



COMUNE DI
MARTINA FRANCA



MARTINA FRANCA

RELAZIONE

DOCUMENTO STRATEGICO DEL COMMERCIO
Esercizi di Somministrazione di Alimenti e Bevande

(L. R. 16 aprile 2015, n.24 "Codice del Commercio")
(Decreto Legislativo n. 222 del 25 novembre 2016)

Sommario

Premessa	3
Obiettivi.....	6
La popolazione.....	7
Il turismo.....	9
Trend degli arrivi e delle presenze turistiche 2012 – 2017: Rilevazione e Riflessioni.....	11
Rilevazione.....	11
Riflessioni	12
Le attività economiche produttive.....	15
Suddivisione del territorio comunale in zone	16
Zonizzazione	16
Rete Distributiva	19
Rilevazione.....	19
Distribuzione dei Pubblici Esercizi sul territorio.....	21
Analisi metodologica	22
Proposta operativa	25
Generalità	25
Proposta	28
FLOW di Sintesi <i>della possibile</i> Procedura di Certificazione / Qualificazione	33

I pubblici esercizi sono una componente essenziale dell'economia dei servizi. Nonostante la crisi sia costata al settore tagli e mancata crescita, il fuori casa si conferma asset strategico della filiera agro-alimentare di Martina Franca e punto di forza dell'offerta turistica.

L'importanza del settore ha più volte, in passato e più recentemente con la L.R. 24/2015 e il d.lgs. n. 222/2016, impegnato l'attenzione del legislatore che, per le profonde modificazioni manifestatesi negli stili di vita, e conseguentemente nei consumi alimentari, che hanno comportato il diffondersi di nuove tipologie di esercizi, ha innovato l'intero sistema normativo del settore del commercio in generale e di quello dei pubblici esercizi in particolare.

A seguito dell'emanazione della predetta legge regionale 24/2015, la Regione Puglia ha avviato, all'interno del complesso normativo del "Codice del Commercio", la riforma del settore dei pubblici esercizi mediante un processo di confronto e di coinvolgimento di tutti i rappresentanti dei soggetti interessati, con l'obiettivo di introdurre meccanismi di flessibilità che consentano un rilancio dell'imprenditorialità in combinato sinergico con le attività di qualificazione e valorizzazione di ambiti territoriali, attraverso un quadro programmatico definito dall'Amministrazione locale anche in funzione della costituzione dei distretti urbani del commercio.

Le finalità della legge sono:

- la qualificazione e la modernizzazione dei locali, favorendo l'imprenditoria e l'occupazione, nonché la formazione degli addetti all'attività di somministrazione;
- la salvaguardia e lo sviluppo dei pubblici esercizi, armonizzandoli con altre attività economiche e in funzione turistica e di promozione delle produzioni locali, con particolare attenzione alle attività svolte nelle aree di interesse storico, artistico, architettonico e ambientale;
- il rispetto, nei criteri localizzativi di nuovi insediamenti, di fattori quali la mobilità, spazi ad uso pubblico, rischi di inquinamento, tutela e promozione della concorrenza.

Gli aspetti di maggiore rilievo introdotti dalla disciplina regionale possono essere sintetizzati come segue:

- classificazione degli esercizi di somministrazione in una categoria unica così definita: "esercizi per la somministrazione di alimenti e bevande, comprese quelle alcoliche di qualsiasi gradazione", al posto delle attuali quattro (bar, ristorante, somministrazione in locali di intrattenimento, bar analcolici); sarà il possesso dei requisiti igienico-sanitari a determinare il tipo di attività che ogni esercizio può svolgere;

- esclusione e conseguente assoggettamento alle relative disposizioni speciali, nazionali o regionali, delle attività di somministrazione di alimenti e bevande in circoli privati, complessi agrituristici, strutture alberghiere ed extralberghiere;
- definizione dei requisiti morali necessari per l'esercizio dell'attività, individuati mediante rinvio a quelli previsti dall'articolo 5 della legge 24/2015.

Il decreto legislativo n. 59/2010, in sintonia con la sentenza n. 2808 del 5 gennaio 2009 del Consiglio di Stato che aveva vietato di condizionare l'apertura di attività commerciali al "rispetto di limiti riferiti a quote di mercato predefinite o calcolate sul volume delle vendite a livello territoriale sub regionale", ha confermato ed imposto una radicale modifica dei tradizionali criteri di programmazione dell'insediamento delle attività di somministrazione di alimenti e bevande, così come recepito e ribadito, al Titolo V, dalla legge della Regione Puglia del 16 aprile 2015, n.24 "Codice del Commercio".

In buona sostanza si è ribadito che vanno rimossi non solo tutti quei vincoli riferiti a quote di mercato predefinite e calcolate sul volume delle vendite a livello territoriale, ma anche i limiti concernenti le modalità di esercizio dell'attività che impedirebbero la concorrenza.

Di conseguenza, le richieste di autorizzazione per l'apertura di pubblici esercizi non saranno valutate in forza di strumenti programmatori basati sull'adeguatezza dell'offerta alla domanda né potranno essere posti limiti alle attività esercitabili nei singoli esercizi. Giova a questo punto ricordare che, in attesa di più puntuali disposizioni della Regione Puglia sulla specifica materia, questa Amministrazione, ha intrapreso un percorso condiviso con le Associazioni di categoria del settore, in coerenza con le citate disposizioni che hanno di fatto consentito l'avvio di nuove modalità di intrapresa per attività di somministrazione sia in forma liberalizzata che in quella con richiesta di autorizzazione, nel rispetto di quanto disposto, per quanto succintamente, dagli articoli 39 e 40 della citata legge regionale e del punto 3 della tabella "A" prevista dall'art. 2 e allegata al D.Lgs. n. 222/2016 .

Per tale percorso, pertanto, i criteri di programmazione della rete saranno basati sulla considerazione delle peculiarità urbanistiche, sociologiche e vocazionali delle varie zone in cui è stato suddiviso il territorio comunale.

Si ribadisce che la vigente normativa non ha assolutamente escluso la possibilità di programmare l'insediamento di pubblici esercizi, che, **per imperativi motivi di interesse generale**, resta soggetto al rilascio di formale autorizzazione, legata al possesso, da parte del richiedente, di requisiti aggiuntivi rispetto a quelli previsti dalla normativa statale e regionale.

Tale nuovo regime autorizzativo, dunque, presuppone una valutazione discrezionale da parte del Comune, che ha l'obbligo di valutare che l'esercizio di nuove attività "non si svolga in con-

trasto con l'utilità sociale o in modo da recar danno alla sicurezza, alla libertà e alla dignità umana", secondo modelli di pianificazione funzionale volta esclusivamente a valutare, in via preventiva, la sostenibilità sociale dei nuovi insediamenti.

La stessa Direttiva 2006/123/CE, relativa ai Servizi nel Mercato Interno, individua al punto 8 dell'art. 4, la presenza di un "motivo imperativo di interesse generale", previsto dal prefigurato art. 39 della L.R. n. 24/2015 regionale e dal punto 3 della già richiamata tabella "A" del d.lgs. n. 222/2016, cui subordinare l'accesso all'attività di somministrazione.

A tal fine il regolamento, parte integrante della presente relazione, disciplina, con opportuni requisiti aggiuntivi, strutturali e criteri di qualità, le modalità di insediamento di nuove attività non più basate sull'apprezzamento dell'adeguatezza dell'offerta alla presunta entità della domanda.

In tale contesto, la nozione di sostenibilità abbraccia una molteplicità di interessi, sicché, la presente programmazione per il rilascio delle autorizzazioni per i pubblici esercizi si è inevitabilmente rapportata ad altri strumenti di pianificazione e di regolamentazione di cui dispone l'Amministrazione Comunale e, in particolare, agli strumenti della gestione del territorio, dal punto di vista urbanistico e igienico sanitario..

Pertanto, come già accennato nella relazione generale del documento strategico, anche per i pubblici esercizi e a giusta ragione, ci si è riferiti al concetto di programmazione di urbanistica commerciale, dove le scelte di localizzazione possono coincidere e/o determinare modificazioni strutturali nell'utilizzo dei luoghi della città, generare impatti ambientali positivi o negativi a seconda della distribuzione e dei livelli di addensamento o di rarefazione e in relazione al diverso grado di residenzialità delle singole porzioni di territorio. La nuova geografia distributiva potrà influire sulla rigenerazione urbana e, quindi, sulla delimitazione ragionata del territorio per la costituzione di un virtuoso distretto urbano del commercio.

