

**PROGETTO DI SVILUPPO
PER IL TERZIARIO
DELLA PROVINCIA
DI PISTOIA**



**COMMERCIO
TURISMO
SERVIZI**

23/02/04

**PROGETTO DI SVILUPPO PER IL TERZIARIO
DELLA PROVINCIA DI PISTOIA
COMMERCIO - TURISMO - SERVIZI**

Commercio, turismo e servizi, ossia il terziario di mercato, rappresentano un comparto economico di peso e rilevanza primaria nell'economia della provincia di Pistoia sia per numeri di imprese che di addetti.

Il quadro delle attività economiche nella nostra provincia, così come delineato dai dati della Camera di Commercio al 30 Giugno 2003, evidenzia come oltre il 47% delle aziende iscritte al registro imprese sia rappresentato dal terziario di mercato che al contempo occupa quasi il 39% degli addetti.

Anche la nostra realtà mostra quindi un quadro consolidato anche a livello nazionale, ossia quello di un terziario ampiamente diffuso e perno forte della nostra economia, in grado di rappresentare le esigenze di mercato della nostra società.

Analizzando i numeri forniti dal registro imprese ci appare evidente come su 31.382 aziende iscritte alla data del 30 Giugno 2003 ben 14.780 risultino appartenere al comparto del terziario.

Di queste 8.127 appartengono al commercio, 1.681 al turismo e 4.972 ai servizi.

Se scendiamo ad analizzare l'impatto occupazionale dei settori in oggetto possiamo verificare come su un numero complessivo di 58.768 addetti nei vari ambiti

LCES

Diavolj...

economici, quasi 23.000 sono quelli impiegati nei settori del commercio, del turismo e dei servizi.

Da qui risulta manifesta la necessità di offrire un contesto strutturale, materiale ed immateriale, adeguato a sostenere il compimento di questo percorso e a offrire un contesto positivo alle nostre imprese, idoneo a favorire la ripresa dei consumi e soprattutto a rimuovere quegli ostacoli strutturali che ne impedirebbero lo sviluppo e l'adeguamento al mercato degli anni duemila guardando alle nuove esigenze del cittadino consumatore.

Lo sviluppo quantitativo, qualitativo e professionale dell'impresa diventa quindi elemento essenziale. Una crescita che non può prescindere dal rispetto di un'etica e di una deontologia imprenditoriale che rifugga dal ricorso al lavoro irregolare e sviluppi invece la cultura della sicurezza degli addetti al processo di produzione dei beni e dei servizi.

COMMERCIO

Il settore del commercio è uno dei più importanti e rilevanti settori economici della provincia di Pistoia sia per la presenza di imprese attive che per il numero di addetti. Negli ultimi anni peraltro si sono manifestate al suo interno dinamiche di sviluppo che sono costituite principalmente dalla crescita delle strutture di grande distribuzione organizzata e dalla liberalizzazione del settore scaturita dall'applicazione della Legge 114/98 (Bersani) che nella Provincia, sulla base del regolamento sul commercio, non ha trovato, ancora, piena applicazione.

Questi fenomeni hanno comportato una forte riduzione della competitività delle piccole e medie imprese commerciali mettendo a rischio in taluni casi la loro esistenza. Le stesse statistiche diffuse dalla Camera di Commercio I.A.A. sulla natalità delle imprese commerciali evidenziano una crescita del saldo negativo

11/05/98

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]
Pistoia

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

(nell'anno 2002 nella nostra provincia le imprese cessate erano 60 in più delle nuove iscritte mentre per l'anno 2003 lo stesso dato al 30/06 corrisponde già a 47 unità). Complessivamente il settore manifesta condizioni di debolezza strutturale anche delle aziende commerciali che permangono attive, in quanto influenzate da fattori negativi quali: la contrazione dei consumi, le difficoltà di accesso al credito, l'esiguità della dimensione media aziendale e la scarsa propensione all'attuazione di politiche pubbliche di sostegno per la realizzazione di infrastrutture finalizzate allo sviluppo del settore commerciale (parcheggi, arredo urbano, trasporti), nonché una mancata politica concertativa tra i vari soggetti presenti nell'area vasta, compresa la Valdinievole, volta a governare e integrare i processi legati allo sviluppo e modernizzazione dei servizi e del tessuto commerciale - turistico.

