



---

## Focus group di settore – Fase di ascolto-confronto Commercianti - Agricoltori

---

1° incontro – 6 luglio 2010 - Fiorano

---

### Valutazione contesto esistente

#### 1. Quali i principali effetti della crisi nel vostro settore, tra quelli reali e quelli percepiti ?

*Guerrini – Comitato Negozi Fiorano*

Gli investimenti sono calati, nonostante ci siano risorse economiche come fondi europei disponibili. Minori acquisti nei negozi.

In generale c'è un accattivamento degli enti di controllo come l'Agenzia delle Entrate con chi fa/lavoro, mentre c'è pochissimo controllo con chi fa molto lavoro "nero".

*Berselli Alessandro - Confcommercio*

Vediamo nel settore del commercio grosse difficoltà. C'è la mancanza di liquidità. Le Banche hanno abbandonato le imprese, specie le piccole imprese, oppure adottano condizioni molto pesanti.

Le imprese si trovano a subire pagamenti molto lunghi e quindi con castelletti non autorizzati o con proposte con concordati di pagamenti al 30%; poi il giorno dopo aprono nuove aziende e poi richiedono di lavorare. In molte grandi imprese si sta perdendo moralità.

Gli Enti locali devono avere un ruolo importante ma le risorse sono scarsissime. Un errore è ad esempio collegare eventi di animazione con i mercati, che mettono in difficoltà gli stessi ambulanti. In generale devono uscire cose concrete e fattibili

*Bertoni Beatrice – Azienda zootecnica*

E' da circa dieci anni che siamo in crisi come settore agricolo. Le aziende nel distretto hanno praticamente chiuso. Sono rimasti due soli caseifici nel distretto. Tuttavia c'è un segnale positivo per la vendita del latte; il parmigiano sta riprendendo quote di mercato.

Mi sono inventata qualcosa di nuovo come i distributori del latte, ma la Grande Distribuzione ci mette fuori mercato con prezzi stracciati nonostante tutti gli sforzi e la qualità.

Stiamo cercando di valorizzare e promuovere i prodotti italiani rispetto agli stranieri. I vari passaggi nella filiera portano anche ad un 30% di ricarico. Nel nostro settore le aziende che hanno chiuso non riaprono. Ci vogliono investimenti troppo grandi. Abbiamo anche un altro vincolo: le quote latte.

### *Corrado Battistini – Mercato Amico*

Nel contesto di crisi, sono nati dei consorzi piccoli e medio piccoli tra Fiorano e Spezzano, che cercano di fare mercati domenicali straordinari.

Anche noi tocchiamo la crisi con forti cali ma penso che rispetto ai negozi il mercato ambulante tiene un pò di più in quanto “può muoversi”, è una cosa storica, e rimane ancora un pò la tradizione, e con prezzi competitivi rispetto alla Grande Distribuzione Organizzata.

La qualità dei prodotti negli ultimi anni si è abbassata in generale; ci sono molte etichettature di Made In Italy false; anche se i prodotti sono fatti in Italia, di fatto la manodopera è spesso illegale e senza controllo. Occorre essere più rigidi nei regolamenti dei mercati.

Tra i commercianti occorre una coesione diversa, cercando di valorizzare i benefici di tutto il settore.

Es. A Modena su 400 e passi ambulanti non c'è un filo comune.

Il principale problema rimane comunque la Grande Distribuzione. Le Amministrazioni pubbliche non ci hanno aiutato a dare servizi utili alla clientela (punti luce, bagni pubblici, ristoro).

### *Giuseppe Borghi – Comitato Commercianti*

Si fa fatica a fare investimenti, specie per le piccole imprese, nonostante quote di co-finanziamenti.

Sono cambiate le modalità di fare i commercianti e sono cambiati anche i consumatori.

Abbiamo bisogno di coordinarci meglio come settore.

Nel settore della fotografia, molte persone si sono improvvisate con mezzi disponibili; è calato del 50% il mercato.

Il fatto di dovere “saltarci fuori” porta spesso produttori e commercianti a “tirare” sui prezzi e curare meno la qualità.

### *Federica Barozzi – Coldiretti*

Le aziende agricole multifunzionali che stiamo cercando di aiutare vengono da una crisi che parte da lontano. Quest'ultima ha ulteriormente complicato così come i prezzi delle materie prime.

A questo si aggiungono per la filiera agroalimentare:

il “furto di valore” (è la Grande Distribuzione / Cooperativo che “fa” il prezzo) con la risposta con la vendita diretta; il “furto di identità/prodotto italiano” con incassi fatti per il mondo a spese nostre.

Stiamo cercando di fare mettere l'etichettatura sulla provenienza della materia prima.

Altro problema/effetto è il ricambio generazionale, sul come mantenere/conseguire. Vediamo anche in generale una carenza di etica da parte dei produttori verso i consumatori e anche tra i produttori.

### *Virginio Dallari - Commerciante*

Sulla Grande Distribuzione non possiamo farci molto; è una scelta delle Pubbliche Amministrazioni; La GDO offre dei servizi diversi che il piccolo commerciante non può offrire (apertura a qualsiasi ora, parcheggi, ristoro). Tocchiamo con mano la carenza di liquidità dei clienti.

La crisi è arrivata improvvisamente e ci siamo trovati impreparati tutti (Pubblica Amministrazione, Banche, Servizi, imprenditori). La gente si è accorta dopo della crisi rispetto agli imprenditori.