Obiettivi

Alla luce di quanto riportato in premessa, gli obiettivi che il documento strategico del commercio si prefigge sono quelli di fornire un pacchetto di elaborazioni mirato alla risoluzione delle problematiche proprie della gestione dello strumento di pianificazione previsto dagli orientamenti del Consiglio di Stato, dal decreto legislativo n. 59/2010 e dalla legge della Regione Puglia del 16 aprile 2015, n.24 “Codice del Commercio”.

In particolare, l’elaborazione si è orientata a:

- a) Costruire un modello di rete distributiva dei pubblici esercizi per l'intero territorio del comune di Martina Franca in grado di ottimizzare la funzionalità dei servizi, tenendo conto dei vincoli urbanistici, della presenza di poli di attrazione in grado di condizionare lo sviluppo della rete;
- b) Tracciare le linee guida per una politica di indirizzo di sistematizzazione per un’armonica localizzazione dei pubblici esercizi al fine di assicurare il migliore equilibrio tra le esigenze dei consumatori, dei residenti e quelle delle attività d’impresa;
- c) Riequilibrare eventuali situazioni di squilibrio socio ambientale, tanto per la tutela della concorrenza e del libero mercato quanto per le esigenze del territorio dal punto di vista socio ambientale;
- d) Progettare una rete distributiva "mirata" a ottimizzare la sinergia tra quei settori merceologici capaci di dare un contributo gravitazionale e i pubblici esercizi, al fine di costruire una maggiore rivitalizzazione delle aree interessate puntando al miglioramento continuo del servizio (periferia urbanizzata, contrade e agro);
- e) Conseguire un progressivo ammodernamento degli esercizi della rete distributiva;
- f) Rivisitare l'impianto di suddivisione in zone del territorio comunale in relazione allo spostamento della popolazione inframurale ed extramurale e ai flussi turistici, con particolare attenzione al centro storico e all'area dell'agro.

Proprio per proseguire in tale direzione, sarà dunque necessario un continuo confronto con le Associazioni di categoria del settore, con il Settore di Urbanistica e con ASL per discutere, approvare e adottare le politiche per uno sviluppo sostenibile delle attività di somministrazione di alimenti e bevande, coerentemente alle disposizioni comunitarie di tutela della concorrenza, come riprese e confermate dalla nuova L.R. del 16 aprile 2015, n. 24.

La popolazione

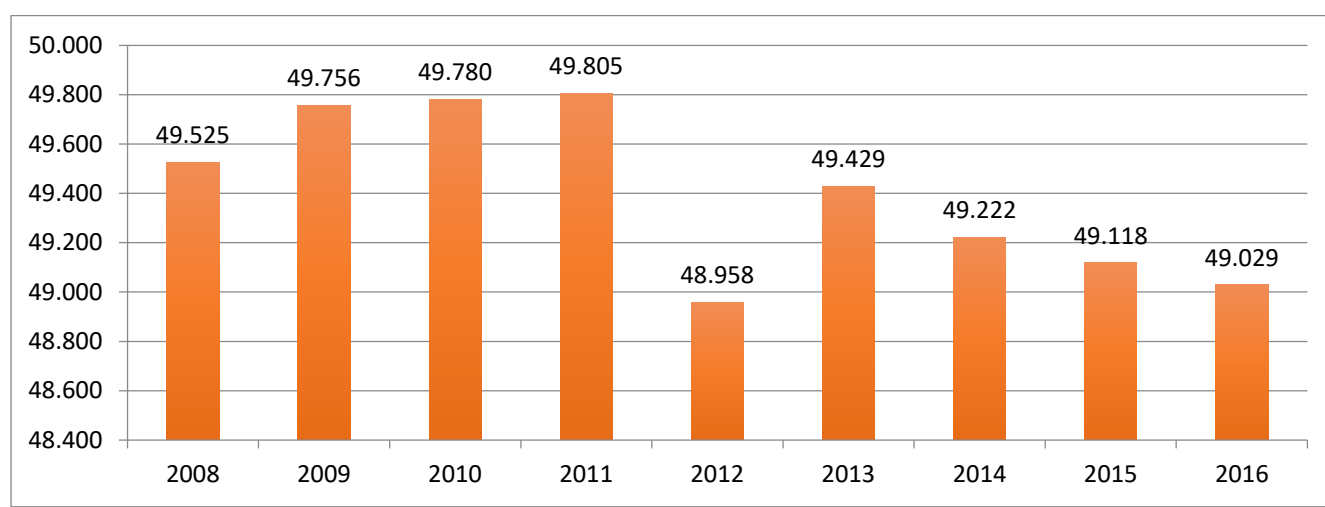
La componente demografica assume una estrema importanza in quanto la sua dinamica influisce, unitamente ai flussi dei pendolari e dei turisti, in maniera sostanziale sulla struttura distributiva; infatti è alla popolazione, residente, fluttuante e turistica, che si agganciano, in ultima analisi, le evoluzioni negative o positive della rete di vendita: una maggiore o minore presenza di popolazione in una determinata zona influenza positivamente o negativamente lo sviluppo del sistema distributivo.

I trend demografici della popolazione residente, proiettati all'anno 2018, sono stati determinati con il metodo della regressione lineare, applicato alla serie 2010-2014, che fornisce sul breve periodo dati molto attendibili.

Al 31.12.2016 la popolazione residente del Comune di Martina Franca risultava essere pari a 49.029 unità che, rispetto ai dati del 2008, non registra aumenti, così come si evince dal seguente grafico, che ne evidenzia un interessante andamento di crescita e decrescita.

Grazie al metodo di proiezione utilizzato TMC (tasso medio annuo composto) i picchi sono stati ponderati con i dati degli anni precedenti; in tale modo si è ottenuta una stima di possibile crescita attendibile e non influenzata da fattori contingenti e riportata nel grafico che segue.

ANDAMENTO DELLA CRESCITA DEMOGRAFICA DAL 2008 AL 2016



Dal punto di vista demografico, la ripartizione risulta essere leggermente sbilanciata se si considera il rapporto tra i residenti della zona e la relativa area di insediamento. Le due zone “CSA”, CSC rispecchiano la fisionomia, soprattutto la zona “CSA”, del primo insediamento abitativo.

Per la definizione dei criteri di sviluppo futuro si è posta particolare attenzione al fenomeno dello spostamento dal capoluogo provinciale e dai vicini comuni di Statte, Montemesola, Monteiasi, Crispiano, Grottaglie e dai comuni e località turistiche delle province di Bari e Brindisi come Alberobello, Fasano Cisternino, Ceglie Messapica, Ostuni (rif. “sistema demografico” dalla Relazione Tecnica Generale).

Tale flusso, invero, pur non costituendo ancora fattore determinante per un corretto e auspicabile maggiore sviluppo delle attività turistiche residenziali, stabilisce un interessante parametro di analisi per meglio comprendere le esigenze di sviluppo anche per più adeguate e diffuse strutture ricettive .

Il turismo è ormai considerato uno dei motori più importanti per il rilancio dell'economia.

Le imprese turistiche, tra le quali i pubblici esercizi, si trovano oggi ad operare in un contesto in cui la forte pressione competitiva ridisegna i flussi turistici e le condizioni economiche delle aree di destinazione.

In un periodo in cui si assiste alle difficoltà di mantenere costanti tali flussi, diventa fondamentale per le imprese del turismo essere in possesso degli strumenti necessari per guadagnare e mantenere costante il proprio posizionamento nel mercato globale.

Pertanto, c'è una grande attenzione sulla materia sia da parte delle Istituzioni, Regione e Comuni, che da parte dei consumatori e delle associazioni di categoria che collaborano per uno sviluppo sostenibile del settore.

Negli ultimi anni abbiamo assistito ad una proliferazione, a volte incontrollata e contraddittoria, di norme riguardanti il settore dei pubblici esercizi e affini.

Molte norme sulle materie più diverse – fisco, titoli abilitativi, ambiente, ecc. - vanno a ricadere in via più o meno diretta sui pubblici esercizi, che si trovano ad affrontare un groviglio di prescrizioni e disposizioni a volte molto difficile da sciogliere.

La spinta alle liberalizzazioni sta generando forme di concorrenza sleale e di abusivismo nei confronti dei pubblici esercizi da parte imprese che svolgono la medesima attività di somministrazione di alimenti e bevande, ma che sono soggette a meno vincoli rispetto a un bar o un ristorante. E' il caso della cosiddetta somministrazione non assistita, delle molte forme di catering, ristorazione collettiva, ecc.

In questi anni si è assistito ad una consistente liberalizzazione e semplificazione delle attività economiche, comprese quelle di pubblico esercizio.