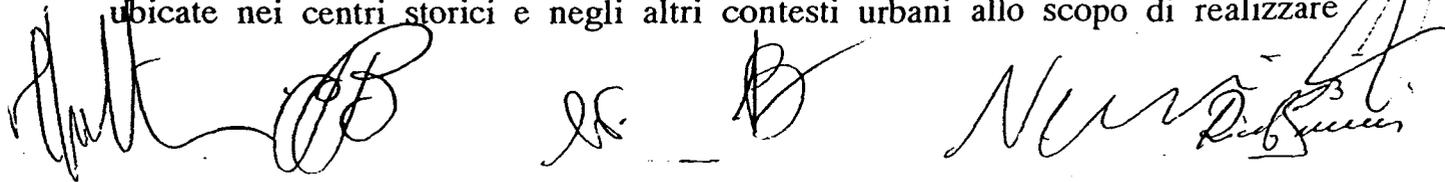
Un ulteriore aspetto che gioca a sfavore della p.m.i. commerciale è costituito dalla progressiva perdita di attrattiva dei centri storici a vantaggio delle aree periferiche delle città ove sono dislocate o vengono previste strutture di grande distribuzione organizzata realizzate in una logica di servizio al consumatore in chiave moderna che non può trovare riscontro nei contesti commerciali tradizionali.

Inoltre si assiste alla progressiva scomparsa dei negozi di vicinato presenti nelle frazioni periferiche e nelle aree collinari e montane. Questo fenomeno contribuisce alla riduzione del numero complessivo di imprese commerciali e determina un peggioramento della qualità della vita della popolazione residente in tali aree e susseguentemente il presentarsi di forti disagi principalmente per la popolazione anziana.

Al fine di favorire un rilancio del settore i firmatari del patto individuano le azioni da attuarsi prioritariamente:

Creazione e sviluppo di Centri Commerciali Naturali:

Si tratta di attuare concrete iniziative per aggregare le imprese commerciali ubicate nei centri storici e negli altri contesti urbani allo scopo di realizzare

MP


congiuntamente iniziative di promozione, fidelizzazione della clientela, formazione, marketing territoriale, tipizzazione dell'offerta commerciale in un'ottica di sistema in grado di competere con altre forme di distribuzione.

Creazione e sviluppo di consorzi verticali di piccole, medie e micro imprese commerciali

E' necessario promuovere forme associative di imprese, come i consorzi, specifiche per settore merceologico al fine di accrescere la competitività delle piccole, medie e micro imprese commerciali sul piano di una maggiore disponibilità di servizi specialistici, di una capacità di contrattazione per gli acquisti, di una comune strategia di marketing, etc.

Realizzazione di reti di esercizi di vicinato e di empori polifunzionali

Si intende realizzare le condizioni necessarie a trasformare i tradizionali negozi di vicinato collocati nelle frazioni periferiche e nelle aree collinari e montane in empori polifunzionali in grado di soddisfare le esigenze della clientela sia in termini strettamente commerciali che di servizi collaterali anche a carattere pubblico (servizi postali - informazioni turistiche). La messa in rete di tali esercizi costituirà una loro connotazione specifica in grado di garantire visibilità nei confronti della clientela e riferimento per le politiche di sostegno da parte degli organismi firmatari del patto.

TURISMO

Lo scenario nazionale

Nel periodo 2001-2003 il turismo nazionale ed internazionale ha vissuto una situazione particolarmente incerta e difficile, caratterizzata da alcuni fatti esogeni (terrorismo internazionale, guerre, sars) e da una congiuntura economica mondiale negativa. Tali fatti hanno impedito o rallentato la crescita della domanda ed orientato e distorto i grandi flussi turistici internazionali.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

Le scelte dei consumatori, oggi, sono grandemente influenzate dagli avvenimenti mondiali reali e/o mediatici ed il consumo di turismo per lavoro si è parimenti ridotto ed è mutato.

