

Manteniamo vivi i negozi di paese



- Saluti e introduzione
- Obiettivi del progetto
- Cosa è stato fatto fin ora
- I risultati dello studio
- Prossimi passi
- Discussione e domande

- Analizzare la situazione dei negozi di paese del Luganese
- Elaborare proposte di miglioramento
- Elaborare una strategia che permetta ai negozianti di rispondere efficacemente alle sfide presenti e future del settore.

Cosa è stato fatto fin'ora



Informazioni	Dati
Numero di invio ai commercianti nel Luganese (fine giugno)	48
Numero di questionari raccolti (entro giugno e agosto)	15
Documenti allegati richiesti	0

Struttura del questionario	Numero di domande	Descrizione
I. Situazione, organo responsabile	6	Domande iniziale e generale sul negozio
II. Comune, bacino d'utenza	8	Spiegazione del comportamento dei clienti e del mercato target
III. Negozio, località (oggi)	9	Dati sulle infrastrutture "hardware" del negozio
IV. Esercizio, assortimento (oggi)	24	Statistiche e valori quantitative che fanno differenze al commercio tra domande sulla gestione dei costi, cifre d'affari, personale, merce e promozione
V. Difficoltà e prospettive	11	Domande qualitative sulla visione del commerciante e potenziale di miglioramento
TOTAL	58	

Quasi **tutti** sono alimentari e commerci al dettaglio

8 negozi presentano una superficie di meno di **50 m²** (media 75m²)

Età del negozio e del mobilio: **15 anni**

Affitto annuale medio: **CHF 9'065.-**

Personale: **6** negozi con collaboratori a tempo pieno, **8** negozi con collaboratori e tempo parziale

Ore di apertura a settimana: 47 ore

3 negozi realizzano più di **CHF 500'000.-** di cifra d'affari

I prodotti dei negozi



93%

Prodotti locali



67%

Prodotti importati



47%

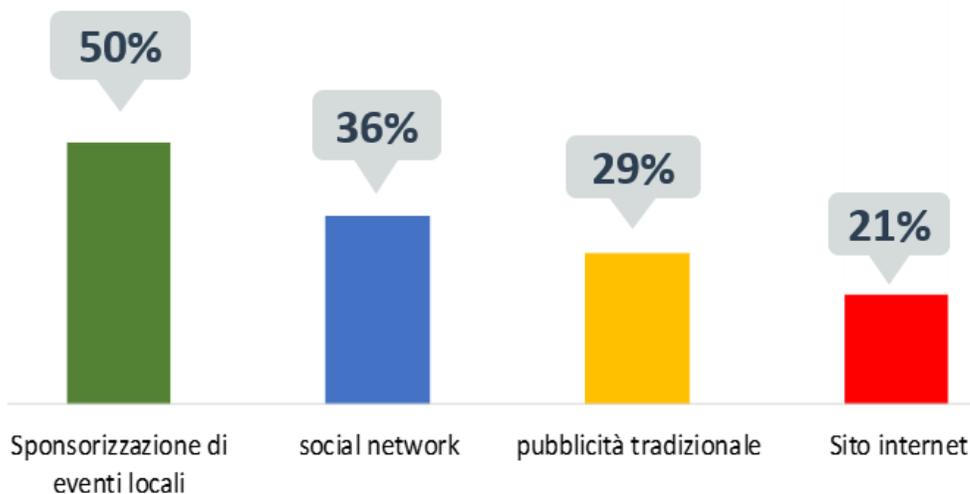
Prodotti biologici



40%

Produzione propria

I metodi di comunicazione



Solo 8 negozi su 13 riserva un budget per la promozione (100-3'000 CHF/anno).