A volte, però, i mezzi utilizzati non si sono rivelati buoni come il fine. Se molte volte, infatti, questa operazione di semplificazione ha portato norme favorevoli per lo sviluppo del settore dei pubblici esercizi – ad esempio la liberalizzazione degli orari o del servizio wi-fi – altre volte si è concretizzata con l'emanazione di svariati provvedimenti legislativi, sovente anche contraddittori tra di loro, che hanno portato notevoli problemi legati alla leale concorrenza ed al libero mercato.

Il turismo a Martina Franca, per come risulta dai dati ufficiali (APT), ha fornito, fino al 2010, all'economia martinese un più che lusinghiero contributo in termini di presenze a seguito di quella

ripresa del flusso turistico, drasticamente ridottosi nel 2000/2004, ma che già dalla seconda metà del 2004 aveva ripreso positivamente a canalizzare una sempre più massiccia presenza di stranieri e di non pugliesi.

Dopo la frenata del 2000/2004, che aveva fatto registrare una flessione - di ben il 35,4% di presenze, gli anni 2005/2010 hanno visto una ripresa, portando le presenze di turisti su valori crescenti, per quanto percentualmente inferiori a quelli dei comuni contermini di Locorotondo, Cesternino e Ceglie..

L'inversione di tendenza fu ottenuta anche grazie alla più moderna gestione delle numerose iniziative di richiamo turistico-culturali, quali :

- Fiera della Candelora (febbraio);
- Festa di San Martino e Santa Comasia (luglio);
- Festival della Valle D'Itria (luglio/agosto);
- Festival del Cabaret;
- Fiera di San Martino (novembre);
- Mostra mercato dell'asino e del cavallo murgese (novembre/dicembre).

Il trend positivo, interrottosi con l'anno 2010, stenta a riprendersi e continua a preoccupare gli operatori del settore che, oltre ai problemi determinati dalla persistente congiuntura economica e dalla sempre crescente tagliola fiscale, devono affrontare quelli rivenienti dalla più recente concorrenza dei territori circostanti.

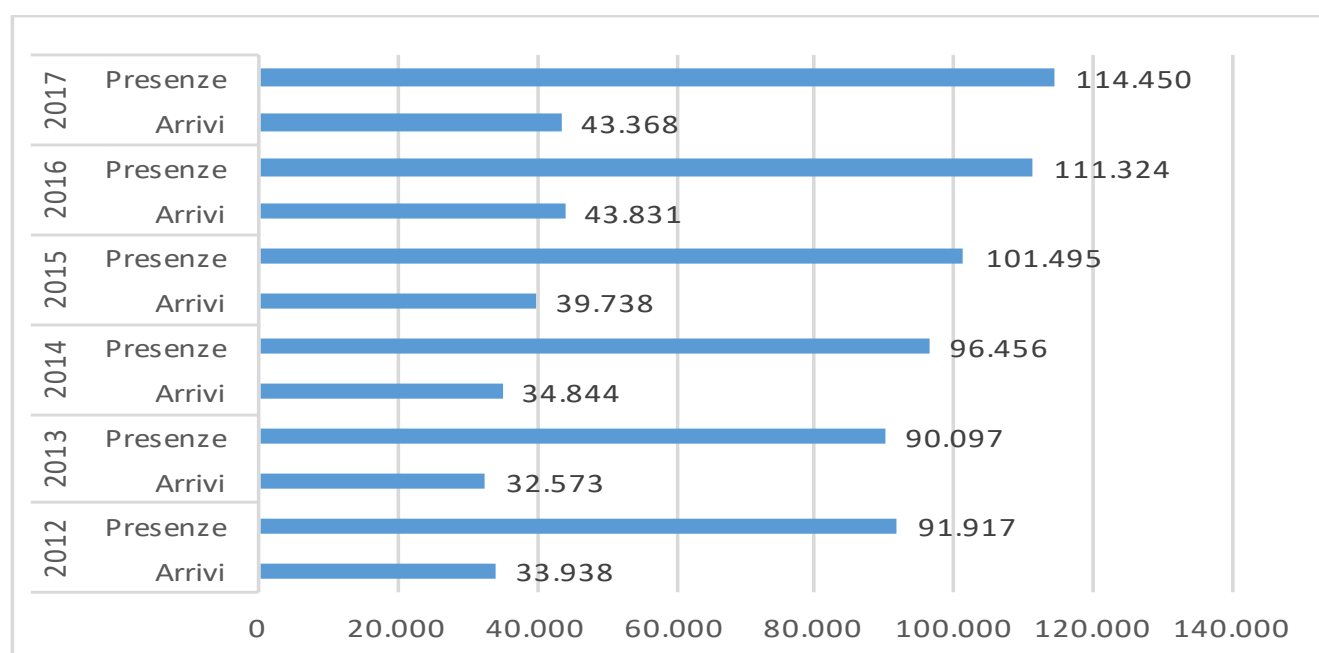
Qui le amministrazioni locali si sono, con forza, attivate nel settore dell'accoglienza e della comunicazione, come in quello della valorizzazione urbanistica, sociale e ambientale con interventi mirati al decoro, alla pulizia, alla sicurezza, alla socialità e, non ultimo, nella riduzione degli oneri tributari. Il trend certamente migliorerà con l'impegno a intervenire nella riqualificazione del centro storico con attività di interesse culturale e in quelle, di presente attualità, enogastronomiche. A tale uopo si sollecitano azioni di promozione per le attività di ristorazione tipica certificata.

Un ulteriore elemento di sviluppo è la posizione geografica di Martina Franca che, baricentrica rispetto ad un territorio di interesse turistico, può essere raggiunta agevolmente e in breve tempo dalle popolazioni delle province di Bari, Brindisi, Lecce e, naturalmente, di Taranto. Tale flusso, estremamente vivace durante il periodo estivo per il clima fresco e arieggiato della città, potrebbe migliorare con una più ricca offerta del prodotto culturale, paesaggistico ed enogastronomico tale da ridisegnare e riprendere i contenuti dell'antica fidelizzazione.

Trend degli arrivi e delle presenze turistiche 2012 – 2017: Rilevazione e Riflessioni

Rilevazione

2012		2013		2014		2015		2016		2017	
Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
33.938	91.917	32.573	90.097	34.844	96.456	39.738	101.495	43.831	111.324	43.368	114.450



Riflessioni

I dati della sopra riportata situazione, denunciano, attraverso la lettura combinata delle presenze e degli arrivi, il sopito interesse del turista a soggiornare più a lungo a Martina Franca.

Si può notare, infatti, che, pur in presenza di delta positivo di arrivi, si registra un numero di giorni di presenze più contenuto rispetto all'anno precedente: perché il turista decide di ridurre il suo periodo di soggiorno ?.

Certamente tale evidenza, oggettivamente rilevata, è solo in parte ascrivibile alla perdurante crisi economica, se è vero che, in altre realtà geografiche, con il crescere degli arrivi, si riscontra, quasi sempre, il più che proporzionale incremento delle presenze. In alcuni casi, anzi, come per es. Alberobello, Ceglie, Cisternino, Locorotondo e, per la provincia di Taranto, Castellaneta e Ginosa (bandiere blu 2015), in presenza di una contrazione di arrivi, si registra un incremento di presenze rispetto all'anno precedente.

Il turista, oltre al richiamo culturale, è attratto da altri elementi che lo convincono ad allungare il soggiorno.

Ciò constatato e ritenendo che il futuro di Martina Franca non potrà che essere soprattutto nel turismo, siamo sollecitati a fare le seguenti riflessioni da tradurre in possibili interventi. I turisti vengono a Martina Franca perché sanno di trovare un interessante territorio, con un centro storico di grande rilevanza culturale e un non meno interessante agro con le sue peculiarità enogastronomiche, climatiche e ambientali.

E come mai, allora, diversamente da come, ahinoi, avveniva in un passato non lontano, le presenze (non gli arrivi) dei turisti vanno sempre più riducendosi ? Non è forse perché i turisti non riescono più ad essere attratti dalla convivialità, dalla cultura, dalla socialità, dalla sicurezza e dall'animato shopping di un tempo?

Non si cada nella falsa convinzione che i turisti apprezzino una località di soggiorno solo per i richiami con i quali essa li ha attratti!

I turisti verranno e/o forse ritorneranno a Martina Franca per ammirare il suo prezioso barocco, il caratteristico centro storico antico, il sereno agro con i caratteristici "trulli" e per guardare, insomma, le bellezze architettoniche e naturali: ma questa è un'attività che si espleta in un paio di giorni al massimo..... ma i turisti rimangono in un posto più a lungo allorché esso li catturi con la propria offerta di vitalità e vorranno ritornare solo per questo. Allora sarà necessario e opportuno costruire un sistema di comunicazione e di accoglienza capace non solo di convincere il turista a soggiornare più a lungo, ma a decidere di ritornare.

