

AZIONI COORDINATE: ENTRA IN GIOCO ANCHE IL “RIDOLFI”

“Nuova immagine”: il progetto per promuovere il centro

Comune, Confcommercio, Confesercenti, Confartigianato e Cna collaboreranno per promuovere il potenziale commerciale e culturale di Forlì tra il 2022 e 2023

FORLÌ

ENRICO PASINI

Una “Nuova immagine” del centro storico che non sia, però, solo apparenza, ma si abbinì al contenuto. Come una vetrina di un grande negozio, che espone gli abiti più belli attraendo il cliente all'interno, ma che poi non lo lascia a bocca asciutta proponendogli un'intera collezione di capi tra cui scegliere quelli più adatti ai propri gusti. È questa la finalità del progetto denominato appunto “Nuova immagine” e che per due anni vedrà collaborare, legate tra loro da una convenzione, il Comune, Confcommercio, Confesercenti, Confartigianato e Cna provinciale. Lo scopo è avviare un dialogo costante per dare vita tra 2022 e 2023 ad azioni concrete di promozione del potenziale espresso (o inespresso) del cuore commerciale, produttivo, culturale e ricettivo di Forlì. Insomma, con un'espressione calzante del direttore di Confcommercio, Alberto Zattini, «si tratta di fare per il centro commerciale naturale

ciò che normalmente contraddistingue la promozione dei centri commerciali artificiali: azioni coordinate tra le varie realtà che ne sono parte integrante, per parlare ai cittadini e ai turisti con una voce, uno slogan, una campagna e, in fin dei conti un progetto, che siano unici al di là delle singole peculiarità».

Progetto condiviso

Una cabina di regia per dare organicità, continuità e collegare con un solo filo le iniziative che si svolgono in centro e la comunicazione verso l'esterno anche dell'offerta complessiva presente sotto il profilo commerciale e artigianale. Ambizione antica, ma con rinnovato spirito e 80mila euro complessivi a disposizione, per tre azioni specifiche da attuare. Si tratta della presa in carico da parte del Comune del marchio “Forlì nel cuore” e dei relativi strumenti di comunicazione, della definizione di nuove modalità di coinvolgimento degli operatori, dello sviluppo di interconnessioni con l'aeroporto, il nuovo hub turistico



Piazza Saffi, cuore di Forlì FOTO BLACO

di piazza Saffi e le edicole info point cittadine. La prima azione, “Sviluppo governance e partecipazione operatori”, è un coordinamento stabile tra ente, categorie, quartieri, associazioni e gruppi d'interesse che si riuniranno almeno 8 volte tra marzo 2022 e giugno 2023 per definire obiettivi e sviluppare progetti, campagne comunicative, anche sui social, per raggiungerli. Costo:

18mila euro.

La seconda azione sviluppa eventi e comunicazione on line degli operatori del centro «ripartendo dall'esperienza di “Forlì nel Cuore” e ampliando nell'orizzonte» come spiega Zattini. È una promozione coordinata delle attività e degli eventi (minimo 5) capaci di attrarre gente in centro con 20mila euro di risorse a disposizione. La terza azione, cui sono assegnati 37mila euro, vuole massimizzare l'impatto dei turisti sul tessuto commerciale della città utilizzando il marketing del centro a quello dell'aeroporto “Ridolfi”. Almeno 3 campagne congiunte che passeranno anche dal nuovo lat e dal potenziamento dei collegamenti di trasporto pubblico tra piazza e scalo aeroportuale. «Aspettiamo l'affidamento dell'incarico – spiega Alberto Zattini – sperando si possa ripartire in continuità dalla positiva esperienza di Iscom Group che ha operato per il rilancio del mercato di piazza Cavour».