

LE ECONOMIE DI PROSSIMITÀ NELLE POLITICHE EUROPEE PER LE CITTÀ

9 novembre 2023 • Innovation Center • Firenze

Franco Marinoni

Confcommercio Firenze-Arezzo

Più valore a Firenze
Riabi(li)tare la città

urbanpromo

PROGETTI PER IL PAESE

INU
Istituto Nazionale
di Urbanistica

URBIT
urbanistica italiana s.r.l.



La vocazione di Confcommercio

È l'Associazione di categoria che tutela le città, in equilibrio tra sostenibilità e multifunzionalità.

Ha un ruolo come mediatore e facilitatore dell'innovazione (digitale, ma non solo) nel settore terziario e sul territorio.





I numeri di Firenze

366mila

i residenti

1 milione

i frequentatori giornalieri



Antefatto

Il progetto: dalle parole ai fatti

Dal convegno dedicato alla rigenerazione urbana (Firenze, 28 ottobre 2021) alla stesura di un piano di lavoro per la città di Firenze








Verso il terziario 4.0: un gap da recuperare

Le tecnologie 4.0, nate in contesti produttivi, vanno applicate anche alle imprese della distribuzione, della ristorazione e dei servizi presenti in ambiti urbani omogenei, per massimizzare anche in questi comparti gli effetti dell'innovazione digitale e migliorare la vivibilità in termini di efficienza e sostenibilità.





Gli obiettivi del progetto

-  • Incentivare l'utilizzo delle **nuove tecnologie digitali 4.0** per la sostenibilità anche nel terziario
-  • Coniugare **tradizione ed innovazione** sviluppando sinergie tra commercio e artigianato, così come tra enti pubblici e imprese private, in chiave 4.0
-  • Contribuire a trasformare la città rendendola un **luogo ideale** in cui vivere, lavorare, studiare e divertirsi



Più in dettaglio:



1. Creare consapevolezza sull'importanza ed efficacia del digitale nel **rafforzare la competitività** delle aziende del terziario di mercato.
2. Condividere i passi giusti per affrontare il **percorso di digitalizzazione**, conoscendo gli interlocutori più adatti per affiancare le imprese.
3. Dimostrare sul campo **l'importanza del fare insieme**, soprattutto nell'ambito del digitale, di dati.
4. Costruire un **modello permanente e replicabile** che ridia alle imprese il ruolo e le modalità per identificare (e richiedere) **infrastrutture comuni legate al digitale**.

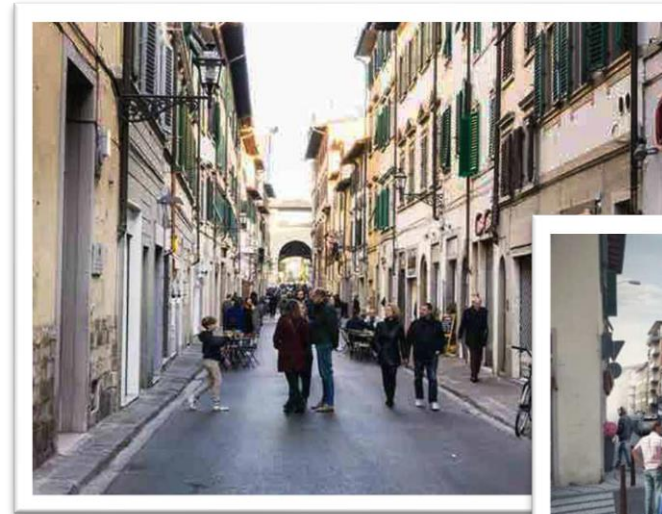




Le aree individuate

1. Sant'Ambrogio e Borgo La Croce (Firenze)
2. Via Gioberti (Firenze)
3. Area del Mugello

Il progetto è realizzato in alcune aree ad alta densità di negozi, botteghe artigianali e turisti per incrementare l'uso di tecnologie digitali, big data, energia green e altre strategie ad impatto zero. L'obiettivo è creare maggiori sinergie tra commercio e artigianato, tradizione e innovazione, enti pubblici e imprese private.



Borgo La Croce
S. Ambrogio



Via Gioberti



Mugello



Le parole chiave



ASCOLTARE

SPERIMENTARE

ACCOMPAGNARE



Analisi realtà e fabbisogni

Questionari per conoscere il grado di digitalizzazione delle aziende ed eventuali necessità formative e tecniche



Laboratorio "Terziario 4.0"

Webinar formativi sull'uso efficace del digitale nel rafforzamento di efficienza e competitività



Digital coaching "one-to-one"

Un digital coach affianca ogni impresa offrendo assistenza e consulenza per migliorarne la maturità digitale



Percorso di mentorship

Co-progettazione guidata per favorire interventi volti alla vivibilità, alla fruibilità e alla gestione dello spazio comune

Il punto di partenza



1. **Il digitale e i dati sono sempre più importanti** e determinano – sempre più frequentemente – il successo o il fallimento delle imprese.
2. **Il rapporto diretto con i fornitori** – soprattutto nel caso di imprese piccole e tradizionali – **non funziona**. Serve una funzione continuativa di mediazione.
3. **Il fare insieme** (delle imprese) nel mondo digitale porta enormi benefici.
4. **Le infrastrutture comuni – reti, cloud, sensori pubblici, open data...** – sono vitali per un uso efficace del digitale e per un sensibile contenimento dei suoi costi. La loro scelta e articolazione va però guidata dagli utenti e finanziata – in buona parte – in modo collettivo (pubblico, associazioni, gruppi di imprenditori)