Se così non si deciderà di operare, perché mai dovrebbero tornare? per rivedersi il barocco, il palazzo Ducale, l'assetto urbanistico del borgo antico, che forse sta anche prendendo l'abbrivio del degrado, e le chiese, quando li hanno già visti?

In tutti i luoghi turistici i turisti vanno la prima volta, perché forse attratti da una pubblicizzata bellezza delle cose, ma si soffermano più a lungo e soprattutto ritornano per la bellezza delle persone, per la bellezza della socialità trovata, fatta di ambiente, di spazi pedonalizzati, di curiosità identificatrici del territorio. Alle persone, più che ogni altra cosa, interessano le persone. Perché i turisti affluiscono in massa a Praga, a Parigi, ad Amsterdam, a Nizza, a Barcellona, a Edimburgo? Non è soltanto per la bellezza dei luoghi, dei monumenti e delle cose. Se così fosse non si comprenderebbe come mai i turisti si ammassino anche a Rimini. Per attrarre turisti ogni richiamo è lecito.

Ma per farli rimanere e per farli tornare, bisogna offrire vitalità e socialità.

Cosa troveranno allora i turisti quando, alla sera, dopo aver dedicato la giornata a guardare e fotografare le belle cose che abbiamo, vagheranno per il Centro Storico - e dove, altrimenti, dovrebbe vagare un turista? - alla naturale ricerca di vita e di socialità serena, di eventi culturali e di intrattenimento ?

Noi dobbiamo lavorare affinché essi trovino la città con i suoi vicoli, strade e piazze brulicanti di persone, traboccanti di allegria e festosità, irti di ogni genere di locali di ritrovo e di pubblici esercizi in grado di soddisfare ogni lecita esigenza.

Se invece troveranno un territorio agonizzante indegnamente ravvivato solo dalla presenza ciondolante di qualche abusivo ambulante e/o da poche attività aperte e tante altre chiuse, avremo perso ogni possibile speranza di risalire la china. E' un percorso lungo e non privo di temporanei inconvenienti. Il rumore della vitalità è uno di questi, e indubbiamente può anche essere causa di un certo disagio per alcuni residenti.

La vita deve tornare nel Centro Storico. Compito primario dell'Amministrazione è di aiutarla, assisterla ed incentivarla, difendendola, se necessario con la stessa fermezza e determinazione, già mostrate in altre occasioni.

Si prendano pure misurate iniziative tattiche verso quei pochi individui singoli che mancassero di rispetto alle norme della convivenza civile, ma soltanto nel quadro di un ampio e chiaro disegno strategico di sostegno e solidarietà collaborativa verso quel fenomeno di rivitalizzazione della città tutta, che è iniziato e che a tutti i costi deve proseguire il suo corso, se vogliamo che rinasca, tornando ad essere un buon posto dove vivere e dove trascorrere le proprie vacanze.

Le attività economiche produttive

Il Comune di Martina Franca è sufficientemente “terziarizzato” anche se, ultimamente, l’industria tessile, capofila sul territorio, sta assumendo i connotati di un comparto in ristagno con evidenti difficoltà, a causa della globalizzazione del mercato che sta subendo la presenza di quello orientale (cinese ed Europa dell’Est) e della dirompente crisi economica. Opinatamente, numerose aziende tessili e di abbigliamento si sono costituite in consorzi che, sviluppando un sistema di sinergie e di spinta all’integrazione tra fasi di processi produttivi e di commercializzazione, hanno migliorato sensibilmente in efficacia e possono fronteggiare tali “assalti” del mercato estero e della pressione fiscale. Il rapporto tra qualità e prezzo, che è l’elemento importante che fa e farà la differenza, è in costante apprezzamento sul mercato nazionale e internazionale, migliorato costantemente anche per la certificazione di sistemi di qualità aziendali secondo i previsti e specifici standard di riferimento.

Attività economiche presenti sul territorio, di richiamo occupazionale e per l’economia di Martina Franca, sono quelle legate all’industria del tessile, all’agricoltura, all’allevamento del cavallo murgeso e dell’asino martinese, alla zootecnia e alle produzioni e commercializzazioni di produzioni locali del settore caseario e degli insaccati con l’eccellenza del capocollo.

Interessante, infine, la presenza di istituti di credito che, nonostante la flessione dei consumi e il freno negli investimenti, testimonia il discreto stato di salute dell’economia.

Suddivisione del territorio comunale in zone

Lo studio proposto non intende mettere in discussione la tradizionale definizione degli spazi. Considera, invece, anche nuove variabili, come quelle dei distretti urbani del commercio, evitando che si possa produrre una cristallizzazione dei quadri geografici tradizionali.

L'idea di una nuova ripartizione dello spazio comunale è auspicabile nella consapevolezza di poter giungere ad un'analisi dei meccanismi attivi di produzione e di riproduzione delle strutture territoriali, indipendentemente da valutazioni di carattere socio-economico-politico. È emersa così una proposta orientata ad individuare i limiti dell'attuale zonizzazione e valutare l'opportunità di una nuova. E' una proposta funzionale ad obiettivi da perseguire che fa emergere il sistema di relazioni esistenti, che valuta le "aree" considerando i mutamenti nelle finalità e nelle strategie degli attori che influenzano l'organizzazione del territorio, la natura di questi mutamenti, la loro direzione, la loro forza ed ampiezza della gestione socio-politica. Si è tentato di leggere le relazioni funzionali indipendentemente dai confini amministrativi, di valutare le gravitazioni, l'accessibilità e l'integrabilità.

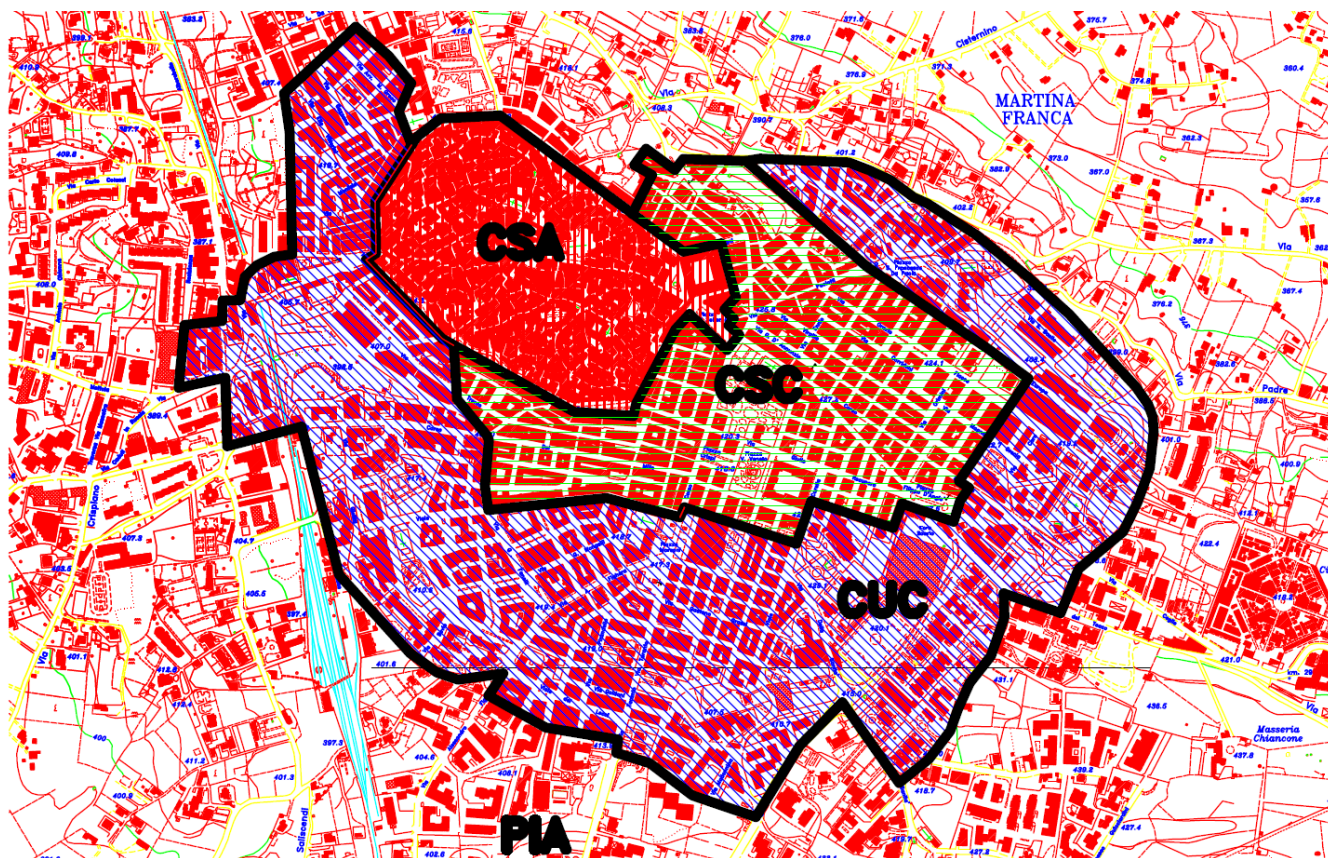
La nuova suddivisione del territorio in zone ha cercato di tener conto di tali presupposti, ampliando l'ambito di intervento, disegnando un nuovo assetto di identificazione territoriale alla luce della nuova e più articolata geografia distributiva, non più fatta di solo attività commerciali, ma anche di attività al servizio del cittadino e del turista.

