia con i soggetti di rilevanza territoriale: le Terme e le associazioni che organizzano eventi sul territorio come per esempio Territori in Festival».

«**UN ELEMENTO** rilevante emerso dal rapporto sui Ccn toscani — conclude Chimenti — è la mancanza, che spesso si rileva, di strategie costruite e studiate in base alle tipologie di clienti dei negozi. Con l'attivazione, prevista a breve, della *fidelity card* del Ccn di Montecatini non solo si creerà un circuito per fidelizzare la clientela

attraverso l'accumulo di punti a fronte di un acquisto e la realizzazione di un catalogo premi, ma potranno essere anche elaborate in base alle abitudini e ai comportamenti di acquisto, comunicazioni efficaci dirette ai clienti».



INIZIATIVE Torneranno le aperture notturne estive del mercoledì nel centro di Montecatini