Le misure già intraprese da alcuni negozi

Difficoltà	Misure intraprese dal negozio	Misure intraprese dal Comune	Misure intraprese dagli abitanti
Spese importanti	Riduzione costi fissi e del personale. Ricerca nuovo locale (con affitto sopportabile)	Propone un affitto simbolico	Manutenzione giardino e sgombero neve
Chiusura altri commerci vicini	Ricerca nuovo locale (più visibile)		
Concorrenza grandi distributori	Riduzione dei prezzi Cambio di prodotti (freschi, locali)	Parziale fornitura asilo	
Diminuzione clienti	Promozione (es. 10% per over 65, eventi, aperitivi) Servizio a domicilio	Collaborazione con il negozio nell'organizzazione di eventi Divulgazione volantini gratuita tramite il bollettino informativo comunale Il Comune ha ricevuto la certificazione Fair Trade Town	Partecipazione alla cooperativa

PERSONALE

- Trovare un gestore motivato e competente.



PRODOTTI

- Collaborare con produttori locali



INFRASTRUTTURE

- Ingrandire il negozio
- Introdurre la cassa registratrice e l'utilizzo della carta di credito
 - Trasferirsi
- Lavori di ristrutturazione



LEGALITÀ

- Chiedere l'autorizzazione angolo bar per consumare caffè + gipfel all'interno del negozio
- Tramite azioni di sensibilizzazione da parte del Cantone, stimolare i cittadini a recarsi nei negozi di paese per i propri acquisti

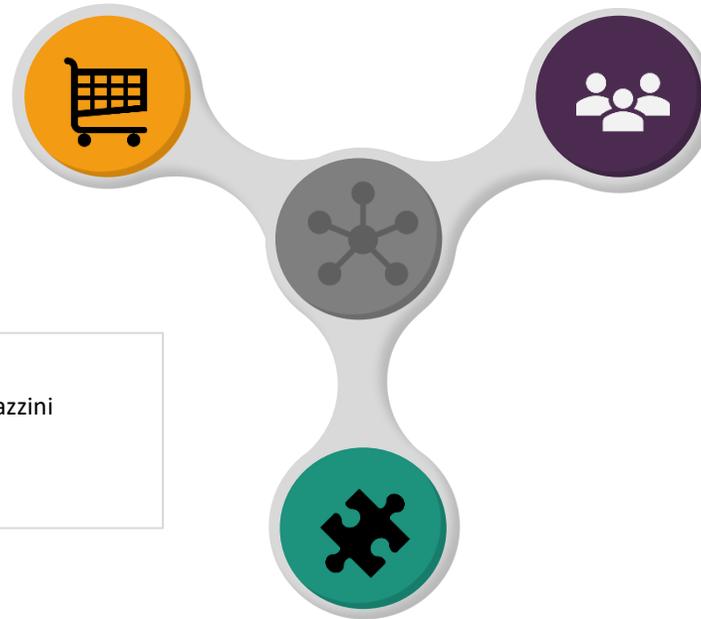


Crisi
economica

PRODOTTI

- Qualità
- Provenienze locale
- Distinzione (unicità) = bisogna avere un posizionamento

- Genuinità
- Complementarità con grandi magazzini
- Specializzazione
- Diversificazione



CLIENTI

- Ricerca di personalizzazione
- Sensibilità alla sostenibilità
- Cambio di generazione

SERVIZI

- Digitalizzazione

Digitalizzazione

- Nuove tecnologie
- E-commerce

Legalità

- Limiti legali

Prezzi

- Prezzi alti
- Costi fissi elevate
- No economie di scala

Concorrenza

- Grandi distributori



Risorse clienti

- Povertà
- Comodità (sempre meno tempo)

Territorio

- Urbanizzazione
- Meno clienti in periferia
- Pendolarismo
- Vicinanza dell'Italia
- Paese dormitorio

Manteniamo vivi i negozi di paese nel Luganese (e in Ticino)