Zonizzazione

Il territorio del Comune di Martina Franca è stato suddiviso in quattro zone nel rispetto dei criteri descritti nella Relazione tecnica generale.

Geograficamente la prima zona comprende il "centro storico antico" del capoluogo, la seconda è quella tipicamente a forte vocazione commerciale con esercizi di vicinato di dimensioni superiori alla media (>di 40 mq.), la terza comprende l'area di più recente urbanizzazione, quella insediata anche da piccole attività artigianali, mentre la quarta si sviluppa su tutto l'agro del Comune e sulle contrade ed è quella più tipicamente insediata dal punto di vista turistico-residenziale e dall'area industriale. In tale zona ricadono anche quelle aree che soffrono per la rete distributiva dei comuni vicini.

In dettaglio:



ZONA “CSA” (CENTRO STORICO ANTICO)

E' delimitata da: via Bellini, via Mascagni (nel tratto compreso tra via Bellini e via Aprile) via Aprile, via Santoro (solo tratto pedonale), p.zza XX Settembre (intera Piazza), via Verdi, via Mercadante, via Rossini, P.zza Mario Pagano (solo lato centro storico), via Donizzetti, via Pergolesi, via Bellini.

Rientrano nella suddetta zona tutti i numeri civici facenti parti delle strade/piazze citate e/o porzioni delle stesse.

ZONA “CSC” (CENTRO STORICO COMMERCIALE)

E' delimitata dalle seguenti strade o porzioni di esse: via Montegrappa, v.le Carella, via F.lli Caramia, p.zza D'Angiò (intera Piazza), via Sallustio fino incrocio con viale Europa, v.le Europa, via De Gasperi, via Valle D'Itria, via Puccini, via Simonetti, via Mulino San Martino, via Giuseppe Fanelli (fino a V.le della Libertà), v.le della Libertà, c.so Italia.

Rientrano nella suddetta zona tutti i numeri civici facenti parti delle strade/piazze citate e/o porzioni delle stesse.

ZONA “CUC” (CENTRO URBANO COMMERCIALE)

E' l'area che circonda la zona “CSC”, esternamente delimitata dalle seguenti strade o porzioni di esse: via M. D'Enghien, via della Sanità, via Toniolo, via Leone XIII, via Taranto, via dei Cedri, via Al. Figghera, via della Stazione, c.so dei Mille, via Raguso, via Mottola, via Della Resistenza, I trav. via Alberobello, via Alberobello, via Mottola, via Cesare Pavese, via Don Minzoni, via Carmine, via De Gasperi (dall'incrocio con v.le Europa) via del Tocco.

Rientrano nella suddetta zona tutti i numeri civici facenti parti delle strade/piazze citate e/o porzioni delle stesse.

ZONA “PIA” (PRIMA PERIFERIA E AGRO)

E' la restante area del territorio del Comune di Martina Franca e racchiude la periferia esterna e la pianura dell'altopiano della Murgia caratterizzata da una fitta rete di strette strade che permettono interessanti itinerari costellati da insediamenti di ristoro e da alcune attività di agriturismo. Ricadono in questa zona anche quelle aree che, pur appartenendo al Comune di Martina Franca, sono isole amministrative circondate dal territorio di comuni vicini.

La zona è delimitata, all'esterno, dai confini regionali e provinciali e, all'interno, dalla zona “CUC”.

Rilevazione

Di seguito si riportano i dati circa la situazione attuale delle attività di somministrazione al pubblico di alimenti e bevande. Tali dati costituiscono oggetto di riflessione per mettere in atto corrette strategie di sviluppo sociale, economico e culturale.

Dalla lettura dei dati si evidenzia che il totale delle attività di somministrazione in tutto il territorio cittadino sono, allo stato attuale, n. 252, escludendo le attività di cui all'art. 40 della L.R. 24/15.

Gli esercizi che operavano sul territorio comunale di Martina Franca al 31 marzo 2015 erano i seguenti e così suddivisi:

Publici Esercizi – Alberghi - Agriturismi – B&B – Case Vacanze

Zone	P. E.		Alberghi		Agriturismi		B&B		Case Vacanze		Note
	Nr.	%	Nr:	P.L.	Nr:	P.L.	Nr:	P.L.	Nr:	P.L.	
C.S.A.	40	16	0	0							
C.S.C.	68	27	1	166							
C.U.C.	96	38	1	130							
P.I.A:	48	19	7	272	11	96					
Comune	252	100	9	568	11 (*)	96	44	324	15	103	

(*) + 6 in attesa di autorizzazione

Questo dato risulta di molto variato rispetto alla ricognizione del precedente piano, elaborato prima della nuova normativa che ha reso impraticabile lo strumento di pianificazione con i contingenti numerici e avviato, anche per i pubblici esercizi, una “strisciante” liberalizzazione.

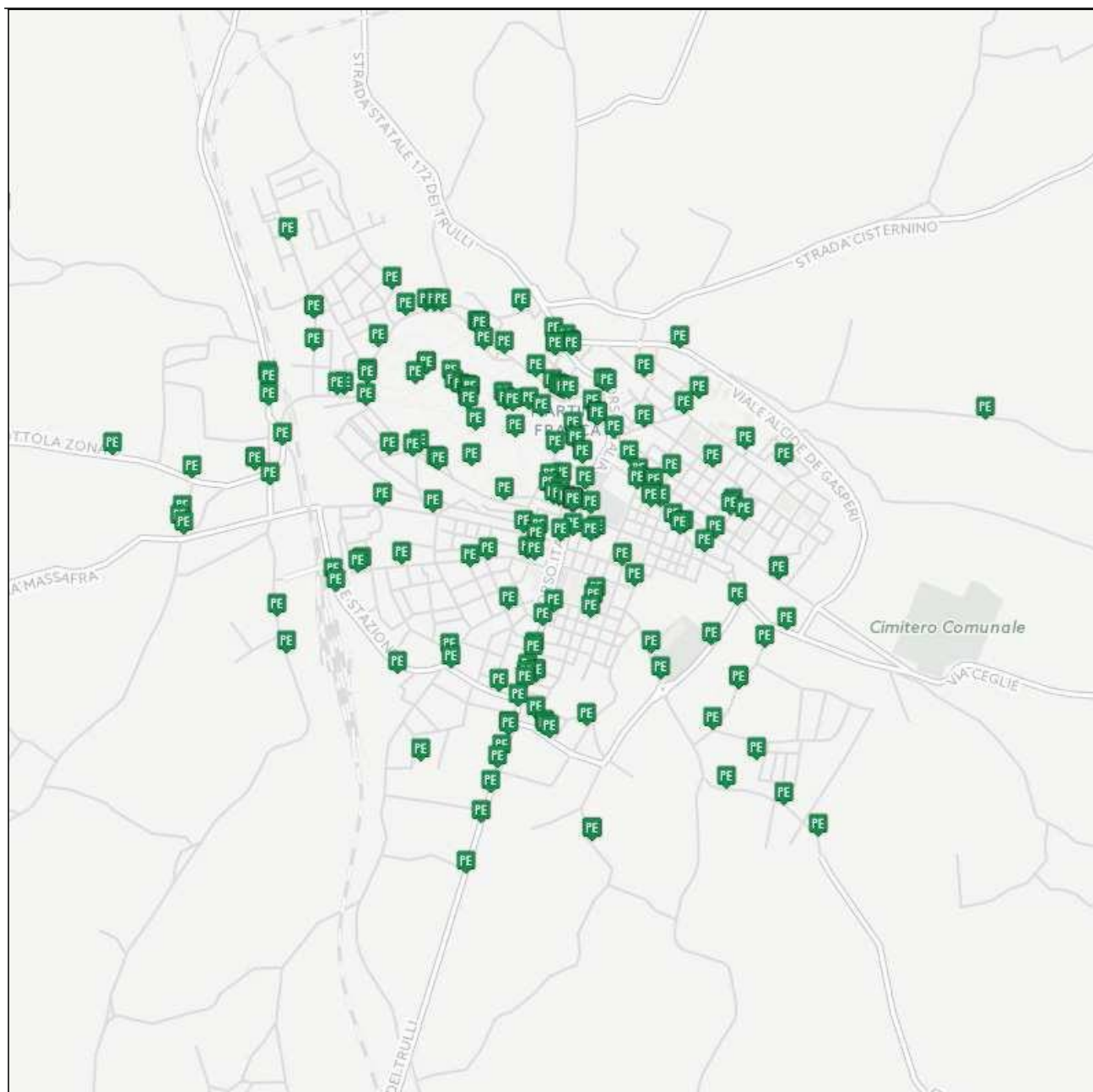
L'analisi dei dati sopra riportati va letta confrontando tra loro le diverse zone della città in modo da evidenziare dove l'Amministrazione Comunale deve porre la propria attenzione, al fine di sviluppare nuove attività, creando le condizioni per uno sviluppo sostenibile.

