



[www.regione.lombardia.it](http://www.regione.lombardia.it)



Le politiche regionali per il commercio nei comuni montani e nei piccoli comuni di pianura: esperienze, risultati e prospettive

30 novembre 2009

Sede della Camera di Commercio  
via Einaudi, 23 - 25100 Brescia

LOMBARDIA, COSTRUIAMOLA INSIEME



Regione Lombardia  
Commercio, Fiere e Mercati

**Alberto Bramanti**

**Università L. Bocconi**

**CERTeT [Centro di Economia Regionale,  
Trasporti e Turismo]**

# I ruoli del commercio

Il commercio non è solo la “cinghia di trasmissione” dalla produzione al consumo, ha infatti impatti decisivi:

- ⇒ sul piano **sociale**
- ⇒ sul piano **territoriale**
- ⇒ sul piano della **qualità della vita**

Il commercio di vicinato poi svolge un ruolo speciale:

- ⇒ **incarna tradizione e identità**
- ⇒ **valorizza il territorio e le sue specificità**

# Il lato della domanda e quello dell'offerta /1

Domanda e offerta vivono problematiche specifiche e a tratti divaricate:

**Domanda** (dei consumatori)

⇒ servizio commerciale [accessibilità, costi, continuità, varietà]

⇒ animazione, relazioni sociali

⇒ ampliamento della gamma dei servizi

⇒ promozione del territorio nei confronti dei frequentatori dall'esterno.

# Il lato della domanda e quello dell'offerta /2

Domanda e offerta vivono problematiche specifiche e a tratti divaricate:

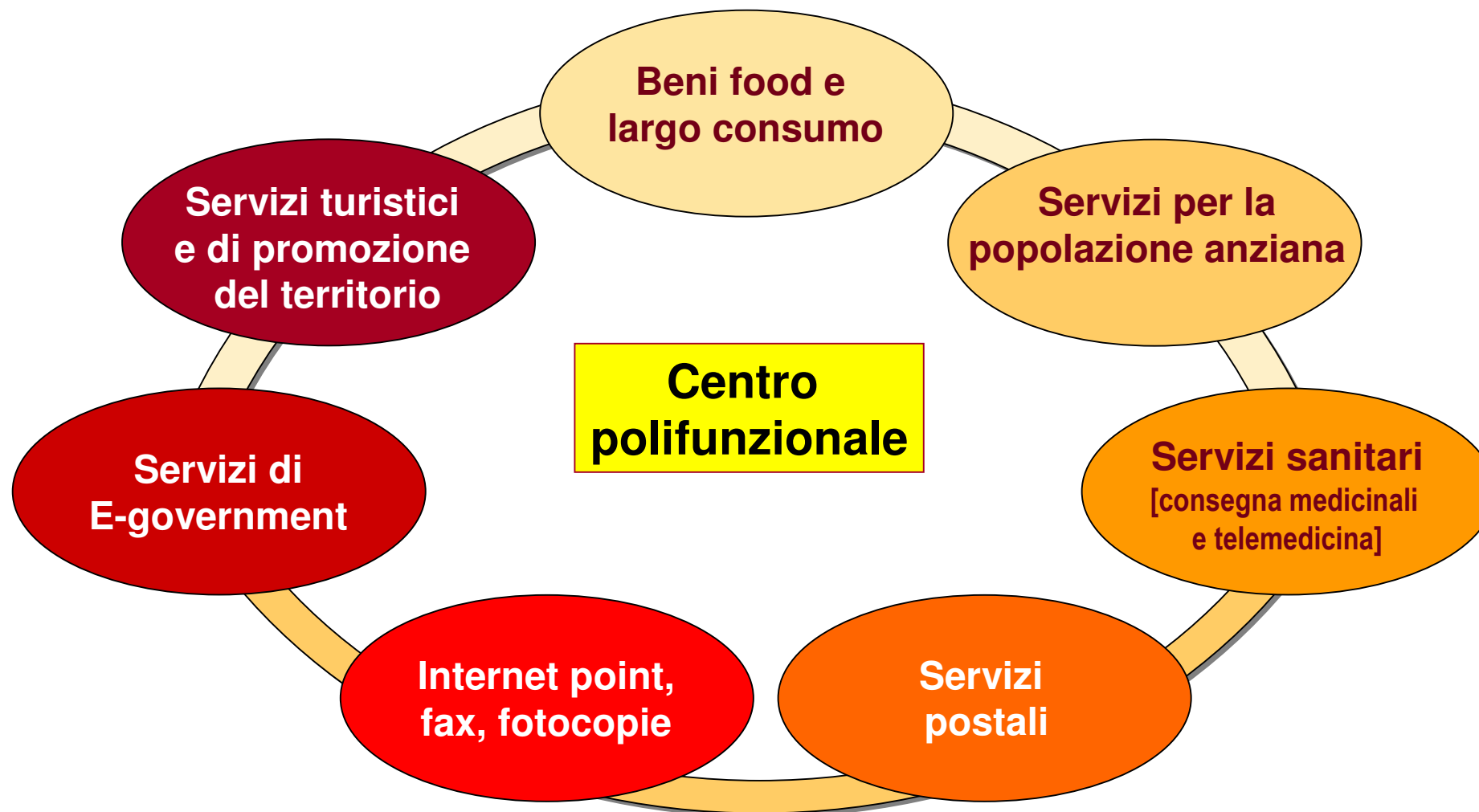
**Offerta** (dei piccoli negozi di vicinato)

- ⇒ sostenibilità economica
- ⇒ sistema logistico e di approvvigionamento
- ⇒ servizi personalizzati al cliente
- ⇒ mestiere che cambia.

# Una matrice da ricomporre



# La risposta della multifunzionalità



# La sfida delle politiche /1

- **Finanziamento pubblico solo** di start-up o **anche** di gestione?
- **Selettività e discrezionalità** o verifica di requisiti standard e concessione delle convenzioni?
- **Negozi a gestione autonoma** o **sistema di rete**?
- **Valutazione** sulla base di quali caratteristiche?
- **Quale coinvolgimento** del pubblico locale e del privato sociale?

# La sfida delle politiche /2

Il **modello a rete** sembra interessante se arriva a livelli “spinti” di interconnessione:

- Centrale acquisti e centrale operativa
- Funzioni centrali di controllo e monitoraggio della rete
- Logo comune e marketing comune
- Formazione continua degli imprenditori, pianificazione strategica, ampliamento dell’offerta servizi
- Ruoli e professionalità nella gestione della rete