Assi

PRODOTTI E SERVIZI

INFRASTRUTTURE

SINERGIE

COMUNICAZIONE

LEGALITÀ

Obiettivi

1.1 Migliorare la
strategia
commerciale

2.1 Adattare le
infrastrutture alle
necessità

3.1 Promuovere
le filiere locali

4.1 Sensibilizzare gli
abitanti a comprare dal
negozi di prossimità

5.1 Facilitare il
lavoro dei negozi
di paese

1.2 Ampliare la
gamma dei
prodotti

2.2 Curare
l'accoglienza dei
negozi

3.2 Promuovere
le collaborazioni

4.2 Creare una vera
comunità

5.2 Creare misure
ad hoc secondo il
tipo di negozi

Le 29 misure per raggiungere gli obiettivi

5

- 5.1.1 Essere più flessibile con gli orari
- 5.1.2 Modificare le legge e regolamenti sui commerci
- 5.1.3 Scambiare idee, esigenze «pubblico/privato»
- 5.2.1 Proporre regolamento ad hoc per i piccoli negozi

1

- 1.1.1 Mettere a disposizione dati freschi e studi mercato
- 1.2.1 Fare l'inventario dei possibili servizi aggiuntivi
- 1.2.2 Fare vivere e evolvere l'assortimento
- 1.2.3 Pubblicare una programma settimanale delle offerte (fidelizzare)



2

- 2.1.1 Contribuire agli adattamenti
- 2.1.2 Mettere a disposizione spazi pubblici disponibili
- 2.1.3 Assicurare la coerenza con i trasporti pubblici
- 2.1.4 Creare un rete internet-IT
- 2.2.1 Mettere scaffali riconoscibili ed unici per prodotti locali (vedi CCAT) e arredo «Ticino a te»
- 2.2.2 Proporre formazione al personale

4

- 4.1.1 Creare vetrofania unica
- 4.1.2 Informare i clienti con mezzi moderni (sms, app,...)
- 4.1.3 Formare i gestori ai nuovi mezzi di comunicazione
- 4.1.4 Favorire l'uso dei marchi regionali
- 4.2.1 Informare congiuntamente con l'ente pubblico
- 4.2.2 Promuovere il «locale» con gli agricoltori per rendere fiero di essere Ticinesi

3

- 3.1.1 Creare una mappatura dei produttori
- 3.1.2 Aiutare a migliorare la logistica per l'accessibilità ai prodotti locali
- 3.1.3 Creare un'associazione di categoria
- 3.1.4 Creare un centro di competenza per i piccoli negozi
- 3.2.1 Agevolare la conoscenza regionale
- 3.2.2 Organizzare eventi per incontri tra gestori dei negozi e produttori (scoprire, degustare, scambi di esperienze...)
- 3.2.3 Sostenere progetti di messa in rete
- 3.2.4 Condividere strumenti amministrativi

L'opinione dei commercianti (priorità assi)



L'opinione dei commercianti (priorità misure)

Misure/azioni ritenute più importanti e urgenti	Priorità
Fare vivere e migliorare l'assortimento per ampliare la gamma dei prodotti	1
Creare una mappatura dei produttori per promuovere le filiere locali	1
Creare un centro di competenza per i piccoli negozi per promuovere le filiere locali	1
Creare una rete internet-IT per adattare le infrastrutture alle necessità	2
Proporre corsi di formazione al personale per curare l'accoglienza nei negozi	2
Sostenere progetti di messa in rete per promuovere le collaborazioni	2
Condividere strumenti amministrativi per promuovere le collaborazioni	2
Informare i clienti con mezzi moderni (sms, app, ...) per sensibilizzare gli abitanti a comprare nel negozio di prossimità	2
Favorire l'uso dei marchi regionali per sensibilizzare gli abitanti a comprare nel negozio di prossimità	2

L'opinione dei commercianti (priorità misure)

Misure/azioni ritenute più importanti e urgenti	Priorità
Promuovere il «locale» con gli agricoltori per rendere fiero l'utente di essere ticinese	3
Rendere più flessibili gli orari per facilitare il lavoro dei negozi di paese	3
Proporre regolamento ad hoc per i piccoli negozi per creare misure ad hoc secondo il tipo di negozio	3