Pertanto risulta necessario riequilibrare tali situazioni mediante l'adozione di uno strumento di pianificazione coerente tanto con la tutela della concorrenza e del libero mercato, quanto con le esigenze del territorio, al fine di dare risposte mirate sia ai cittadini in termini di offerta di servizi che agli imprenditori che vogliono avviare nuove attività di

somministrazione, garantendo la libera concorrenza ove ognuno si pone nel mercato competendo a livello qualitativo e innovativo.

Il rapporto pubblico esercizio/abitanti, con le nuove possibilità di apertura, può ritenersi sufficientemente bilanciato in considerazione del numero dei residenti, dell'estensione e, per il CSA, del flusso dei turisti, proiettato alle esigenze del prossimo quadriennio e ritarabile sul disposto della legge regionale n. 24/2015, degli indirizzi della decisione del Consiglio di Stato n. 2808/2009, sulle disposizioni del decreto legislativo n. 59/2010, come specificamente indicato dall'art. 64, ripreso e chiarito dalla circolare del Ministero dello Sviluppo Economico n. 3635/c e Titolo V della legge regionale 24/2015.

Distribuzione dei Pubblici Esercizi sul territorio



Analisi metodologica

Gli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande ricoprono un ruolo fondamentale per il mantenimento della vivibilità delle città e delle aree in cui sono inseriti, in considerazione della loro funzione di aggregazione e socialità.

Allo stesso tempo, i pubblici esercizi possono determinare modificazioni strutturali nell'utilizzo dei luoghi e generare impatti ambientali positivi o negativi a seconda della distribuzione e dei livelli di adensamento o di rarefazione degli esercizi e in relazione al diverso grado di residenzialità delle singole porzioni del territorio.

Secondo le disposizioni introdotte dal d.lgs. 59/2010, dal DL 201/2011 e dal DL 1/2012 e recepite dalla legge regionale 24/2015, possono essere poste limitazioni all'insediamento e al trasferimento di attività di somministrazione per “motivi imperativi di interesse generale”.

L'Amministrazione di Martina Franca non prende in esame misure regolatorie che incidono direttamente o indirettamente sull'equilibrio tra domanda e offerta, bensì introduce solo criteri fondati sulla necessità di salvaguardare e riqualificare le zone di pregio artistico, storico, architettonico, archeologico e ambientale, nonché di assicurare il diritto dei residenti alla vivibilità del centro storico, oltre che il rispetto dell'ordine pubblico e della salute pubblica.

Tutto ciò premesso, si stabilisce che le aperture, i trasferimenti, gli ampliamenti di attività di esercizi di somministrazione alimenti e bevande per le zone CSA, sono soggette ad autorizzazione rilasciata a seguito del possesso dei requisiti strutturali, come per legge, e criteri di qualità.

Le autorizzazioni alle aperture per il prossimo periodo dovranno essere rilasciate secondo parametri qualitativi, al fine di evitare il rischio di una deregolamentazione selvaggia che avrebbe risvolti decisamente negativi.

In considerazione delle diverse vocazioni economiche delle differenti parti del territorio (Centro Storico Antico, Centro Storico Commerciale, Centro Urbano Commerciale, Periferia e Agro) e le esigenze dei consumatori, al fine di poter migliorare il livello del servizio e stimolare la concorrenza tra le imprese, con una dislocazione compatibile con le diverse caratteristiche delle aree, si stabiliscono i seguenti parametri qualitativi, la cui osservanza definirà l'assetto delle autorizzazioni.

In particolare:

REQUISITI QUALITATIVI

DESCRIZIONE DEL REQUISITO	CSA	CSC CUC PIA
Disponibilità di parcheggio privato per i clienti, di superficie e-quivalente alla superficie di somministrazione, posto non oltre 50 ml. misurati sul percorso pedonale più breve	7	
Accessibilità alla totalità dei locali destinati alla somministrazione al pubblico da parte dei soggetti diversamente abili e non limitata a parti dell'esercizio	5	
Ricorso a tecnologie ed impianti volti alla riduzione del consumo energetico ed all'impiego di fonti energetiche rinnovabili	4	
Locali climatizzati	5	
Locali di conservazione, magazzinaggio e di stoccaggio di derrate alimentari aventi superficie idonea all'attività, non inferiore al 15% della superficie totale dell'unità immobiliare.	7	
Presenza nel menù di almeno 3 piatti tipici locali e di n. 3 prodotti tipici.	7	
Menù a disposizione del cliente o elenco dei prodotti offerti, tradotti		SCIA
• Inglese,	3	
• Francese,	3	
• Tedesco	3	
• Spagnolo	3	
Somministrazione di menù per celiaci e/o diabetici	4	
Carta dei vini e/o birrecontenente almeno 4 prodotti di aziende agricole della Valle d'Itria	4	
Sito internet dedicato al locale	2	
Attestati o esperienza Attestato di qualifica di partecipazione a corsi professionalizzanti nel settore alimentare, oltre a quelli previsti dalla normativa vigente, organizzati da Associazioni di categoria o enti pubblici o soggetti auto-	4	

rizzati. Punteggio assegnato per ogni addetto escluso il titolare o il preposto fino ad un massimo di 8 punti		
Accorgimenti per ridurre l'impatto acustico	5	
Presenza di slot machine (punteggio negativo)	- 7	
Presenza di idonea area interna (nello stesso immobile o in altro immobile) per la raccolta differenziata anche in forma congiunta con altre attività, escludendo qualsiasi occupazione nell'area esterna ai locali.	15	
Presenza del fasciatoio	2	

(*) – La misurazione della distanza si effettua in metri lineari, da numero civico principale ad altro numero civico principale, seguendo il percorso stradale accessibile a piedi più breve, l'attraversamento delle strade verrà fatto ad angolo retto, non seguendo necessariamente un attraversamento pedonale.

Ad ogni criterio di qualità è attribuito uno specifico punteggio.. Il rilascio dell'autorizzazione è subordinato alla verifica congiunta della sussistenza dei requisiti strutturali e del raggiungimento del punteggio minimo previsto di punti **50**.

Ai fini del rilascio di autorizzazione per nuove aperture e per i trasferimenti di sede, il territorio è stato suddiviso in quattro zone commerciali (CSA, CSC, CUC, PIA). In funzione di detta suddivisione, si procederà come di seguito:

A tutti i richiedenti è richiesto il possesso obbligatorio e non derogabile dei requisiti strutturali, così come per legge.

Per ciascuna zona è richiesto il seguente punteggio minimo per i criteri di qualità:

ZONA COMMERCIALE	PUNTEGGIO MINIMO
Centro Storico (CSA)	50
Centro Storico Commerciale (CSC)	0
Centro Urbano Commerciale (CUC)	0
Periferia, area Industriale/PIP, AGRO (PIA)	0

Il punteggio minimo previsto per l' attivazione dell'esercizio di somministrazione dovrà essere mantenuto per tutta la durata di svolgimento dell'attività. I requisiti devono essere mantenuti anche in caso di subingresso, qualora il precedente titolare abbia iniziato l'attività dopo l' approvazione del presente atto.

Il sistema del centro storico antico si preoccuperà della diffusione della conoscenza delle ricchezze artistico-culturali, attraverso la valorizzazione non solo di percorsi che costituiscono gli elementi attrattori più significativi del borgo antico, come il barocco, la chiesa di San Giovanni dei Greci, la chiesa di San Domenico, la chiesa del Carmine, la Basilica di San Martino, il palazzo Ducale, il palazzo Stabile, il palazzo dell'Università, l'Arco di Santo Stefano,

Proposta operativa

Generalità

Il settore agro-alimentare di Martina Franca si trova ad affrontare una crescita che si esalta per la forte spinta sulla valorizzazione delle produzioni e delle somministrazioni tipiche locali.