La crisi turistica infine, in un mercato senza regole e principi, non ha risparmiato nemmeno le aziende di trasporto e le aziende legate al settore della intermediazione, *in primis* le agenzie di viaggio.

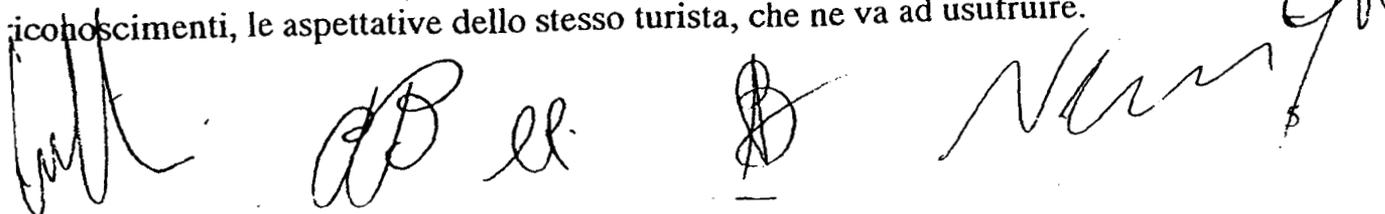
A distanza di due anni dall'entrata in vigore della nuova legge quadro nazionale sul turismo, la 135/2001, e l'assegnazione delle competenze in materia esclusiva alle Regioni, la situazione è ancora in fase di stallo. Le Regioni stanno ancora decidendo se applicare o meno la logica dei Sistemi Turistici Locali, una piattaforma a nostro avviso molto importante per il rilancio territoriale dell'area pistoiese.

Lo scenario provinciale

Un'area con caratteristiche davvero uniche. La nostra provincia è infatti divisibile in tre "zone turistiche" con la possibilità di accoglienza per tutto l'arco dell'anno e in tutte le stagioni: la zona montana, della Valdinievole e la città di Pistoia, riconosciuta quale città d'arte valorizzando la particolare caratteristica della città di Pistoia che conta ben sette Musei nell'area della prima cerchia urbana, che mantiene pressoché inalterato il visus della città medievale e che ben si collega alle ulteriori offerte della provincia a partire da un possibile itinerario archeologico nella zona della Valdinievole.

A fronte di un'area territoriale con caratteristiche più uniche che rare si evidenzia una frammentazione dell'azione imprenditoriale con la presenza di importanti investimenti esterni e una scarsa propensione a fare sistema.

Crediamo fortemente infatti che la geografia turistica dell'ospitalità, vada cambiando di giorno in giorno, poiché con la stessa rapidità vanno mutando le motivazioni, i riconoscimenti, le aspettative dello stesso turista, che ne va ad usufruire.

The bottom of the page contains several handwritten signatures and initials. From left to right, there is a signature that appears to be 'M...', followed by 'AB el.', a circled 'S', and a large signature that looks like 'N...'. To the right of the main text, there are two vertical signatures: one that looks like 'L.F.' and another that is more stylized and illegible.

Intanto, a prescindere dalla decisione da prendere sui STL, inizia a farsi sentire la spinta degli enti locali per sviluppare in modo più o meno evidente capacità di squadra, attraverso i vari piani di sviluppo locale (Pisl, Pit, Patti territoriali e altro ancora) per accedere anche ai fondi strutturali.

Sono questi segnali incoraggianti che devono trovare sostegno, collaborazione e partecipazione da parte delle aziende.

Una forte carenza per gli operatori della promozione (APT, Convention Bureau, Consorzi) è da individuare nella mancata disponibilità di informazioni statistiche relative ai flussi turistici. Si ritiene irrimandabile l'istituzione di un osservatorio provinciale quale strumento fondamentale per le scelte strategiche future di promozione ed accoglienza

Il Turismo a Pistoia

Per quanto riguarda il fenomeno "turismo a Pistoia" è fondamentale in premessa porre una domanda secca: le Istituzioni e gli imprenditori di Pistoia, considerano il turismo un settore importante per l'economia e lo sviluppo? Se la risposta è positiva, allora si pone la domanda conseguente: cosa dobbiamo fare concretamente per mettere in atto tale scelta?