La liquidità è il motore dell'economia locale.

E' mancata il passaggio della cultura imprenditoriale verso i figli come passaggio generazionale (abituati male).

## **Scenari futuri**

### **2. Come pensate sarà il futuro economico e sociale di medio e lungo termine nel distretto ? Nel vostro settore ?**

### *Dallari - Negoziante*

Sarà un distretto impoverito se rimane solo sulla piastrelle. In tutti i modi si produrranno meno piastrelle e dovranno essere più belle. Dobbiamo arricchire il nostro prodotto.

Occorre aggregare diverse attività per proporle al di fuori del distretto. Dobbiamo muoverci e diversificare. Abbiamo ancora i motori e qualcosa di buono e nuovo nella piastrella.

A Carpi dalla crisi della moda si sono chiuse 400 maglierie ma altre imprese hanno invitato nuovi prodotti di successo (es. magliette per Swarosky).

### *Borghi - artigiano*

Sarà ridimensionato ma non impoverito in generale. Saranno impoveriti invece i salari in generale.

### *Confcommercio:*

Nel breve e medio periodo continueremo a fare piastrelle ma in modo diverso.

Per il piccolo commercio, il nuovo centro commerciale e relative gallerie di negozi nell'ex Cisa-Cerdisa sarà sicuramente un nuovo polo commerciale di attrazione.

Si dovrà puntare anche sul turismo con pacchetti-percorsi per attirare gente nuova nel distretto.

### *Agricoltore:*

Dobbiamo continuare a caratterizzare la collina come attrazione turistica, naturalistica e commerciale diretta (aziende con vendita diretta, eventi vari in fattorie didattiche, percorsi, visita).

### *Ambulante:*

L'offerta turistica nel distretto deve essere su 365 giorni e itinerante (500.000 visitatori all'anno al Museo Ferrari).

### *Coldiretti:*

Lo scenario è positivo se c'è innovazione diffusa tra i vari soggetti istituzionali ed economici.

## **Soluzioni**

### **3. Quali sono le soluzioni/idee nuove che avete per il rilancio del distretto a breve-medio-lungo termine, e perché ?**

#### *Confcommercio:*

- Caratterizzare il concetto di "bottega" come elemento che valorizza il prodotto e il servizio verso il cliente.
- Promuovere il ruolo "sociale" del piccolo commercio come "presidio del territorio" (dove hanno chiuso ci sono problemi).

#### *Borghi - fotografo*

- Fare un programma di promozione del territorio con il cibo (es. Il Lambrusco di Fiorano, latte crudo, aceto, altri prodotti agricoli)

#### *Coldiretti:*

- Promuovere un Portale di promozione dei prodotti locali e dei negozi

#### *Agricoltore:*

- La zona della collina è diventata un punto di attrazione turistica di svago (passeggiate, cavalli, mountainbike, visite naturalistica) ma anche commerciale (latte crudo, ristorazione).
- Continuare con la piantumazione degli olivi come diversificazione dell'agricoltura.

*Varie proposte da parte di tutti:*

- Realizzare al più presto un Piano di Marketing Territoriale per Fiorano
- Dobbiamo diversificare le proposte con prezzi diversificati
- Realizzare un Portale turistico/commerciale di Fiorano (per promuovere IE-Commerce)
- Marchio commerciale-agro-alimentare ma generale
- Fare una promozione coordinata per i commercianti ambulanti
- Far conoscere i prodotti, la storia, i servizi, le imprese e gli artigiani di Fiorano in varie Fiere commerciali (es. VinItaly, Salone della Meccanica, Cersaie, Salone del Lusso) e in altri Comuni.
- Istituire Borse di studio per i giovani studenti di Fiorano, per fare ricerche su soluzioni di cambiamento in vari Comuni.
- Promuovere rassegne di Cinema all'aperto alla sera d'estate
- Tornei / Campionato atletici al fine di usare la pista di atletica in modo migliore
- Campionato di Go-Kart alla pista di Maranello

#### **4. Cosa salvare dell'esistente e delle iniziative in corso ?**

*Borghi - fotografo*

Museo della Ceramica a Fiorano, il Consorzio Marchio Maranello, il sostegno alle piccole imprese (es. Contributi per contabilità), la Riserva Naturale di Nirano, Il Maggio Fioranese, la Basilica Minore di Fiorano come patrimonio storico.

*Coldiretti*

A differenza di altri Comuni, quello di Fiorano è molto attento e disponibile ad aiutare nuove iniziative commerciali.

### **Responsabilità e condizioni**

#### **5. Quali condizioni e strumenti necessari per le proposte?**

- Per il turismo occorre maggiore coordinamento nell'offerta turistica dei vari Comuni locali.
- Per il ruolo sociale dei negozi, vanno ridotte diverse imposte.
- Va facilitato l'accesso come viabilità ai negozi di Fiorano.
- Le iniziative nuove vanno aidate da parte delle Pubbliche Amministrazioni.
- Facilità di accesso al credito
- Maggiore supporto alla promozione commerciale
- Usare meglio i finanziamenti esistenti.

#### **6. Quali ruoli e contributo del vostro settore ?**

- I commercianti devono coordinarsi meglio in una logica e con modalità maggiormente collaborative.
- Occorre prenderci degli impegni come commercianti/associazioni d'impresa per passare dalle buone idee alla realizzazione.
- Maggiore coordinamento tra le associazioni commerciale.
- Lavorare meglio