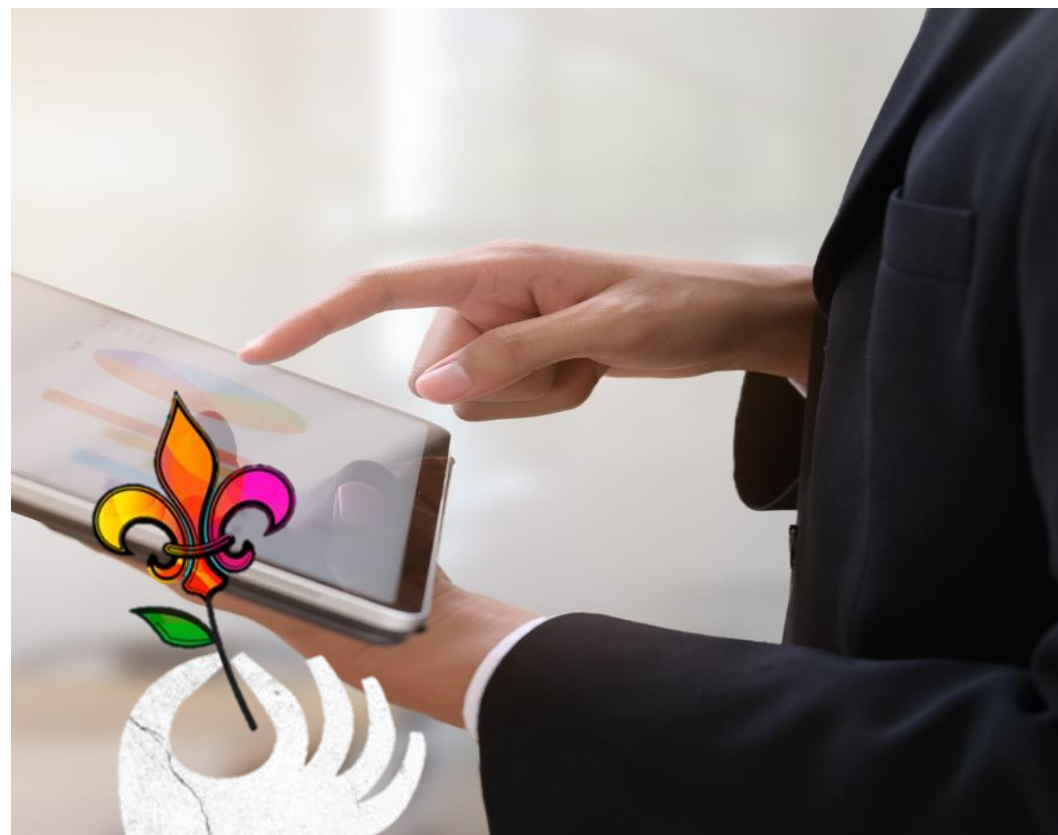




La rivoluzione digitale chiama Confcommercio a un ruolo forte, lungo i suoi assi fondamentali di intervento:

1. **servizi di supporto alle imprese** nel loro processo di digitalizzazione
2. valutazione e gestione delle **implicazioni contrattuali** legate al digitale (smart work, privacy, AI, proprietà dei dati...)
3. attività di **policy making e lobbying** sui temi del digitale e dei dati (politiche pubbliche, leggi, bandi...)

Il presidio della rivoluzione digitale può diventare una grande occasione per 'rifondare' una parte delle associazioni di categoria facendole diventare lo strumento delle imprese per cavalcare con successo tutte le dimensioni di questa rivoluzione.



Tempi e costi di realizzazione



- L'investimento previsto è pari a 300mila euro.
- Hanno aderito oltre 50 imprese delle tre aree interessate, con possibilità di ulteriore incremento.
- Le attività previste sono già state realizzate al 50%.





CiTIES – Città e Terziario: Innovazione, Economia e Socialità



Strumenti utilizzati:
*interviste in
profondità e
focus group*



Città «laboratori del cambiamento»



Indagine tra gli operatori delle 3 aree
sulle criticità legate alla vita notturna



Output: idee e proposte per migliorare
la situazione e la vivibilità urbana



I temi emersi per v. Gioberti-Sant'Ambrogio



IMPATTI POSITIVI E DRIVING FORCES

- “Dimensione di paese” e senso di comunità
- Uomo come animale sociale
- Appropriazione dello spazio e sicurezza
- Internazionalizzazione e creatività
- Promozione del commercio e vetrine

CRITICITÀ

- “Dimensione di paese” e nuove attività di somministrazione
- Piccolo commercio e qualità del prodotto
- Musica dal vivo e musica d'ambiente
- Salute e privazione del sonno
- Spazi polivalenti ad uso di gruppi e associazioni
- Cura e pulizia
- La privatizzazione dello spazio
- Mobilità: parcheggi, TPL e sicurezza



I temi emersi in Mugello

IMPATTI POSITIVI E DRIVING FORCES

- “Dimensione di paese” e senso di comunità
- Uomo come animale sociale
- «Un bel posto in cui vivere»

CRITICITÀ

- Normative e controllo
- Licenze
- Mobilità: il servizio navette
- Offerta di intrattenimento e svago
- Inquinamento e svago





Proposte strategiche emerse dai focus group

- Miglioramento illuminazione pubblica
- Implementazione videosorveglianza
- Bonus ai privati per sistemi di sicurezza
- Aumento presidio delle forze dell'ordine
- Uso "digitale" della vetrina
- Accordi con la popolazione
- Servizi di car-sharing e navette
- Campagne di comunicazione