A quest'ultimo riguardo la decisione da assumere esige la consapevolezza di dover compiere un salto di qualità. Il turismo a Pistoia può crescere a condizione di offrire risposte reali alla domanda in termini di servizi e di strumenti. Non è pensabile lavorare nel turismo senza essere in grado di offrire adeguati servizi. È necessario investire per il settore. La discussione va affrontata su come e cosa investire.

Pistoia città d'arte non è assolutamente inferiore a città maggiormente valorizzate e pubblicizzate della Toscana. Ciononostante abbiamo la sensazione di essere di fronte ad una grande necessità di nuove politiche che mirino alla realizzazione di servizi

[Handwritten signatures and initials at the bottom of the page, including "PB" and "N..."]

essenziali per il turismo (ristorazione, bar, accoglienza, quantità e qualità dei servizi quale elemento oggi decisivo, politica e materiale promozionale). Del resto lo sviluppo del turismo risulta essere essenziale anche per i pubblici esercizi, il commercio e l'occupazione in generale. In sostanza il patrimonio culturale di Pistoia può essere "venduto" secondo logiche organiche e politiche accorte, purché ci si attrezzi e si ritenga il turismo una risorsa fondamentale per lo sviluppo.

Il Turismo sulla Montagna Pistoiese

Scrittura
Dovrebbe essere ormai consolidato e condiviso il concetto che lo sviluppo della montagna pistoiese ha una sola connotazione: il turismo. E qui, forse più che in ogni altra realtà del territorio provinciale, è necessaria una nuova strategia di sviluppo, di valorizzazione e di riconversione.

La domanda è cambiata nel tempo. Risulta oggi fondamentale promuovere il turismo "bianco" nella sua forma più pregiata e di immagine: quella della permanenza e non quella del week-end.

Scrittura
Occorre valorizzare le forme che non hanno ancora dispiegato la loro potenzialità: turismo enogastronomico, sportivo, valorizzazione e promozione dei prodotti tipici, ambiente. Ma è soprattutto il turismo "verde" (che ha permesso per esempio ad una realtà di piccole dimensioni come Lamporecchio di superare le 100.000 presenze annue) che potrà costituire una nuova prospettiva economica della Montagna. Ciò esige la capacità delle istituzioni locali ed imprenditoriali di sviluppare un'accurata rete turistica fatta di percorsi, agriturismo, campeggi, servizi.

Scrittura
Un altro elemento fondamentale per lo sviluppo della montagna pistoiese è l'integrazione fra il comprensorio toscano ed il comprensorio emiliano. Ormai le due realtà si stanno integrando e, con una nuova e lungimirante politica di integrazione, possono garantire sviluppi imprevedibili all'intera area dell'Appennino Tosco Emiliano.

Scrittura
Scrittura
Scrittura
Scrittura
Scrittura

Il progetto di collegamento Doganaccia-Corno alle Scale potrebbe rappresentare il primo banco di prova.

È urgente, dunque, mettere mano ad un vero e proprio progetto operativo.

Il Turismo in Valdinievole

Il turismo della Valdinievole rappresenta con Montecatini e le sue terme il riferimento determinante per gli scenari futuri dell'economia non solo di quell'Area.

La vicenda della privatizzazione delle terme si inserisce prepotentemente in questo quadro.

Alla luce di un anno di gestione che non ha prodotto le aspettative attese ed in presenza della recente intesa fra la Società Immobiliare Terme di Montecatini S.p.A. e la società di gestione che dovrà finalmente colmare il mancato inizio degli investimenti nell'anno precedente, al fine di procedere all'immediata attuazione del piano di rilancio delle Terme di Montecatini, secondo noi è necessario:

- chiarezza sul percorso in termini di tempi, modalità, progetti e priorità negli investimenti;
- collegamento fra categorie economiche del territorio e nuova gestione. Per far questo è necessaria una verifica puntuale da parte della proprietà sulla gestione, affinché siano ricostituiti rapporti con la città, nel contempo tutte le categorie economiche dovrebbero fare quel passo indietro utile a sotterrare rancori ed avversità e cominciare a fare la loro parte accantonando la logica del "vivere di rendita" ormai definitivamente conclusasi;
- maggior coinvolgimento della gestione Vitawell alle iniziative della città.