Porre in essere appropriate politiche di valorizzazione, di promozione e di sensibilizzazione dei consumatori verso le produzioni tipiche locali, controllate anche attraverso la somministrazione nei pubblici esercizi (che potrebbero diventare ambasciatori di cultura!), avvierebbe non solo un processo ad una svolta decisamente positiva per il consolidamento del settore, ma contribuirebbe altresì ad elevare la capacità di offerta non solo degli operatori del settore agricolo, ma anche di quelli dei pubblici esercizi che, nella caratterizzazione, vedrebbero elevare maggiormente i loro ricavi minimi.

Si ritiene, anche sulla base di esperienze maturate in altre realtà comunali, che per penetrare nel mercato del turismo e del tempo libero anche il meccanismo della cosiddetta "cucina tipica" possa rappresentare un elemento importante, una chiave di volta, per lo sviluppo del territorio.

La cucina di Martina Franca, come quella del centro sud, più di prodotto che di processo, potrà rappresentare un utile passpartout: può riuscire a generare valore sul territorio e a stimolare nuova e più diffusa imprenditorialità.

Il tipico oggi è senza dubbio un medium in grado di attirare - laddove viene prodotto - presenze, nuova domanda di ospitalità (alberghi, ristoranti), e acquisto di cibo e, più in generale, acquisti tipici food e non food.

Pertanto, la somministrazione può diventare veicolo di una nuova cultura di fare impresa, in grado di attrarre disponibilità indotte e di essere un medium capace di trasformare l'economia del territorio. E' questo un impegno che può portare a positivi risultati perché, se pur realizzato in un'area dove l'economia langue, ci sono manualità e tradizione presenti in larga scala.

L'attività - mediante anche una incisiva e organica azione commerciale (**ibridazione**) delle produ-

zioni tipiche locali di qualità, sia da consumo fresco che trasformate sia di prodotti di attrazione commerciale (abbigliamento, pelletteria, ecc.) - tenterà di recuperare il ritardo e rilanciare il settore interessato.

Basti pensare alla mancanza di adeguate aree adibite a parcheggio, l'eccessiva presenza, in alcune aree, di attività di somministrazione di alimenti e bevande e di imprese produttive alimentari artigianali con conseguente occupazione di vaste aree di suolo pubblico molto spesso con strutture ingombranti e fisse per l'intero anno solare, la conseguente installazione di rumorose macchine refrigeratrici o di altri impianti necessari a tali attività. Tutto ciò comporta, come già riportato in precedenza, inevitabilmente un aggravio delle criticità relative alla viabilità dei veicoli, al transito dei pedoni e all'inquinamento acustico oltreché ambientale, creando problematiche ai residenti e rendendo di fatto, in generale, meno gradevole e quindi meno fruibile il centro cittadino.

Da queste riflessioni complessive, sono state tratte le motivazioni per consentire nuove attività di somministrazione di alimenti e bevande, ponendo delle condizioni e dei requisiti aggiuntivi oltre a quelli previsti dalla legge, al fine di tutelare insieme al libero mercato anche interessi di rango pari o superiori così come evidenziati già dalla Direttiva 2006/123/CE e da ultimo, dall'art. 34 del D.L. 6 dicembre 2011 n. 201 e dalla recente legge regionale n. 24/2015, in cui si ribadisce che la disciplina delle attività economiche deve essere improntata al principio di libertà di accesso, di organizzazione e di svolgimento, fatte salve le esigenze imperative di interesse generale, costituzionalmente rilevanti. Contestualmente, però, in base alle azioni strategiche già intraprese o da intraprendere sul territorio martinese, sarà possibile favorire l'insediamento di attività di somministrazione di alimenti e bevande, consentendo agevolazioni o deroghe mediante l'adozione di separati atti integrativi e le opportune modifiche di eventuali regolamenti comunali.

Ci si riferisce, a titolo esemplificativo, alla possibilità di rendere più agevole la concessione di suolo pubblico nelle zone a maggiore affluenza turistica durante la stagione estiva, o di consentire deroghe per favorire il rilascio di autorizzazioni affinché possa divenire veicolo di diffusione della tradizione e della tipicità martinese, non solo culinaria, ma anche culturale.

In quest'ottica la programmazione deve essere uno strumento dinamico, in grado di seguire le possibilità in continua evoluzione di un territorio.

Ricettività diffusa

Nell'ottica di un servizio da rendere per migliorare il processo di attrazione turistica, va sottolineato e perseguito l'obiettivo di incentivare e implementare a nuove aperture per attività alberghiera / ricettiva. Si pensi, per quest'ultima, a quella di tipo **"bed & breakfast"**, regolamentata dalla L.R. n. 17/2001 che potrebbe attirare facilitazioni per finanziamenti per la ristrutturazione di immobili per il Centro Storico e per aree turistiche dell'agro. A tale uopo si rileva che questa particolare forma ricettiva è in forte fase di espansione. Questo tipo di servizio ricettivo, a differenza di quello alberghiero, mette a disposizione del cliente la sola prima colazione. Si ritiene, pertanto, che il cliente **"B & B"** utilizzi significativamente i servizi offerti dagli esercizi di somministrazione alimenti e bevande. Si rileva, inoltre, il sistema della ricettività delle case vacanze e alberghi diffusi è anch'esso in forte crescita.

Va parimenti evidenziato e sottolineato come l'inserimento della città di Martina Franca nell'elenco delle località ad economia turistica e delle città d'arte (Determinazione del dirigente settore commercio della regione Puglia del 31 luglio 2006, n. 308) deve contribuire ad incentivare flussi turistici per la sempre più corposa offerta di servizi culturali, artistici, di intrattenimento.

La produzione

Rappresentata da aziende con dimensioni unitarie molto ridotte e dall'assenza di una cultura gestionale orientata al mercato. Sarebbe, quindi, auspicabile e vantaggioso per tutti che tali produzioni venissero destinate principalmente alla Ristorazione presente nella zona.

Da qui la necessità di interventi atti a far emergere le aziende produttrici in questa fascia di mercato, facilitandone la visibilità e consentendo così ai ristoratori di "trovare" più agevolmente il prodotto tipico per il suo inserimento nelle offerte gastronomiche.

In questo senso già molto si è ottenuto con la redazione, in ogni regione italiana, degli Atlanti dei Prodotti Tipici (realizzati dagli Assessorati regionali all'agricoltura, spesso con l'ausilio degli Enti camerali) che individuano le produzioni agro-alimentari tradizionali.

La ristorazione

Una ricerca svolta da CIRM su incarico della FIPE, vuole che il 96% degli italiani chiede di mangiare tipico e che il 73% ritiene i piatti tipici "migliori" degli altri per sapore, genuinità e sicurezza alimentare.

La richiesta da parte del consumatore di mangiare tipico in ristorante ha portato alla nascita di numerosi ristoranti tipici.

Ristorazione tipica

Gli ambiti territoriali della Valle D'Itria e, in particolare, quello specifico dei Martina Franca sono particolarmente ricchi di prodotti tipici agro-alimentari, ossia di quei prodotti che, tramandati da generazioni, nascono da particolari tradizioni.

Nell'immaginario collettivo tale ambiti territoriali vengono emblematicamente identificati con le produzioni agro-alimentari più sane, genuine e tradizionali. Tale immagine tra l'altro influenza e spesso addirittura determina la scelta di tali territori per mete turistiche. Basti pensare alle Strade del Vino, alle Strade dell'olio e a tutti gli itinerari eno-gastronomici di cui tali territori sono ricchi.

Il fil rouge quindi che unisce questi territori è la varietà delle produzioni tipiche, espressione di antiche tradizioni agro-pastorali contraddistinte da sapori semplici, ma intensi.

Tale varietà deriva anche dalla configurazione geografica del territorio.

In tutto questo scenario l'agricoltura martinese si esprime da sempre con colture che offrono prodotti di qualità: olio, vino, formaggi, carni, insaccati, miele, tartufi, funghi, zafferano, farro, legumi, paste alimentari, erbe aromatiche, ecc..

La ristorazione tipica, quindi, va assumendo un ruolo sempre più importante sia per la quota considerevole di consumi alimentari che riesce ad attrarre, sia per la capacità che è in grado di esprimere in termini di promozione e di tutela dei valori e delle tradizioni del nostro territorio.

Secondo l'indagine CIRM sopra richiamata, oggi nel nostro Paese si "dichiarano" tipici moltissimi ristoranti !!

Ma sicuramente molto meno della metà lo sono davvero. Ciò perché la carente presenza di un sistema di certificazione non ha consentito di valorizzare a pieno il ruolo della ristorazione come baluardo della tradizione eno-gastronomica locale e come vetrina per la promozione e commercializzazione delle produzioni tipiche del territorio.

