



SINTESI INCONTRO DI PRESENTAZIONE RISULTATI DI

MARTEDI' 28/05/2019 dalle 21:00 alle 23:00

L'incontro di presentazione dell'indagine agli operatori commerciali evinta dall'intervista ai consumatori; e dall'intervista agli operatori commerciali; ha visto nella serata un momento costruttivo di incontro e di confronto per ipotizzare azioni di miglioramento del Territorio del conselvano.

La serata si è aperta con i saluti dell'assessore al Commercio che ha illustrato le motivazioni che ha spinto il Comune a commissionare tale indagine e che grazie alla partecipazione attiva è stato possibile dare un "calcio d'inizio" per creare nuove opportunità territoriali.

La serata si è sviluppata in 3 momenti distinti: un **primo momento** per presentare l'indagine agli operatori commerciali delle risposte date dai consumatori intervistati; un **secondo momento** di presentazione dei risultati dagli operatori commerciali aderenti al progetto; ed un **terzo momento** di interazione della platea con il moderatore dove vi sono stati momenti di riflessione sulla rete, criticità, buone prassi e giochi di facilitazione alla comprensione che "insieme" un Territorio può crescere.

La presentazione dei risultati indagine dedicati ai **CONSUMATORI**, mediante slide, ha considerato le risposte più significative. In dettaglio:

- N°3 - sugli ORARI di fruizione del territorio di Conselve. La fruizione si svolge prevalentemente dalle 8:00 alle 18:00.
- N°6 - in quali GIORNI avvengono i consumi alimentari. I giorni interessati agli acquisti alimentari sono tutti utilizzati con il sabato quale giornata preferenziale.
- N°10 – RAPPORTO CON IL CLIENTE. Elementi significativi che il consumatore fa emergere nei confronti degli operatori. Indicatori quali fiducia, cortesia e disponibilità riconosciuti agli operatori del conselvano. L'interpretazione è che un centro storico naturale deve differenziarsi rispetto agli operatori di un centro commerciale nell'aspetto relazionale per costruire una *brand identity* territoriale specifica.
- N°13 - la VARIETA' dell'offerta conselvana commerciale è considerata buona.
- N°14 - la QUALITA' dell'offerta conselvana commerciale è considerata buona. Una buona partenza per poter migliorare con la costruzione di nuove strategie e rimanere sempre più attraenti al cliente potenziale o già acquisito.
- N°15 - gli ORARI di apertura. Ben accettati con una manifestazione di esigenza di apertura nell'orario pranzo.
- N°18 - **Risposta curiosità**. Così definita in quanto i dati in possesso hanno permesso di fare una valutazione. Le risposte date sono state frammentarie e la percezione è che si può partire da un buon livello e che si può migliorare proponendo alternative di prodotto in un'ottica di diversità ai propri consumatori per incuriosirli sempre di più ed evitare l'abbandono non appena il cliente trova proposte commerciali più appetibili.
- N°21 - STATO d'ANIMO dei consumatori al momento dell'acquisto, dato importante per entrare in empatia con il cliente, ascoltarlo e dargli ciò che lo soddisfa
- N°22 - POST ACQUISTO dei consumatori quale indicatore fondamentale per porre azioni mirate a comprendere e testare la sua soddisfazione.



La presentazione dei risultati indagine dedicati agli **OPERATORI COMMERCIALI**, mediante slide, ha considerato le risposte più significative. In dettaglio:

- N° 7 - sugli investimenti- Negli ultimi 3 anni investito il 2% nella pubblicità. Indicatore da potenziare in quanto la visibilità per il commercio ed il turismo sono strumenti di comunicazione importanti per identificarsi e differenziarsi sul mercato.
- N° 10 - sulla varietà commerciale. Buona, da potenziare.
- N° 11 - sulla qualità commerciale. Buona, da potenziare.
- N° 13 - sulla formazione quale strumento di crescita professionale, dove gli stessi protagonisti del Territorio possono acquisire gli stessi strumenti e condurli al dialogo attraverso le tipologie di rete per iniziare a progettare il futuro.
- N° 16 - sulla formazione dove si apre il concetto di formazione e rete. Indicatori non da interpretarsi parallelamente ma bensì che si intersecano per produrre azioni di miglioramento per il Territorio.
- N° 17 - sulla formazione dove si allineano i concetti di rete e formazione quali strumenti per dirigersi nel futuro.
- N° 21 - sulla rete dove emerge l'evidenza che lo strumento rete può migliorare la *performance* sul Territorio
- N° 22 - l'evidenza che rete, formazione e promozione di un Territorio vanno di pari passo per promuovere la crescita mediante una progettualità condivisa fra i suoi stessi attori protagonisti.
- N° 23 - **Risposta curiosità.** Così definita in quanto i dati in possesso non hanno permesso una corretta comprensione del fabbisogno. Per questo è stato chiesto ai partecipanti presenti in platea di scrivere su un *post it* il proprio pensiero alla voce "PARCHEGGI". Dalla loro raccolta la situazione non ha generato un cambio della situazione, in quanto, come si può evincere dai *post-it*, non vi sono problemi sulle aree parcheggio, se non durante le manifestazioni piuttosto che per qualche esigenza di rispettare gli orari di sosta.

Il moderatore ha continuato attraverso l'interazione diretta con la platea dove si è ragionato, giocato sul concetto di RETE quale strumento di crescita, di costruzione del futuro, di imparare a lavorare insieme agli altri, di sinergia territoriale fra pubblico e privati. Si è lasciata alla platea una domanda ossia "**DOPO QUESTA INDAGINE, GLI OPERATORI DI CONSELVE, PARTONO DA QUALE AZIONE DI MIGLIORAMENTO?**" Una domanda alla quale il Territorio, su propria consapevolezza, può iniziare a costruire una nuova progettualità.

Alla platea presente è stato esteso l'invito di partecipare all'incontro di NETWORKING previsto per il 21/06/2019 dalle 12:00 alle 16:00 a Conselve c/o POINT HOTEL viale dell'Industria, 2 – 35026 – Conselve PD

La serata si è conclusa con un APPLAUSO di RETE quale buon auspicio per la costruzione di una futura progettualità condivisa.