Del resto il rilancio delle terme doveva e deve rappresentare anche il motore per una necessaria riflessione sulla validità delle strutture turistico-ricettive del comune di Montecatini.

[Handwritten signatures and initials]

Anche in questo settore si impongono interventi ed iniziative tali da mettere in campo risorse e capacità imprenditoriali coerenti con le esigenze di un turismo che ormai non ha più niente in comune con quello ha fatto in un lontano passato le fortune, ed ha consacrato l'immagine di Montecatini oltre i confini nazionali ed addirittura europei.

Di contro invece assistiamo in Valdinievole ad eccellenze quali quelle delle Terme Giusti e delle Terme Parlanti di Monsummano.

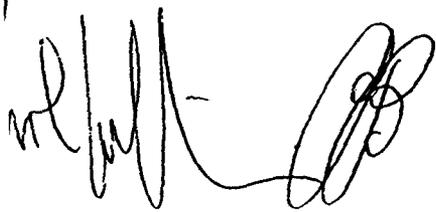
Un quadro quindi anch'esso composto di luci ed ombre. Le ombre, oltre che con un vero e concreto rilancio dell'attività termale, possono essere in qualche modo annullate con una valorizzazione del Polo Congressuale di Montecatini con a fianco un Convention Bureau che riesca a dare, tramite anche la gestione di strutture pubbliche e con la promozione delle strutture congressuali private, un forte sviluppo a questo segmento di turismo.

Del resto turismo congressuale, terme ed attrattive della Valdinievole rappresentano in tal senso una forte sinergia.

A questo proposito occorre ricordare e ribadire l'esigenza di una valorizzazione del sistema turistico del Montalbano e dello sviluppo delle potenzialità turistico-ambientali del Padule di Fucecchio nonché la realizzazione del Parco Tematico di Collodi.

SERVIZI

L'ambito dei servizi, ed in particolare l'ambito dei servizi alle imprese, costituisce un settore di attività economica particolarmente dinamico e con grandi potenzialità di sviluppo per il territorio provinciale. In particolare per i servizi alle imprese i dati più recenti dimostrano una crescita di nuove imprese ed una forte diversificazione degli ambiti di intervento anche con elementi di innovatività.

Montecatini


l.p.





L. 49

Montecatini

Queste tendenze fanno prevedere per i prossimi anni una sempre maggiore importanza di questo settore per l'economia provinciale sia in termini di numero imprese che di addetti. Ma soprattutto è in questo settore che le imprese potranno manifestare una maggiore propensione alla crescita della dimensione aziendale e quindi un loro consolidamento e potenziamento, potendo introdurre al loro interno più che per altre tipologie di imprese nuove tecnologie ed alte professionalità, che costituiscono le condizioni per il superamento della piccola dimensione imprenditoriale.

Peraltro questo settore annovera tipologia di attività estremamente variegata con evidenti contraddizioni (es. nei call center dove spesso ci si trova di fronte servizi non qualificati, un alto livello di precarietà e "lavoro povero") che rendono difficoltosa una lettura ed una identificazione precisa del comparto e delle reali necessità se non valutate in un ambito più ampio che intervenga nel merito dei tempi e degli orari della città. Conseguentemente si rende necessario realizzare iniziative volte a facilitare la comprensione dei fenomeni che caratterizzano l'ambito dei servizi alle imprese con l'obiettivo di rafforzare processi di maggior corrispondenza e maggiore sinergia fra imprese committenti e fornitrici del servizio. Si ritiene pertanto necessaria l'istituzione di un Osservatorio dei Servizi Permanente che fondi la propria analisi sia sugli aspetti relativi alle caratteristiche delle imprese che dell'occupazione in tale ambito, con aspetti relativi anche ai fabbisogni di professionalità emergenti o di difficile reperimento.