Prossimi passi

Obiettivi	Misure	Implementazione/Prossimi passi
Ampliare la gamma dei prodotti	Fare vivere e evolvere l'assortimento per ampliare la gamma dei prodotti	<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Segnalare la lista dei produttori presenti sul sito CCAT ai negozianti <input type="checkbox"/> Dare ai produttori e/o alle associazioni di categoria (es. ticinowine) l'elenco dei negozi di paese (previo accordo) per una loro spontanea presa di contatto. <input type="checkbox"/> Ticino a Te: vetrina online gratuita e possibilità di scaffali riconoscibili per la vendita di prodotti locali. <input type="checkbox"/> Verificare l'interesse e la possibilità di diventare punto di consegna di prodotti locali (es. Loonity/Terranostra)
Promuovere le filiere locali	Creare una mappatura dei produttori per promuovere le filiere locali	<input checked="" type="checkbox"/> Mappatura già presente, vedi sito CCAT presentato ad aprile (incontro a Tesserete) e link https://www.ccat.ch/ inviato ai commercianti Luganesi con lettera ERS� del 30.04.2020.
Promuovere le filiere locali	Creare un centro di competenza per i piccoli negozi per promuovere le filiere locali	<input type="checkbox"/> Possibile gruppo di lavoro
Adattare le infrastrutture alle necessità	Creare una rete internet-IT per adattare le infrastrutture alle necessità	<input type="checkbox"/> Pagamenti elettronici (es. TWINT), cassa, gestione magazzino, ecc.
Curare l'accoglienza dei negozi	Proporre formazioni al personale	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Preparare una lista delle formazioni già presenti che rispondono alle necessità dei commercianti ed evidenziare eventuali necessità non coperte. Potrebbe essere utile una formazione in ambito comunicazione e social media.
Promuovere le collaborazioni	Sostenere progetti di messa in rete per promuovere le collaborazioni	<input type="checkbox"/> Organizzare (quando sarà possibile) visite guidate per i negozianti dai produttori, con presentazione azienda e degustazione prodotti, o anche presentazione con più produttori insieme.

Prossimi passi

Obiettivi	Misure	Implementazione/Prossimi passi
Promuovere le collaborazioni	Condividere strumenti amministrativi	<input type="checkbox"/> Approfondire con i negozianti quali strumenti utilizzano, dove sono le necessità e fare proposte.
Sensibilizzare gli abitanti a comprare dal negozio di prossimità	Informare i clienti con mezzi moderni (sms, app, ...)	<input type="checkbox"/> Raccogliere un elenco delle possibilità, esempi pratici (o best practices) e condivisione con i negozianti. Per il tema sensibilizzazione pensare ad una strategia di comunicazione condivisa (vedi azioni Federcommercio post covid).
Sensibilizzare gli abitanti a comprare dal negozio di prossimità	Favorire l'uso dei marchi regionali per sensibilizzare gli abitanti a comprare nel negozio di prossimità	<input type="checkbox"/> Elaborare una strategia di comunicazione per far comprendere il valore dei marchi regionali e dei relativi prodotti
Creare una vera comunità	Promuovere il locale facendo leva sul senso di appartenenza al Ticino.	<input type="checkbox"/> Fare un elenco dei negozi di paese, magari disegnando i vari negozi su una mappa con i principali dati (info di contatto, giorni di apertura, prodotti) da mandare a tutti i fuochi + CS + social + altri canali di comunicazione. <input type="checkbox"/> Organizzare eventi di incontro.
Facilitare il lavoro dei negozi di paese	Rendere più flessibili gli orari	Tema politico - medio/lungo termine
Creare misure ad hoc secondo il tipo di negozio	Proporre regolamento ad hoc per i piccoli negozi per creare misure ad hoc secondo il tipo di negozio	Tema politico - medio/lungo termine

- Commenti
- Domande
- Altre proposte?



Grazie per l'attenzione