Questa poco chiara situazione è certamente dovuta al fatto che il concetto di tipicità, ormai assai diffuso e abusato nella ristorazione italiana, presenta indubbie difficoltà di identificazione per quanto, come ovvio, nell'ambito di una tradizione alimentare territorialmente circoscritta.

Di qui l'intuizione e la necessità di promuovere e **valorizzare la cucina tradizionale**, non solo come offerta da parte del singolo ristorante, ma come tipologia di ristorazione caratterizzante il patrimonio culturale del territorio.

A tale uopo, in questo scenario, la FIPE (Federazione Italiana Pubblici Esercizi) mise in campo, unitamente ad alcune Camere di Commercio, una iniziativa per ottenere una certificazione volontaria della ristorazione tipica.

L'esperimento, per la provincia di Taranto, promosso da Confcommercio, ha dato, in passato, un risultato di rilievo. Fu siglato un protocollo d'intesa tra la stessa Associazione di categoria e la Camera di Commercio, per realizzare, appunto, la certificazione e la promozione dei ristoranti tipici di Taranto e provincia.

Il progetto si proponeva, come si propone, due precisi obiettivi:

1. La valorizzazione delle produzioni tipiche dell'agro-alimentare;
2. Il rafforzamento e la nascita di una ristorazione tipica del territorio interessato, da realizzare attraverso le seguenti fasi:
 1. Ricognizione delle aziende produttrici di prodotti tipici del territorio di Martina Franca e della Valle D'Itria in generale;
 2. Ricognizione dei ristoratori interessati alla valorizzazione delle produzioni tipiche;
 3. Analisi della domanda e dell'offerta di prodotti tipici presso il canale della ristorazione;
 4. Sensibilizzazione, con seminari tematici, delle aziende produttrici di prodotti tipici;
 5. Sensibilizzazione, con seminari tematici, delle aziende di ristorazione interessate all'utilizzo dei prodotti tipici nella gastronomia tradizionale;
 6. Realizzazione di un apposito disciplinare per ottenere la certificazione volontaria di ristorazione tipica;
 7. Redazione del catalogo delle aziende produttrici di prodotti tipici dei territori interessati;
 8. Redazione di una guida dei ristoranti che hanno ottenuto il riconoscimento di "tipico".
 9. Ricognizione delle aziende produttrici di prodotti tipici

L'azione permetterà di valutare i seguenti aspetti delle aziende di produzione tipica:

- caratteristiche strutturali;
- caratteristiche dei prodotti tipici realizzati e le modalità di commercializzazione;
- attuale rapporto esistente tra aziende di produzione e canale della ristorazione.

L'attività si articolerà in tre distinte fasi:

- Indagine per individuare le aziende produttrici;
- Elaborazione dei risultati dell'indagine;
- Predisposizione di una scheda tecnica.

2. Ricognizione dei ristoratori interessati alla valorizzazione delle produzioni tipiche

- Individuare la tipologia di ristorazione da coinvolgere nel progetto;
- Orientare i ristoratori verso una politica di differenziazione dell'offerta gastronomica basata sull'introduzione di pietanze di prodotti alimentari tipici.

3. Analisi della domanda e dell'offerta di prodotti tipici presso il canale della ristorazione

Individuare l'attuale domanda ed offerta di prodotti tipici negli esercizi della ristorazione.

4. Sensibilizzazione con seminari tematici delle aziende produttrici

Focalizzare l'attenzione sulle strategie di commercializzazione, la scelta dei canali di distribuzione e il completamento dell'offerta dei prodotti.

5. Sensibilizzazione con seminari tematici delle aziende di ristorazione interessate

Orientare i ristoratori verso una politica di differenziazione dell'offerta gastronomica, basata sull'introduzione di piatti tradizionali realizzati con prodotti alimentari fortemente legati al territorio.

6. Realizzazione di un apposito disciplinare per ottenere la certificazione volontaria di ristorazione tipica

Si potrebbero richiamare le modalità utilizzate nella procedura prevista nel protocollo di intesa sopra riportato.

7. Redazione del catalogo delle aziende produttrici

I catalogo dovrà contenere le informazioni relative alle aziende:

- Logo
- Breve storia
- Principali prodotti e caratteristiche distintive.

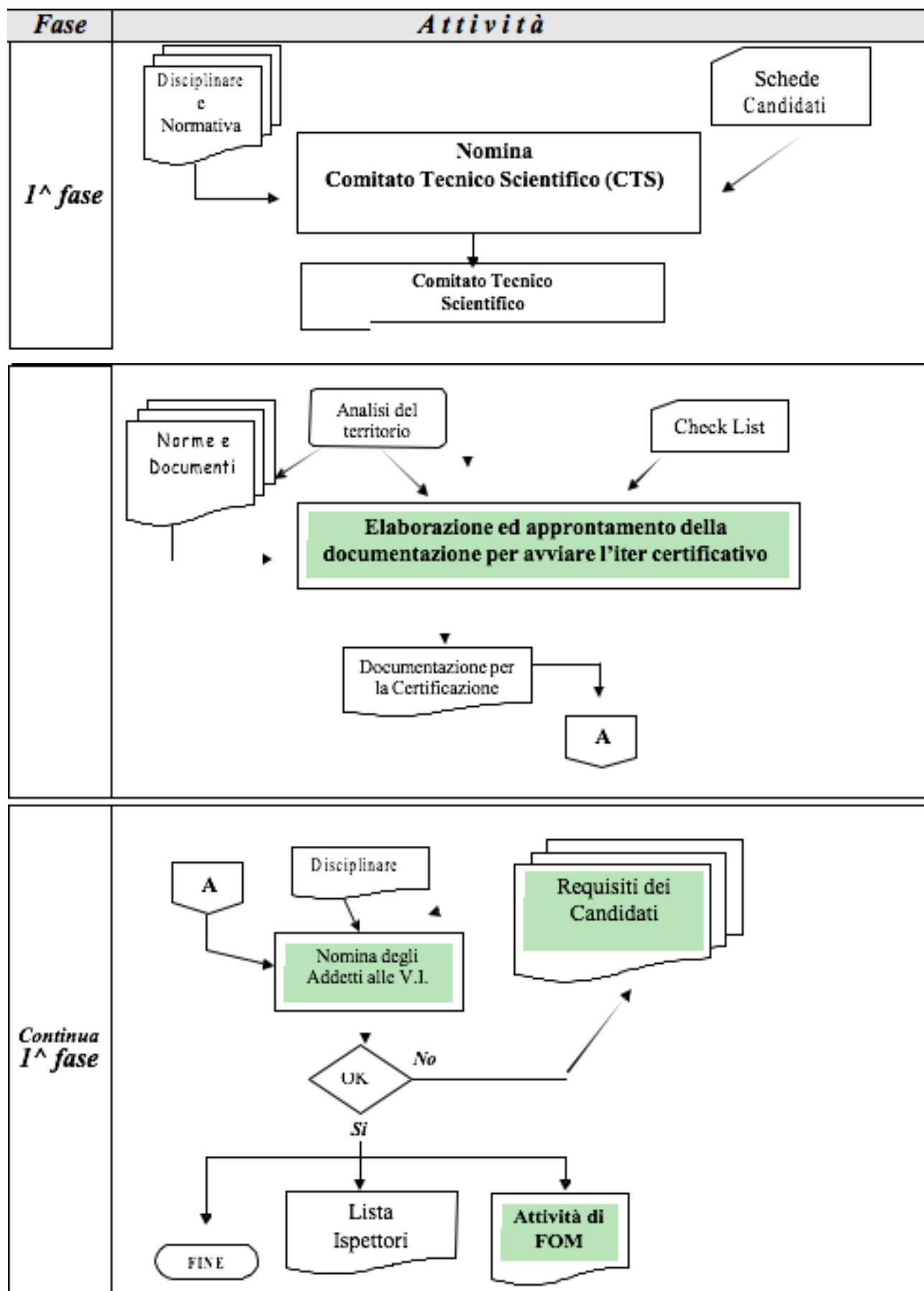
8. Redazione di una guida dei ristoranti che hanno ottenuto il riconoscimento di "tipico"

La guida dovrà contenere principalmente:

- la denominazione
- 1' indirizzo
- l'indicazione dei prodotti tipici adoperati
- i piatti di gastronomia tradizionale
- il prezzo medio per pasto
- gli orari e giorni di apertura.

Di seguito si riporta un flow Chart esemplificativo di una possibile procedura da seguire per l'ottenimento della certificazione/Qualificazione di “Ristorazione Tipica Martinese”.

FLOW di Sintesi della possibile Procedura di Certificazione / Qualificazione



2[^] Fase