Ed ecco che ci troviamo a questo punto con un elenco di emergenze ma anche di opportunità dove, nell'uno e nell'altro caso, occorre sviluppare un ordine di priorità, e sarà un compito tutt'altro che facile.

Scrittura

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signatures

Handwritten signatures

Una certezza comunque deve essere condivisa da tutti: la consapevolezza che il terziario di mercato nella nostra provincia necessita di una nuova attenzione e di un impiego di risorse senza precedenti. Ma attenzione e risorse finalizzate non a tamponare una crisi ma a supportare uno sviluppo.

Infatti l'individuazione e la realizzazione di obiettivi tale da contribuire al superamento dei punti di debolezza ed al rafforzamento dei punti di forza, possono fare anche del terziario di mercato, un punto strategico per lo sviluppo del sistema economico della provincia di Pistoia e quindi dell'occupazione.

Il territorio, l'ambiente, l'ubicazione, l'imprenditoria diffusa, caratteristiche peculiari della nostra provincia, in un'economia globale che diventa sempre più legata ai servizi rispetto alla produzione possono offrire ed ottenere molto di più di quello che noi stessi pensiamo.

L'insieme del contesto descritto, come si è detto, richiede l'attuazione urgente di politiche di sistema in grado di rilanciare lo sviluppo del terziario nelle molteplici specificità che lo caratterizzano attraverso politiche che assumano carattere strutturale e con azioni innovative con il contributo delle Associazioni di categoria, dei Sindacati dei lavoratori, della Camera di Commercio, del sistema bancario e degli enti locali in primo luogo della Regione Toscana, della Provincia di Pistoia e delle Amministrazioni Comunali.

Alighieri

W. M.

Roberto

S. P.

*RES
ME*

colfatti

ll

N. M.

Ch

GLI OBIETTIVI

I firmatari del presente patto concordano con l'analisi del contesto di riferimento e ritengono di poter rispondere alle necessità del settore definendo i seguenti obiettivi generali finalizzati ad una crescita strutturale del settore terziario nel territorio provinciale di Pistoia:

1. Realizzare condizioni che favoriscano la competitività delle piccole, medie e micro imprese sulla base di una crescente qualità dell'offerta in modo da favorire la modernizzazione della rete commerciale e turistica;
2. Agevolare e stimolare interventi di aggregazione delle piccole, medie e micro imprese per favorire la loro crescita dimensionale;
3. Individuare interventi necessari al fine di porre equilibrio tra grande, piccola e media distribuzione. Nell'ottica di una più fedele applicazione della legge Bersani, riconoscendo il ruolo della grande distribuzione ed al contempo favorire il consolidamento delle piccole, medie e micro imprese esistenti;
4. Potenziare e rilanciare l'offerta turistica elaborando un piano integrato delle attrattive complessive del territorio. Potenziare, inoltre, gli spazi espositivi e di incontro dei vari linguaggi dell'arte.
5. Unificare le strutture pubbliche che hanno competenza sul turismo (APT) ed allo stesso tempo è indispensabile un maggior coordinamento tra tutti i soggetti pubblici (Regione, Provincia, APT, Comuni, CCIAA) interessati nella promozione turistica.

Questi obiettivi generali che hanno per oggetto lo sviluppo dell'impresa sono il cardine di una strategia operativa.

E la proposta contenuta in chiusura del documento lo conferma presentando una rete organica ed omogenea di interventi che interessano tutti i centri nevralgici

dell'economia e del territorio, interventi capaci di far compiere finalmente un balzo in avanti all'intero sistema economico e sociale della provincia di Pistoia.

INTERVENTI DI INTERESSE GENERALE PER L'ECONOMIA PISTOIESE

1. Investimenti per infrastrutture

Sul piano delle infrastrutture è indilazionabile il potenziamento dei collegamenti viari e ferroviari sia all'interno dell'area metropolitana, con priorità per la metropolitana di superficie che colleghi Pistoia con Firenze e con la Valdinievole, che all'interno del territorio provinciale Pistoiese con priorità per i collegamenti viari e ferroviari verso la Montagna Pistoiese.

Per il settore commerciale inoltre è necessario disporre di aree destinate a parcheggi da realizzarsi nelle immediate adiacenza dei centri storici o degli agglomerati urbani di tutti i comuni della provincia.

2. Formazione professionale:

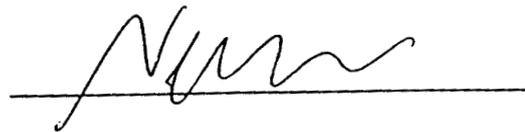
Occorre realizzare progetti formativi che concorrano, insieme agli altri interventi, alla crescita della dimensione aziendale tramite corsi rivolti prioritariamente alla formazione manageriale degli imprenditori, alla formazione continua degli addetti, alla qualificazione di nuovi profili a più elevato contenuto professionale (responsabile del punto vendita) individuando quale fattore centrale di un processo di evoluzione del tessuto economico l'elemento "qualità del lavoro" che assume in questo contesto un valore aggiunto in considerazione del fatto che un'impresa che vuole distinguere la propria offerta sul mercato deve necessariamente scommettere sul patrimonio di competenza, conoscenza ed abilità delle proprie risorse umane. Nel turismo è, inoltre, di particolare utilità creare un intreccio fra il mondo del lavoro e gli Istituti Scolastici presenti sul nostro territorio con indirizzi specifici riconducibili a questo settore.

3. Obiettivo Risorsa Lavoro

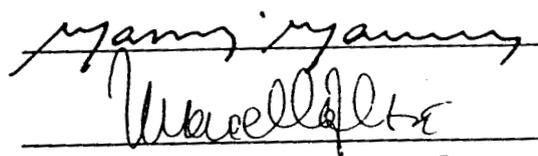
Per favorire lo sviluppo del fenomeno riguardante il ricorso delle piccole, medie e micro imprese ad immigrati per la soddisfazione di fabbisogni professionali, i firmatari del patto confermano la disponibilità a collaborare con la Provincia di Pistoia al progetto che ha promosso.

La realizzazione di questi obiettivi va inquadrata nell'ambito del Piano Strategico di Sviluppo territoriale che la Provincia di Pistoia sta concertando con i vari attori locali.

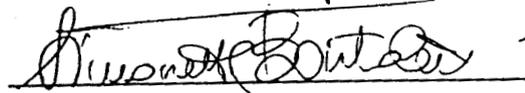
CONFCOMMERCIO



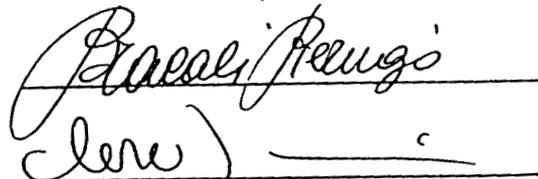
LEGA COOPERATIVE



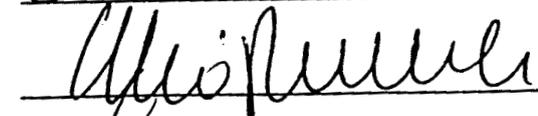
ASSINDUSTRIA



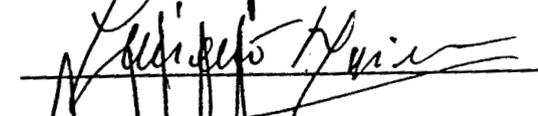
CGIL



APIA - CONFINDUSTRIA



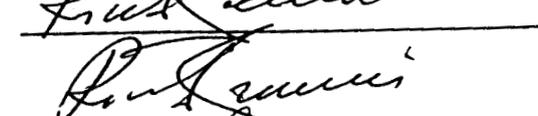
CONFCOOPERATIVE



APAM



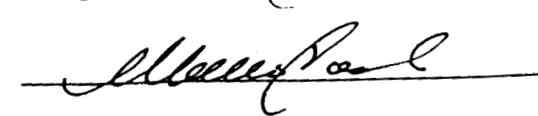
ASCOM



FIAVET



CONFESERCENTI



ASSOTURISMO

FISASCAT - CISL

VILTUS - UIC